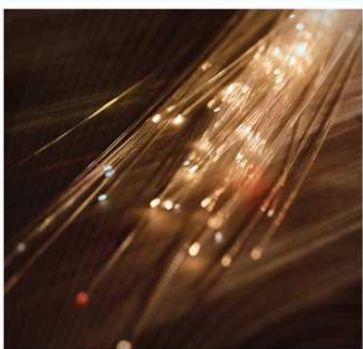


**Enquête Innovation PME
Domaine-du-Roy 2005 à 2007**



**Groupe
Performance
Stratégique inc.**
Le sens de vos affaires!

Juin 2008

Table des matières

LES COLLABORATIONS.....	3
BUT DE L'ÉTUDE.....	3
MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE.....	3
LE RAPPORT EN BREF.....	3
I. LE PORTRAIT DES ENTREPRISES SONDÉES ET DE LEUR ENVIRONNEMENT.....	4
ÂGE DES ENTREPRISES.....	4
TAILLE DES ENTREPRISES.....	5
LES SECTEURS INDUSTRIELS.....	5
L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL DES ENTREPRISES.....	5
II. L'INNOVATION DE PRODUITS ET PROCÉDÉS.....	6
PROPORTION DES ENTREPRISES INNOVANTES.....	6
DURÉE DU DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION.....	7
PRATIQUES FAVORABLES À L'INNOVATION.....	7
III. LES RÉSEAUX D'INFORMATIONS QUI ALIMENTENT L'INNOVATION.....	9
IV. LES OBSTACLES À L'INNOVATION.....	12
V. LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT.....	14
L'AMPLEUR DE LA CRÉATION DE CONNAISSANCES DANS LES ENTREPRISES DE LA MRC DOMAINE-DU-ROY.....	14
OBTENTION DES CRÉDITS D'IMPÔT À LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT.....	15
LES RESSOURCES HUMAINES AFFECTÉES À LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT.....	15
LES INVESTISSEMENTS AFFECTÉS À LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT.....	15
VI. LES FACTEURS DE RÉUSSITE DES RELATIONS D'AFFAIRES.....	16
AVEC LES CLIENTS ET LES FOURNISSEURS.....	16
AVEC LES MINISTÈRES ET ORGANISMES À VOCATION ÉCONOMIQUE.....	17
VII. LE CAPITAL RELATIONNEL : LE DEGRÉ DE CONNAISSANCE PERSONNELLE DES ACTEURS DE L'ENVIRONNEMENT DES ENTREPRISES.....	18
VIII. LA MAIN D'ŒUVRE ET LES POSTES VACANTS.....	19
IX. LA RELÈVE DES DIRIGEANTS DES PME.....	19
X. LES FACTEURS DE SUCCÈS DE L'ENTREPRISE.....	20
XI. STRATÉGIE D'INNOVATION.....	20
RÉSUMÉ DES SIX PRINCIPES DE GOUVERNANCE DU SYSTÈME QUÉBÉCOIS D'INNOVATION.....	21
LISTE DES PISTES DE SUIVI SUGGÉRÉES DANS LE RAPPORT.....	22
LE QUESTIONNAIRE AVEC RÉPONSES.....	24
ET ANALYSES DÉTAILLÉES.....	24

Annexe

LE QUESTIONNAIRE AVEC RÉPONSES ET ANALYSE DÉTAILLÉES.....	24
--	-----------

Les collaborations

Cette étude a été réalisée par Roger Boivin, président du Groupe Performance Stratégique (GPS). Les entrevues auprès des entreprises ont été réalisées par Madame Lise Boulianne et le montage du rapport par Madame Jessica Gagnon de GPS. Monsieur Steeve Larouche a assuré la coordination du dossier pour la Société d'Aide au Développement des Collectivités (SADC) Lac-Saint-Jean Ouest.

But de l'étude

La Société d'Aide au Développement des Collectivités (SADC) Lac-Saint-Jean Ouest a confié au Groupe Performance Stratégique (GPS), le mandat de tracer le portrait de la situation actuelle des PME manufacturières oeuvrant sur le territoire de la MRC Domaine-du-Roy en matière d'innovation.

Méthodologie de l'étude

Le questionnaire qui a été utilisé auprès des entreprises de la MRC Domaine-du-Roy est basé sur celui utilisé par Réjean Landry et Nabil Amara en 2001, lors de la réalisation de l'étude sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean élaborée pour le Centre de haute technologie de Jonquière inc.

L'enquête a été administrée en avril 2008 par l'équipe de la firme Groupe Performance Stratégique inc. Au total, 41 entreprises ont participé à l'enquête sur les 84 ciblées, pour un taux global de réponses de 48,8%. L'enquête de 2001 avait rejoint, pour l'ensemble du Saguenay-Lac-Saint-Jean, 375 entreprises sur les 700 ciblées, soit un taux de réponse de 53,6%. 57 entreprises provenaient alors de la MRC Domaine-du-Roy.

Le rapport en bref

- 82,9% des entreprises de la MRC Domaine-du-Roy sondées ont innové, c'est-à-dire ont développé ou amélioré de façon significative leurs produits ou procédés de fabrication au cours des années 2005 à 2007. Cette proportion atteignait 89,5% pour les années 1998 à 2000, comme le relevait l'étude publiée en 2001. Il s'agit d'un recul de 7,4%, mais rappelons que les auteurs de l'étude de 2001 avaient émis des réserves quant au taux de 89,5% d'entreprises innovantes au Saguenay-Lac-Saint-Jean, un pourcentage qui plaçait alors la région loin devant toutes les autres au Québec.
- Les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy prennent moins de temps aujourd'hui pour développer ces innovations (7,9 mois) qu'en 2001 (9,34 mois), ce qui pourrait indiquer que les nouvelles innovations sont moins complexes qu'en 2001.
- Les clients, les fournisseurs, et les équipes internes des entreprises constituent les sources d'informations les plus importantes pour développer ou améliorer les produits ou procédés de fabrication.
- Les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy sont de plus en plus dépendantes de leurs clients/fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean et de moins en moins par rapport à ceux de l'extérieur de la région en tant que sources d'informations pour le développement de l'innovation.

- Le manque de fonds propres, le manque d'accessibilité à des capitaux extérieurs, le manque de personnel qualifié et des programmes d'aide gouvernementale qui ne répondent pas aux besoins sont les quatre obstacles les plus importants que les entreprises du Domaine-du-Roy rencontrent au moment de leurs projets de développement ou d'amélioration de produits et procédés.
- Dans l'ensemble, la gravité des obstacles à l'innovation s'est accentuée de près de 17% de 2001 à 2008 (manque de coopération interentreprises, programmes d'aide gouvernemental mal adaptés, manque d'informations sur les technologies).
- En 2008, 34,2% des entreprises de la MRC Domaine-du-Roy ont obtenu des crédits d'impôt à la recherche-développement, soit une baisse de 11,2% par rapport à la situation de 2001, où 38,5% des entreprises sondées du Domaine-du-Roy déclaraient avoir reçu des crédits d'impôt à la recherche-développement. Cela indique donc qu'il y a un réel besoin d'améliorer l'accessibilité/l'information en lien avec ces crédits d'impôts pour les entreprises.
- Les entreprises qui exécutent des travaux de recherche-développement y affectent en moyenne 1,5 personnes, en 2008, un chiffre en croissance de 47,1% sur celui de 2001, qui s'établissait à 1,02 personnes par entreprise.
- Les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy qui réalisent des travaux de recherche-développement y consacrent en 2008, 3,01% de leur chiffre d'affaires, versus 2,88% en 2001. Il s'agit d'une augmentation de 4,5%.
- Les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy connaissent peu les intervenants des ministères économiques, des cégeps, des universités et des organismes locaux de promotion économique (bien que ces derniers soient les plus connus).
- Au moment de l'enquête, il y avait neuf entreprises qui cherchaient activement à combler onze postes vacants. Ce sont les entreprises oeuvrant dans les autres transformations (secteurs plus spécialisés) qui éprouvent le plus de difficulté en ce domaine.
- Une entreprise sur deux sondées (46,3%) aura à assurer la relève de ses propriétaires-dirigeants d'ici cinq ans. Par contre, 36,6% des entreprises ont déjà un plan de relève et 17,1% en ont un en cours d'élaboration. Les entreprises du Domaine-du-Roy sont donc largement conscientisées à ce phénomène.
- Les facteurs ayant le plus contribué au succès des entreprises du Domaine-du-Roy sont le développement des marchés d'exportation et l'introduction de nouvelles technologies.

I. LE PORTRAIT DES ENTREPRISES SONDEES ET DE LEUR ENVIRONNEMENT

Âge des entreprises

En 2008, l'âge moyen des entreprises sondées dans la MRC Domaine-du-Roy est de 23 ans et il n'y a pas de différence significative entre l'âge des entreprises inscrites dans une stratégie d'innovation et les autres.

En 2001, l'âge moyen (régional) des entreprises sondées était de 21 ans.

Taille des entreprises

Les entreprises sondées comptent 38,2 employés (57,6 en 2001 pour la MRC Domaine-du-Roy). De ce nombre, elles comptent 4,29 techniciens, ingénieurs et scientifiques (3,26 en 2001 pour l'ensemble du Saguenay-Lac-Saint-Jean).

Ainsi, la taille moyenne des entreprises sondées dans Domaine-du-Roy est plus petite en 2008 (38,2) qu'en 2001 (57,1) et la proportion de personnel technique s'est accrue, passant de 5,9% en 2001 à 11,2% en 2008.

Les secteurs industriels

En 2008, les répondants de l'enquête se retrouvent à 80% dans les secteurs du bois, des produits métalliques et des aliments.

L'environnement concurrentiel des entreprises

Comme en 2001, afin d'évaluer l'environnement concurrentiel dans lequel les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy opèrent, nous avons demandé aux dirigeants d'entreprises d'indiquer leur degré d'accord avec sept énoncés qui renvoient à différentes mesures de la concurrence qui prévaut au sein de l'environnement où opèrent les entreprises. Le tableau suivant présente les résultats obtenus, pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008.

Tableau 1 :

L'environnement concurrentiel des entreprises manufacturières de la MRC Domaine-du-Roy (Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

	2001	2008	Variation 2008/2001 en %
Importance des indicateurs de la concurrence (moyenne sur 5) (1 = Fortement en désaccord à 5 = Fortement en accord)			
Les besoins de mes clients sont faciles à prévoir	3,68	3,6	- 2,17 %
Mes clients peuvent facilement trouver chez mes concurrents un substitut à mes produits	3,28	3,1	- 5,49 %
Mon entreprise peut facilement remplacer ses fournisseurs actuels	3,13	2,9	- 7,35 %
Il est facile d'embaucher des travailleurs qualifiés	2,57	2,4	- 6,61 %
Il est difficile de retenir des travailleurs qualifiés	3,26	3,2	- 1,84 %
Nos produits deviennent rapidement périmés	2,31	2,5	+ 8,23 %
Les technologies de production évoluent rapidement	3,68	3,7	+ 0,54 %
Indice moyen	3,13	3,1	- 0,96 %

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de haute technologie Jonquière inc.
Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

Rappelons que les indices inférieurs à 3 indiquent qu'une majorité de répondants sont en désaccord avec l'énoncé et qu'inversement des indices supérieurs à 3 indiquent qu'une majorité de répondants sont en accord avec l'énoncé.

Une corrélation générale entre les résultats de 2001 et ceux de 2008 est observable.

En moyenne, les répondants étaient en accord avec les énoncés avec un indice de 3,13 sur 5 en 2001 et de 3,10 sur 5 en 2008, soit pratiquement le même résultat global.

Quatre énoncés affichent cependant des variations chez les répondants entre 2001 et 2008. Il s'agit de « mes clients peuvent facilement trouver chez mes concurrents un substitut à mes produits », où l'indice recule de 5,5 % (les entreprises sont plus confiantes en 2008 qu'en 2001), « mon entreprise peut facilement remplacer ses fournisseurs actuels », où l'indice recule de 7,35 % (signe d'une dépendance accrue envers les fournisseurs), « il est facile d'embaucher des travailleurs qualifiés », où l'indice recule de 6,61 % (signe de difficulté de recrutement accrue) et, « nos produits deviennent rapidement périmés » où l'indice s'est accru de 8,23 % (signe d'une progression de l'innovation quant aux produits fabriqués par les entreprises).

Pistes de suivi :

- Réduire la dépendance des entreprises envers leurs fournisseurs.
- Répondre à la problématique des travailleurs qualifiés.

II. L'INNOVATION DE PRODUITS ET PROCÉDÉS

Le questionnaire est construit de façon à plutôt que de demander aux dirigeants d'entreprises du Saguenay-Lac-Saint-Jean de nous dire si oui ou non ils avaient innové, nous leurs avons demandé de nous dire si oui ou non ils avaient développé ou amélioré de façon significative leurs produits et procédés de fabrication au cours des trois dernières années.

Proportion des entreprises innovantes

En 2008, 82,9 % des entreprises sondées dans la MRC Domaine-du-Roy auraient réalisé des innovations au cours de la période des trois dernières années. En 2001, cette proportion atteignait 89,5 %.

En 2008, la propension à innover augmente avec la taille des entreprises, et ce, jusqu'aux entreprises de plus de 100 employés.

71,4 %	des entreprises de moins de 5 employés
91,6 %	des entreprises de 5 à 19 employés
100,0 %	des entreprises de 20 à 49 employés
100,0 %	des entreprises de 50 à 99 employés
66,7%	des entreprises de 100 employés et plus

La propension des entreprises à innover varie également beaucoup d'un secteur à l'autre. Ainsi, le pourcentage des entreprises innovantes oeuvrant dans les autres transformations atteint 100 %, alors qu'il n'est que de 66,7 % chez les entreprises de transformation du bois et de 77,8 % chez les entreprises oeuvrant dans la transformation des produits métalliques.

Pistes de suivi :

- Sensibiliser les plus petites entreprises à la nécessité de développer et d'améliorer leurs produits et leurs procédés de fabrication en raison de leur plus faible propension à innover.
- Sensibiliser les entreprises des secteurs transformation du bois et des produits métalliques à la nécessité de développer et d'améliorer leurs procédés de fabrication en raison de leur plus faible propension à innover.

Durée du développement de l'innovation

Les innovations réalisées par les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy sont-elles des innovations majeures (radicales) ou des innovations mineures (améliorations) ? Au lieu de demander aux entreprises d'évaluer subjectivement l'importance des changements qu'elles ont apportés à leurs produits et procédés, le questionnaire est conçu pour mesurer l'importance de ces changements avec une information factuelle, soit le nombre de mois écoulés entre le moment où une entreprise a commencé à consacrer des ressources à son plus important projet de développement d'innovations de produits ou de procédés et son introduction sur le marché. L'hypothèse derrière cette question factuelle est que plus le temps requis pour réaliser une innovation est long, plus l'innovation est majeure et inversement, moins le temps requis pour réaliser une innovation est long, plus l'innovation est mineure.

Selon les études réalisées en 2001 et en 2008, au cours des trois années précédent ces études, l'écart entre le lancement des projets et leur commercialisation pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy est le suivant :

Étude 2001	9,34 mois
Étude 2008	7,90 mois

En 2008, on constate que plus une entreprise est inscrite depuis longtemps dans une stratégie d'innovation, plus son délai de recherche/vente est long, signe d'une innovation plus importante que pour la moyenne des entreprises sondées.

Pratiques favorables à l'innovation

Nous avons également demandé aux dirigeants d'entreprises de la MRC Domaine-du-Roy de nous dire si oui ou non leur entreprise avait mis en œuvre des pratiques susceptibles de faciliter le développement et l'amélioration de leurs produits et procédés. Le tableau suivant fait état des réponses obtenues.

Tableau 2 :

Indicateurs reflétant l'effort déployé dans différentes activités de développement ou d'amélioration de produits et de procédés dans la MRC Domaine-du-Roy en 2008

(MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

Depuis trois ans, votre entreprise a-t-elle...	Entreprises innovantes (en %)	Entreprises non innovantes (en %)	Ensemble des entreprises (en %)
	2008	2008	2008
effectué de la R-D liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés	80,0	36,4	53,7
fait l'acquisition de machinerie, d'outillage et d'autres technologies liés à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés	66,7	35,0	51,2
fait de l'ingénierie et conception industrielles liées à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés	53,3	10,0	31,7
effectué le démarrage de la production liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés	80,0	15,0	41,5
fait de la formation liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés	73,3	45,0	53,7

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

Ainsi, dans l'ensemble,

- 53,7% des entreprises du Domaine-du-Roy ont effectué de la recherche-développement liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés. Cette proportion est de 80% pour les entreprises innovantes et de 36,4% pour les entreprises non innovantes.
- 51,2% des entreprises du Domaine-du-Roy ont fait l'acquisition de machinerie, d'outillage et d'autres technologies liés à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés. Cette proportion est de 66,7% chez les entreprises innovantes et de 35,0% pour les entreprises non innovantes.
- 31,7% des entreprises du Domaine-du-Roy ont fait de l'ingénierie et conception industrielles liées à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés. Cette proportion est de 53,3% chez les entreprises innovantes et de seulement 10% chez les entreprises non innovantes.
- 41,5% des entreprises du Domaine-du-Roy ont effectué le démarrage de la production liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés. Cette proportion atteint 80% pour les entreprises innovantes et 15% pour les entreprises non innovantes.



- 53,7% des entreprises du Domaine-du-Roy ont fait de la formation liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés. Cette proportion atteint 73,3% pour les entreprises innovantes et 45% pour les entreprises non innovantes.
- La proportion d'entreprises qui déploient des pratiques favorables à l'innovation de produits et de procédés augmentent avec le nombre d'employés, quelle que soit la pratique considérée.

III. LES RÉSEAUX D'INFORMATIONS QUI ALIMENTENT L'INNOVATION

Dans ce volet de l'enquête, nous avons d'abord demandé aux dirigeants d'entreprises de la MRC Domaine-du-Roy d'indiquer quelles sources d'informations ont influencé, et selon quel degré d'importance, l'amélioration ou le développement de nouveaux produits et de nouveaux procédés de fabrication dans leur établissement. En 2008, nous leur avons présenté 17 sources d'informations (vs. 15 en 2001). Il se dégage, qu'au cours de la période des trois dernières années, (comme pour les trois années qui précédaient l'étude de 2001), ce sont les sources internes et externes de connaissances qui ont joué le rôle le plus important au moment de l'innovation. Voici les résultats 2001 et 2008 pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy, sur une échelle de 5 :

Les clients	(4,0)
Les sources internes	(3,4)
Les fournisseurs	(3,4)
Les foires/expositions	(2,8)
Les autres entreprises appartenant à votre groupe	(2,8)
L'Internet et les bases de données sur ordinateur	(2,7)
Les concurrents	(2,6)
Congrès, réunions professionnelles et publications spécialisées	(2,4)

Les sources qui, en moyenne revêtent le moins d'importance pour le développement et l'amélioration des produits et procédés pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy sont :

Les cégeps	(1,3)
Les universités	(1,4)
La documentation de brevets	(1,7)
Les programmes d'informations du gouvernement	(1,8)
Les consultants	(2,0)

En 2008, les clients et les concurrents ont statistiquement la même importance comme sources d'informations quelque soit le secteur économique.

En 2008, les fournisseurs sont des sources d'informations d'une importance plus élevée que la moyenne dans les secteurs des autres transformations.

En 2008, les consultants sont plus importants pour les entreprises agro-alimentaires que pour la moyenne.

En 2008, les autres firmes appartenant à votre groupe (filiale) sont des sources moins importantes que la moyenne pour les entreprises de transformation des produits métalliques et les autres transformations.

En 2008, les entreprises agro-alimentaires recourent plus que la moyenne aux foires/expositions, aux congrès, aux centres de recherche publics et aux centres de transfert de technologies comme source d'informations.

En 2008, les entreprises de transformation des produits métalliques recourent plus que la moyenne comme source d'informations aux centres de transfert de technologies.

Le tableau 3 compare les réponses données par les entreprises du Domaine-du-Roy en 2001 et 2008.

Tableau 3 :

Importance des sources d'informations pour le développement de l'innovation des établissements manufacturiers pour la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

	2001	2008	Variation 2008/2001 en %
	Moyenne sur une échelle variant de 1 = Pas du tout important à 5 = Extrêmement importante ^a		
Sources internes (gestion, R-D, production)	3,23	3,4	+ 5,26 %
Sources externes			
Clients	3,70	4,0	+ 8,11 %
Fournisseurs	3,02	3,4	+ 12,58 %
Concurrents	2,94	2,6	- 11,56 %
Consultants	2,46	2,0	+ 2,56 %
Autres entreprises appartenant à votre groupe	2,73	2,8	+ 2,56 %
Information disponible			
Foires/expositions	2,70	2,8	+ 3,70 %
Congrès, réunions professionnelles et publications spécialisées	2,31	2,4	+ 3,90 %
Internet et les bases de données sur ordinateur	2,55	2,7	+ 5,88 %
Programmes d'informations du gouvernement	2,26	1,8	- 20,35 %
Documentation de brevets	2,00	1,7	- 15,00 %
Établissements d'enseignement et de recherche			
Centre de recherche publics (CRIQ, CNRC, etc.)	2,02	2,2	+ 8,91 %
Centres de transfert de technologies	1,75	2,2	+ 25,71 %
Universités	1,71	1,4	- 18,13 %
Cégeps	1,85	1,3	- 29,73 %
CLD/SADC	N/D	2,2	N/D
Autres	N/D	1,6	N/D

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux entreprises non innovantes et celles qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

L'analyse 2001/2008 des résultats montre que les cinq sources d'informations suivantes sont celles qui ont, dans l'ordre, le plus accru leur importance :

Centres de transfert de technologies	+ 25,7%
Fournisseurs	+ 12,6%
Centres de recherche publics	+ 8,90%
Clients	+ 8,10%
Internet et les bases de données sur ordinateur	+ 5,90%

Par contre, de 2001 à 2008, les cinq sources d'informations qui ont, dans l'ordre, perdu le plus d'importance pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy sont :

Les cégeps	- 29,7%
Les programmes d'informations du gouvernement	- 20,4%
Les universités	- 18,1%
La documentation de brevets	- 15,0%
Les concurrents	- 11,6%

Pistes de suivi :

- Sensibiliser les cégeps et les universités à leur faiblesse en tant que source d'informations pour le développement de l'innovation dans les entreprises et développer de nouveaux moyens de liaison entre ces institutions et les entreprises du Domaine-du-Roy.
- Rendre les programmes d'informations du gouvernement plus attrayants pour les entreprises du Domaine-du-Roy.

Le tableau 4 compare l'importance des clients et des fournisseurs en tant que sources d'informations pour le développement de l'innovation des établissements manufacturiers selon les origines géographiques pour la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008.

Tableau 4 :

Importance des clients et des fournisseurs en tant que sources d'information pour le développement de l'innovation des établissements manufacturiers selon les origines géographiques pour la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

	2001	2008	Variation 2008/2001 en %
Moyenne sur une échelle variant de 1 = Pas du tout important à 5 = Extrêmement importante ^a			
Clients			
Saguenay-Lac-Saint-Jean	3,39	3,6	+ 6,19 %
Ailleurs au Québec	2,95	2,7	- 8,47 %
Ailleurs au Canada	2,72	2,1	- 22,79 %
Ailleurs en Amérique du Nord	N/D	2,3	N/D
Ailleurs dans le monde	2,18	2,3	+ 5,50 %
Fournisseurs			
Saguenay-Lac-Saint-Jean	2,89	3,2	+10,73 %
Ailleurs au Québec	3,04	2,8	- 7,89 %
Ailleurs au Canada	2,47	2,0	- 19,03 %
Ailleurs en Amérique du Nord	N/D	2,0	N/D
Ailleurs dans le monde	2,13	1,4	- 34,27 %

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux entreprises non innovantes et celles qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

De 2001 à 2008, les clients/fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean sont devenus des sources d'informations encore plus importantes pour susciter l'innovation dans les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy. Le reste du Québec, et surtout le reste du Canada, ont eux perdu beaucoup de leur influence sur les entreprises de Domaine-du-Roy.

En 2008, en moyenne, ce sont les clients du Saguenay-Lac-Saint-Jean qui exercent l'influence la plus importante sur le développement de l'innovation. L'influence des clients s'amenuise au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la région. Il n'y a que chez les entreprises oeuvrant dans la transformation du bois où ce sont les clients d'ailleurs en Amérique du Nord (États-Unis) qui exercent plus d'influence sur l'innovation des entreprises de Domaine-du-Roy qu'au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Au contraire, les entreprises de transformation des produits métalliques sont plus influencées dans leur processus d'innovation par leurs clients du Saguenay-Lac-Saint-Jean que la moyenne.



En 2008, en moyenne, ce sont les fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean qui exercent l'influence la plus importante sur le développement de l'innovation, et ce, pour toutes les catégories d'entreprises de la MRC Domaine-du-Roy. Cependant, chez les entreprises oeuvrant dans la transformation du bois, les fournisseurs d'ailleurs en Amérique du Nord (États-Unis) exercent pratiquement autant d'influence que les fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean.

Piste de suivi :

- Étant donné que la dépendance des entreprises du Domaine-du-Roy envers ses clients/fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean s'est accrue sensiblement de 2001 à 2008, il faudrait développer des mesures de nature à augmenter l'utilisation des sources de connaissances qui se situent à l'extérieur du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Par exemple, un programme d'aide à la participation à des foires/expositions (genre MDEIE).

IV. LES OBSTACLES À L'INNOVATION

La propension des entreprises à améliorer ou à développer de nouveaux produits et procédés de fabrication peut être retardée ou même rendue impossible en raison de certains obstacles. En 2008, les quatre obstacles dont l'importance moyenne est la plus élevée pour les entreprises de Domaine-du-Roy sont, par ordre d'importance :

Le manque de fonds propres	(moyenne de 2,3 sur 5 sur l'échelle de gravité)
Le manque d'accessibilité à des capitaux extérieurs	(moyenne de 2,0 sur 5 sur l'échelle de gravité)
Le manque de personnel qualifié	(moyenne de 2,0 sur 5 sur l'échelle de gravité)
Les programmes d'aide gouvernementale qui ne répondent pas aux besoins	(moyenne de 2,0 sur 5 sur l'échelle de gravité)



Le tableau 5 compare les résultats donnés par les entreprises répondantes selon les dix obstacles évalués en 2001 et en 2008.

Tableau 5 :

**Importance des obstacles à l'innovation des entreprises manufacturières pour la MRC
Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008**

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

	2001	2008	Variation 2008/2001 en %
	Moyenne sur une échelle variant de 1 = Pas du tout important à 5 = Extrêmement importante ^a		
Manque de fonds propres	2,06	2,3	+11,65 %
Manque d'accessibilité à des capitaux extérieurs	1,87	2,0	+6,95 %
Manque de personnel qualifié	1,79	2,0	+ 11,73 %
Possibilités de coopération insuffisantes avec d'autres entreprises	1,39	1,8	+ 29,50 %
Possibilités de coopération insuffisantes avec des centres de recherche publics	1,46	1,5	+ 2,74 %
Possibilités de coopération insuffisantes avec les universités et les cégeps	1,34	1,4	+ 4,48 %
Programmes d'aide gouvernementale ne répondent pas à mes besoins	1,57	2,0	+ 27,39 %
Impossibilité de se qualifier aux crédits d'impôts à la R-D	1,27	1,3	+ 2,36 %
Manque d'information sur les technologies pertinentes	1,40	1,7	+ 21,43 %
Absence de réactions des clients aux nouveaux produits	1,29	1,5	+ 16,28 %
Moyenne des dix obstacles	1,54	1,8	+ 16,88 %

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux entreprises non innovantes et celles qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001),

Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

Notons d'abord que l'indice moyen de gravité s'est accentué de 2001 à 2008 passant de 1,54 à 1,8, soit une hausse de 16,9%. Les dix obstacles soumis aux entreprises de la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008 présentent d'ailleurs tous une accentuation de leur indice de gravité comme cause de retard dans l'introduction d'innovations dans les PME.

Les trois obstacles dont l'indice de gravité s'est le plus accru de 2001 à 2008 sont, par ordre décroissant :

	Accentuation de l'indice de gravité de 2001 à 2008
Des possibilités de coopération insuffisantes avec d'autres entreprises	+ 29,5%
Programmes d'aide gouvernementale ne répondent pas à mes besoins	+ 27,4%
Manque d'information sur les technologies pertinentes	+ 21,4%



Les trois obstacles dont l'indice de gravité s'est le moins accru de 2001 à 2008 sont, par ordre décroissant :

	Accentuation de l'indice de gravité de 2001 à 2008
L'impossibilité de se qualifier aux crédits d'impôt à la recherche-développement	+ 2,4%
Des possibilités de coopération insuffisantes avec des centres de recherche publics	+ 2,7%
Des possibilités de coopération insuffisantes avec les universités et les cégeps	+ 4,5%

Pistes de suivi :

- Développer les actions de coopération interentreprises (contrats conjoints, partage d'équipements, etc.).
- Développer/faire connaître un service d'information technologique facilement accessible (genre service Canada/communication Québec).

V. LA RECHERCHE-DÉVELOPPEMENT

Dans cette étude, la recherche-développement est considérée comme un indicateur du niveau de professionnalisation de la création de connaissances des activités qui soutiennent l'innovation dans les entreprises.

L'ampleur de la création de connaissances dans les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy

- 82,9 % des entreprises du Domaine-du-Roy ont innové au cours des trois dernières années.
- 19,5 % des entreprises du Domaine-du-Roy qui ont effectué des activités de recherche-développement l'ont fait avec d'autres organisations au cours de trois dernières années.
- 34,2% des entreprises du Domaine-du-Roy ont obtenu des crédits d'impôt pour leurs activités de recherche-développement au cours des trois dernières années.
- Les entreprises du Domaine-du-Roy qui font de la recherche-développement y affectent en moyenne 1,5 personnes.
- Les entreprises du Domaine-du-Roy qui font de la recherche-développement y affectent 0,9 personne équivalent temps complet.
- Les entreprises du Domaine-du-Roy qui font de la recherche-développement y affectent en moyenne 3,01% de leur chiffre d'affaires annuel en 2008, alors qu'elles y consacraient 2,88% en 2001.
- Les entreprises du Domaine-du-Roy qui acquièrent de la machinerie et des équipements liés au développement de produits et procédés y consacrent en moyenne 10,2% de leur chiffre d'affaires annuel en 2008, alors qu'elles y consacraient 8,72% en 2001.

Obtention des crédits d'impôt à la recherche-développement

En 2008, une entreprise du Domaine-du-Roy sur trois (34,2%) a reçu, depuis trois ans, des crédits d'impôt à la recherche et développement. Ce sont les entreprises de 0 à 5 ans d'existence, les entreprises oeuvrant dans la transformation du bois et les entreprises innovantes qui sont celles qui en reçoivent le plus. Notons que plus une entreprise est importante en terme d'employés, plus elle reçoit de crédits d'impôts liés à la recherche et développement. En 2001, 38,5% des entreprises de la MRC Domaine-du-Roy déclaraient avoir obtenu des crédits d'impôt à la recherche-développement durant les trois années précédentes. De 2001 à 2008, la proportion des entreprises du Domaine-du-Roy qui ont obtenu des crédits d'impôt à la recherche-développement a donc diminué de 11,2%.

Piste de suivi :

- Développer des mesures/services conseils susceptibles d'augmenter le pourcentage global d'entreprises du Domaine-du-Roy qui réclament et obtiennent des crédits d'impôt à la recherche-développement.

Les ressources humaines affectées à la recherche-développement

En moyenne, en 2008 dans le Domaine-du-Roy, il y a 1,5 personnes par établissement qui travaillent en recherche et développement. Ce chiffre est plus élevé chez les jeunes entreprises (2,2), les entreprises de taille moyenne de 20 à 100 employés (3,0), les entreprises de transformation agro-alimentaire (2,2) et surtout chez les entreprises ayant une stratégie d'innovation (3,1). Notons qu'en 2001, 1,02 personnes travaillaient en recherche-développement dans les entreprises du Domaine-du-Roy. De 2001 à 2008, leur nombre moyen s'est donc accru de 47% pour atteindre 1,5 personnes par établissement.

Ces 1,5 personnes équivalent à 0,9 personne en équivalent à temps complet par entreprise. Ici, encore, ce sont les jeunes entreprises (2,0), les entreprises comptant de 20 à 49 employés (2,0), celles comptant de 50 à 99 employés (3,0) et celles ayant une stratégie d'innovation (1,9) qui consacrent le plus de ressources humaines à la recherche et développement de collaboration. Notons qu'en 2001, une moyenne de 0,55 personne équivalent à temps complet travaillait en recherche-développement dans les entreprises du Domaine-du-Roy. De 2001 à 2008, leur nombre moyen s'est donc accru de 63,6%, pour atteindre 0,9 personne par établissement.

Les investissements affectés à la recherche-développement

En 2008, en moyenne depuis trois ans, les entreprises ont consacré 3,01% de leur chiffre d'affaires à la recherche et développement, versus 2,88% en 2001. Il s'agit d'une augmentation de 4,5%.

Ce sont les jeunes entreprises de 0 à 5 ans d'existence, les entreprises agro-alimentaires, les entreprises comptant de 5 à 19 employés et celles ayant une stratégie d'innovation qui investissent le plus en recherche et développement en pourcentage de leur chiffre d'affaires.

En 2008, le montant réel moyen investi en recherche-développement par les entreprises du Domaine-du-Roy se situe à 144 000 \$ par an. Les entreprises agro-alimentaires (53 000 \$ par an) y consacrent moins d'argent que la moyenne, alors que les entreprises oeuvrant dans les autres transformations (252 000 \$ par an) y consacrent des budgets beaucoup plus importants que la moyenne. Plus une entreprise a d'employés, plus elle consacre des budgets importants à la recherche-développement (sauf chez les entreprises de plus de 100 employés). De même, les entreprises innovantes (187 000 \$ par an) consacrent des budgets de recherche-développement plus importants que les entreprises non innovantes (122 000 \$ par an).

VI. LES FACTEURS DE RÉUSSITE DES RELATIONS D'AFFAIRES

Avec les clients et les fournisseurs

Le tableau 6 présente pour 2001 et 2008, l'importance moyenne des facteurs de réussite des relations d'affaires avec les clients et les fournisseurs pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy.

Tableau 6 :

Importance moyenne des facteurs de réussite des relations d'affaires avec les clients et les fournisseurs pour la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

L'importance des facteurs de réussite des relations d'affaires					
	Proximité géographique	Contacts personnels fréquents	Contacts électroniques fréquents	Confiance réciproque	Compétence mutuelle
	Importance des facteurs : moyenne sur une échelle de 5^a (1 = pas du tout important à 5 = extrêmement important)				
2001	2,80	3,39	2,67	3,72	3,64
2008	3,5	3,9	3,0	4,1	3,9
Variation 2008/2001 en %	+ 25,00 %	+ 15,04 %	+ 12,36 %	+ 10,22 %	+ 7,14 %

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux entreprises non innovantes et celles qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

En 2008, comme en 2001, ce sont la confiance réciproque, la compétence mutuelle et les contacts personnels fréquents qui sont les trois facteurs jugés les plus importants pour assurer la réussite des relations d'affaires des entreprises de la MRC Domaine-du-Roy avec leurs clients et fournisseurs. La proximité géographique est cependant, le facteur de réussite qui s'est le plus accru de 2001 à 2008 (+ 25,0%). Notons que l'importance accordée à tous les facteurs proposés dans l'étude, s'est accrue de 2001 à 2008.



Avec les ministères et organismes à vocation économique

Le tableau 7 présente pour 2001 et 2008 l'importance moyenne des facteurs de réussite des relations d'affaires avec les ministères à vocation économique et les organismes de promotion de l'innovation pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy.

Tableau 7 :

Importance moyenne des facteurs de réussite des relations d'affaires avec les ministères à vocation économique et les organismes de promotion de l'innovation pour la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

L'importance des facteurs de réussite des relations d'affaires					
	Proximité géographique	Contacts personnels fréquents	Contacts électroniques fréquents	Confiance réciproque	Compétence mutuelle
	Importance des facteurs : moyenne sur une échelle de 5^a (1 = pas du tout important à 5 = extrêmement important)				
2001	2,31	2,72	2,39	3,00	3,03
2008	2,0	2,4	2,2	2,9	2,8
Variation 2008/2001 en %	- 13,42 %	- 11,76 %	- 7,95 %	- 3,33 %	- 7,59 %

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux entreprises non innovantes et celles qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

En 2008, comme en 2001, ce sont la compétence mutuelle et la confiance réciproque qui sont les deux facteurs jugés les plus importants pour la réussite des relations d'affaires avec les représentants des ministères à vocation économique et les organismes de promotion de l'innovation. Notons que l'importance accordée à tous les facteurs proposés dans l'étude, a diminué de 2001 à 2008.



VII. LE CAPITAL RELATIONNEL : LE DEGRÉ DE CONNAISSANCE PERSONNELLE DES ACTEURS DE L'ENVIRONNEMENT DES ENTREPRISES

Le tableau 8 présente pour 2001 et 2008, l'importance moyenne des facteurs de réussite des relations d'affaires avec les clients et les fournisseurs pour les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy.

Tableau 8 :

Le réseau et les relations interpersonnelles avec les partenaires selon les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy en 2001 et en 2008

(Région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : Enquête 2001, MRC Domaine-du-Roy : Enquête 2008)

Je connais personnellement...				
	Intervenants ou des gestionnaires des ministères à vocation économique	Intervenants ou des gestionnaires d'organismes de promotion économique (CLD, SADC, etc.)	Chercheurs collégiaux, universitaires ou gouvernementaux dans le domaine de mes produits	Mes clients et mes fournisseurs
	Intensité des relations personnelles sur une échelle de 5^a (1 = pas du tout important à 5 = extrêmement important)			
2001	1,74	2,20	1,54	3,59
2008	1,80	2,40	1,30	N/D
Variation 2008/2001 en %	+ 3,45 %	+ 9,09 %	- 15,58 %	N/D

^a Dans le calcul de cette moyenne, nous avons exclu les observations qui correspondent aux choix de réponses *Ne s'applique pas*, *Ne répond pas*, et *Ne sait pas*.

Source 2001 : Enquête Landry sur l'innovation dans les entreprises manufacturières du Saguenay-Lac-Saint-Jean (2001), Centre de la haute technologie Jonquière inc.

Compilé par : Réjean Landry et Nabil Amara, Université Laval (septembre 2001).

Source 2008 : Enquête GPS – SADC Lac-Saint-Jean Ouest

En général, les entreprises connaissent peu les intervenants des ministères (cote de 1,8 sur 5), des organismes économiques locaux (cote de 2,4 sur 5), ou des chercheurs collégiaux / universitaires (cote de 1,3 sur 5).

Les organismes économiques locaux (CLD, SADC) sont cependant les plus connus.

Les entreprises ayant une stratégie d'innovation connaissent mieux les intervenants que la moyenne des répondants.

Plus il y a longtemps qu'une entreprise est engagée dans sa stratégie d'innovation, plus elle connaît les intervenants de support.

Pistes de suivi :

- Organiser des événements où les dirigeants d'entreprises du Domaine-du-Roy pourraient connaître personnellement les intervenants des organismes de promotion économiques, les intervenants et gestionnaires des ministères à vocation économique, ainsi que des chercheurs universitaires et gouvernementaux oeuvrant dans le domaine de leurs produits.
- Organiser une activité annuelle entre les agents de développement économique locaux et les ministères/agences de développement économique afin de se faire présenter leurs principaux programmes d'aide/d'intervention.



VIII. LA MAIN D'ŒUVRE ET LES POSTES VACANTS

En 2008, rappelons que l'effectif total moyen d'employés dans les entreprises de la MRC Domaine-du-Roy atteint 38,2 personnes par entreprise, avec un effectif moyen de 51,5 personnes dans les entreprises innovantes et 30,7 personnes dans les entreprises non innovantes. Quant à l'effectif moyen de techniciens, d'ingénieurs et de scientifiques, il est de 4,29, avec une moyenne de 2,91 pour les entreprises non innovantes et 6,6 pour les entreprises innovantes. Le nombre total moyen de techniciens, ingénieurs et scientifiques par entreprise de Domaine-du-Roy était de 4,05 en 2001, ce chiffre moyen s'est donc accru de 6% depuis 2001.

Dans le but de vérifier si les entreprises rencontraient des difficultés de recrutement de main d'œuvre, nous avons demandé aux dirigeants d'entreprises de la MRC Domaine-du-Roy de nous indiquer s'ils avaient présentement des postes vacants pour lesquels ils recherchaient activement des travailleurs de l'extérieur de leur établissement.

Une entreprise sur huit (12,2%) déclare éprouver des difficultés de recrutement de personnel.

Ce sont les entreprises de 6 à 10 ans d'existence (33,3%) qui sont les plus touchées.

Les entreprises oeuvrant dans les autres transformations (secteurs plus spécialisés) éprouvent également plus de difficulté que la moyenne de ce côté (33,3%).

Les entreprises de plus de 50 employés indiquent ne pas vivre de problématique de recrutement de main d'œuvre, de même que les entreprises engagées dans une stratégie d'innovation.

Neuf métiers, représentant onze postes, sont identifiés en difficulté de recrutement par les entreprises sondées.

Dans les raisons invoquées le manque d'expérience arrive en tête, suivi de la perception que la région est éloignée et peu dynamique.

Les compétences des candidats ne sont pas en cause dans les difficultés de recrutement.

La question des salaires trop faibles, des horaires trop exigeants et de l'environnement physique difficile n'est pas perçue comme des raisons importantes expliquant les difficultés de recrutement.

IX. LA RELÈVE DES DIRIGEANTS DES PME

Une entreprise sur deux (46,3%) aura à assurer la relève de ses propriétaires-dirigeants d'ici cinq ans. Les entreprises plus âgées ne sont pas plus confrontées à cette problématique que les autres. Par contre, les entreprises ayant une stratégie d'innovation seront confrontées à ce phénomène dans une proportion beaucoup plus élevée (73,3%) que la moyenne (46,3%).

Une entreprise sur trois (36,6%) a un plan de relève de son ou de ses propriétaires-dirigeants. En plus, une entreprise sur cinq est en train d'élaborer un tel plan de relève. Ainsi, une entreprise sur deux a déjà ou est en train de préparer sa relève, soit la même proportion que celles des entreprises qui auront effectivement à assurer leur relève. Les entreprises ayant plus de 100 employés et celles ayant une stratégie d'innovation sont plus préparées par rapport à cet évènement que la moyenne.



Pistes de suivi :

- Poursuivre les efforts de sensibilisation/préparation des entreprises en relation avec la relève de leur propriétaire/dirigeant.
- Identifier clairement les entreprises du milieu qui seront prochainement en mode acquisition ou en mode vente. Mettre les acquéreurs en lien avec les vendeurs locaux.

X. LES FACTEURS DE SUCCÈS DE L'ENTREPRISE

Les éléments qui ont le plus contribué au succès des entreprises sont le développement des marchés d'exportation (surtout chez les entreprises ayant offert beaucoup de nouveaux produits/services) et le fait d'avoir introduit de nouvelles technologies (surtout chez les entreprises de 0 à 5 ans, celles de plus de 31 ans, les entreprises agro-alimentaires et celles ayant de 50 à 99 employés).

Les sept autres éléments d'explication de succès proposés aux entreprises ont tous été cotés comme ayant eu une influence variant entre faible et moyenne sur le succès de l'entreprise.

XI. STRATÉGIE D'INNOVATION

Une entreprise sur trois (36,6%) est déjà engagée dans une stratégie d'innovation et une sur dix (9,8%) est en processus d'implantation d'une telle stratégie. Ainsi, près d'une entreprise sur deux (46,3%) est impliquée dans une stratégie d'innovation.

Parmi les 53,7% d'entreprises qui ne sont pas actuellement engagées dans une stratégie d'innovation, 9,5% l'envisage prochainement et 28,6% sont incertaines. Il s'agit là, d'entreprises à appuyer dans ce sens.

Pistes de suivi :

- Développer un programme d'aide financière visant le développement d'une stratégie d'innovation dans les PME.
- Développer une gouvernance optimale de l'innovation dans la MRC Domaine-du-Roy selon les principes du Conseil de la Science et de la Technologie du Québec. (Voir les six principes ci-après).

Résumé des six principes de gouvernance du système québécois d'innovation

Principe 1 – Adopter et maintenir une vision systémique de l'innovation

L'innovation n'est pas le fait de quelques organismes ou acteurs isolés; une multiplicité d'acteurs hétérogènes (entreprises, établissements d'enseignement supérieur, organismes publics et autres) y participent. Pour être efficace, toute stratégie visant à développer l'innovation doit se concevoir de façon cohérente et fructueuse (vision d'ensemble partagée) tout en tenant compte des différences. C'est ce que préconise l'OCDE dans ses documents, et c'est aussi ce que font plusieurs pays.

Principe 2 – Assurer un engagement gouvernemental clair, continu et cohérent en faveur de l'innovation

Un leadership politique clair et soutenu dans le temps montre qu'un gouvernement croit à l'importance de l'innovation comme clé du développement socioéconomique. Un tel engagement crée un effet mobilisateur considérable, donne du poids aux positions d'un gouvernement et favorise la coordination et les interventions ministérielles (convergence des actions).

Principe 3 – Associer les acteurs de l'innovation à l'élaboration de la stratégie

À la base de la notion gouvernance se trouve une participation élargie des acteurs. Celle-ci permet d'accroître l'adhésion autour des objectifs et des orientations d'une stratégie, surtout lorsqu'il s'agit d'effectuer des choix et d'établir des priorités. Parce que les acteurs du SNI sont ceux qui bénéficient des efforts du soutien public à l'innovation et qu'ils sont eux-mêmes les principaux moteurs de l'innovation, leur mobilisation et leur apport ne peuvent que contribuer à assurer la réalisation des actions proposées.

Principe 4 – S'appuyer sur une veille efficace et sur une évaluation continue du système

La veille, la prospective et l'évaluation sont des thèmes de haute importance pour plusieurs grands joueurs internationaux. Plus qu'une simple activité, la veille est reconnue depuis longtemps en tant qu'outil stratégique permettant d'accroître l'avantage compétitif et les connaissances contextuelles entourant les grands enjeux vécus par les collectivités. C'est par des pratiques d'intelligence stratégique que les organisations en viennent à cerner et définir efficacement leurs propres forces et faiblesses. C'est par l'examen des résultats via l'évaluation que peuvent se mesurer la justesse et la pertinence des décisions prises par un gouvernement en matière d'innovation.

Principe 5 – Miser sur les compétences des acteurs et sur leurs interactions

L'innovation est avant tout l'affaire et la responsabilité des organisations et des entreprises innovantes elles-mêmes. L'intervention gouvernementale doit venir en appui à l'initiative de ces milieux, en agissant sur les facteurs qui favorisent leurs performances, notamment en facilitant les échanges et la mise en réseaux et en tenant compte des différences de situations et de besoins. Pour cela, la compétence des acteurs elle-même doit aussi être soutenue, en particulier à travers l'enseignement supérieur et le développement d'une recherche scientifique de qualité.

Principe 6 – Faire participer la société à l'effort d'innovation et à ses bénéfices

La culture scientifique est un outil de sensibilisation du public qui contribue à créer un climat favorable à l'innovation. C'est également une condition essentielle pour former la relève dont ont besoin les acteurs de l'innovation. De plus en plus, cependant, la question du rapprochement science et société se conçoit de façon plus bilatérale. Intégrer les préoccupations de la population à la gouvernance du SNI, par exemple, contribue à renforcer l'appui dont peut bénéficier une politique ou une stratégie en ce domaine.

Source : Conseil de la science et de la technologie, *La gouvernance du système québécois d'innovation*, 2006, 53 p.

Liste des pistes de suivi suggérées dans le rapport

A) Développer la culture de l'innovation au sein des entreprises du Domaine-du-Roy

- Réduire la dépendance actuelle des entreprises envers un petit nombre de fournisseurs.
- Répondre à la problématique des travailleurs trop qualifiés.
- Sensibiliser les plus petites entreprises à la nécessité de développer et d'améliorer leurs produits et leurs procédés de fabrication en raison de leur plus faible propension à innover.
- Sensibiliser les entreprises des secteurs transformation du bois et des produits métalliques à la nécessité de développer et d'améliorer leurs procédés de fabrication en raison de leur plus faible propension à innover.
- Sensibiliser les cégeps et les universités à leur faiblesse en tant que source d'informations pour le développement de l'innovation dans les entreprises et développer de nouveaux moyens de liaison entre ces institutions et les entreprises du Domaine-du-Roy.
- Rendre les programmes d'informations du gouvernement plus accessibles pour les entreprises du Domaine-du-Roy.
- Poursuivre les efforts de sensibilisation/préparation des entreprises en relation avec la relève de leur propriétaire/dirigeant.

B) Actions à entreprendre auprès des entreprises du Domaine-du-Roy

- Étant donné que la grande dépendance des entreprises du Domaine-du-Roy envers ses clients/fournisseurs du Saguenay-Lac-Saint-Jean s'est accrue sensiblement de 2001 à 2008, il faudrait développer des mesures de nature à augmenter l'utilisation des sources de connaissances qui se situent à l'extérieur du Saguenay-Lac-Saint-Jean.
- Développer les actions concrètes de coopération interentreprises (contrats conjoints, partage d'équipements, etc.).
- Faire connaître les services d'information technologiques (réseaux de veille, bulletin électronique).
- Développer des mesures/services conseils susceptibles d'augmenter le pourcentage global d'entreprises du Domaine-du-Roy qui réclament et obtiennent des crédits d'impôt à la recherche-développement.
- Organiser des événements où les dirigeants d'entreprises du Domaine-du-Roy pourraient connaître personnellement les intervenants des organismes de promotion économiques, les intervenants et gestionnaires des ministères à vocation économique, ainsi que des chercheurs universitaires et gouvernementaux oeuvrant dans le domaine de leurs produits.
- Organiser une activité annuelle entre les agents de développement économique locaux et les ministères/agences de développement économique afin de se faire présenter leurs principaux programmes d'aide/d'intervention.
- Identifier clairement les entreprises du milieu qui seront prochainement en mode acquisition ou en mode vente. Mettre les acquéreurs en lien avec les vendeurs locaux.

- Développer un programme d'aide financière ou autre visant à supporter visant le développement d'une stratégie d'innovation dans les PME.
- Développer une gouvernance optimale de l'innovation dans la MRC Domaine-du-Roy selon les principes du Conseil de la Science et de la Technologie du Québec.



Annexe

LE QUESTIONNAIRE AVEC RÉPONSES ET ANALYSES DÉTAILLÉES



Section 1 Environnement concurrentiel
1. Pourriez-vous indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants ?

- 1) Fortement en désaccord
- 2) En désaccord
- 3) Plus ou moins d'accord
- 4) D'accord
- 5) Fortement d'accord

	Nombre	1.1. Les besoins de mes clients sont faciles à prévoir	1.2. Mes clients peuvent facilement trouver chez mes concurrents un substitut à mes produits	1.3. Mon entreprise peut facilement remplacer ses fournisseurs actuels	1.4. Il est facile d'embaucher des travailleurs qualifiés	1.5. Il est difficile de retenir des travailleurs qualifiés	1.6. Nos produits deviennent rapidement périmés	1.7. Les technologies de production évoluent rapidement	Moyenne des sept énoncés
Ensemble des répondants	41	3,6	3,1	2,9	2,4	3,2	2,5	3,7	3,1
Années d'existence									
0 à 5 ans	5	3,6	2,2	3,2	2,2	2,6	2,7	3,2	2,8
6 à 10 ans	6	3,5	3,0	3,0	2,7	3,5	3,0	3,8	3,2
11 à 20 ans	7	3,7	2,8	3,2	2,0	2,5	1,7	4,0	2,8
21 à 30 ans	10	3,7	3,0	2,6	2,3	3,4	2,3	3,8	3,0
31 ans et plus	13	3,6	3,8	2,8	2,5	3,5	2,7	3,6	3,2
Secteurs d'activités									
Transformations du bois	12	3,5	3,5	2,7	2,6	3,1	2,5	3,7	3,1
Transformations agro-alimentaires	11	3,7	3,0	2,9	2,2	3,5	2,6	3,5	3,1
Transformations des produits métalliques	9	3,6	3,1	3,4	2,7	3,3	2,2	4,0	3,2
Autres transformations	9	3,7	2,9	2,6	1,9	2,9	2,3	3,6	2,8
Nombre d'employés									
1 à 4	14	3,6	3,1	3,0	2,6	3,0	3,0	3,8	3,2
5 à 19	12	3,7	2,8	2,8	2,2	3,4	2,3	3,8	3,0
20 à 49	8	3,3	3,6	2,9	2,0	3,5	2,8	3,6	3,1
50 à 99	1	4,0	2,0	3,0	2,0	2,0	2,0	3,0	2,6
100 et plus	6	4,0	3,3	2,7	2,7	3,2	2,0	3,5	3,1
Stratégie innovation									
Non	22	3,6	3,4	2,9	2,6	3,1	2,3	3,8	3,1
Oui, total	15	3,7	2,7	2,9	2,0	3,2	2,7	3,5	2,9
Moins de 1 an	4	4,0	2,5	3,8	2,3	3,3	2,8	3,8	3,2
Entre 1 et 3 ans	8	3,3	2,7	2,4	2,3	3,1	2,0	4,0	2,8
Plus de 3 ans	3	4,3	2,8	2,5	1,5	3,3	2,3	2,8	2,8
En processus	4	3,4	3,6	2,8	2,4	3,7	3,3	3,6	3,3
Nouveaux produits / services offerts									
Aucun	7	3,7	3,0	2,9	2,3	3,2	2,0	3,6	3,0
Oui, total	34	3,4	2,9	3,1	2,3	3,4	2,8	3,6	3,1
1 à 4	24	3,7	3,3	2,6	2,4	2,9	2,3	3,9	3,0
5 à 10	8	3,5	3,0	3,1	2,1	3,8	3,0	3,3	3,1
11 et plus	2	3,0	2,5	3,5	2,5	3,5	3,0	3,5	3,1

Note : Les données foncées présentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- En moyenne, seuls deux énoncés ressortent positivement, soit « les besoins de mes clients sont faciles à prévoir » avec une cote de 3,7 sur 5 (ce qui indique une bonne connaissance de leurs besoins) et « les technologies de production évoluent rapidement » avec une cote de 3,7 sur 5.
- Les énoncés avec lesquels les répondants sont le moins en accord sont « nos produits deviennent rapidement périmés » (cote de 2,5 sur 5) et « il est facile d'embaucher des travailleurs qualifiés » (cote d'assentiment de 2,4 sur 5).

- Les répondants sont neutres par rapport aux autres énoncés (« mes clients peuvent facilement trouver chez mes concurrents un substitut à mes produits », « mon entreprise peut facilement remplacer ses fournisseurs actuels », et « il est difficile de retenir des travailleurs qualifiés »).
- Les croisements avec le nombre d'années d'existence de l'entreprise, son secteur d'activité, son nombre d'employés, le fait que l'entreprise soit ou non inscrite dans une stratégie d'innovation, et le nombre de nouveaux produits/services offerts n'influencent pas en général les réponses.
- Cependant, moins une entreprise a lancé de nouveaux produits/services, plus elle croit que les besoins de ses clients sont faciles à prévoir. Dans le même sens, plus une entreprise a lancé de nouveaux produits/services, plus elle admet que ses produits deviennent rapidement périmés.



Section 2 Innovation

2. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle offert des produits (biens ou services) nouveaux ou sensiblement améliorés à sa clientèle ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	82,93%	17,07%
	Nombre	41	34	7
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	80,00%	20,00%
6 à 10 ans		6	83,33%	16,67%
11 à 20 ans		7	100,00%	0,00%
21 à 30 ans		10	60,00%	40,00%
31 ans et plus		13	92,31%	7,69%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	66,67%	33,33%
Transformations agro-alimentaires		11	90,91%	9,09%
Transformations des produits métalliques		9	77,78%	22,22%
Autres Transformations		9	100,00%	0,00%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	71,43%	28,57%
5 à 19		12	91,67%	8,33%
20 à 49		8	100,00%	0,00%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	66,67%	33,33%
Stratégie Innovation				
Non		22	70,00%	30,00%
Oui, total		15	93,33%	6,67%
Moins de 1 an		4	100,00%	0,00%
Entre 1 et 3 ans		8	100,00%	0,00%
Plus de 3 ans		3	75,00%	25,00%
En processus		4	100,00%	0,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	0,00%	100,00%
Oui, total		34	100,00%	0,00%
1 à 4		24	100,00%	0,00%
5 à 10		8	100,00%	0,00%
11 et plus		2	100,00%	0,00%

Note : Les données foncées présentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Quatre entreprises sur dix questionnées ont offert depuis trois ans des nouveaux produits/services à sa clientèle.
- Les grandes entreprises (plus de 99 employés) ont moins lancé de nouveaux produits/services. Il en est de même pour les très petites entreprises.
- En fait, ce sont les entreprises de taille moyenne (5 à 99 employés) qui sont celles qui ont lancé le plus de nouveaux produits/services.
- La présence d'une stratégie d'innovation dans l'entreprise suscite plus de lancements de nouveaux produits/services que chez les autres entreprises.

- Les entreprises oeuvrant dans le secteur de la transformation du bois sont celles qui ont lancé le moins de nouveaux produits/services, alors que celles dans les autres transformations sont celles qui en ont lancé le plus.



3. Si oui, combien de produits / services nouveaux ou sensiblement améliorés ont été offerts au cours des trois dernières années ?

		Nombre	Aucun	Oui, total	1 à 4	5 à 10	11 et plus
Ensemble des résultats	%	100,00%	17,07%	82,93%	70,59%	23,53%	5,88%
	Nombre	41	7	34	24	8	2
Années d'existence							
0 à 5 ans		5	20,00%	80,00%	40,00%	0,00%	40,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	83,33%	50,00%	33,33%	0,00%
11 à 20 ans		7	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%
21 à 30 ans		10	40,00%	60,00%	40,00%	20,00%	0,00%
31 ans et plus		13	7,69%	92,31 %	61,54%	30,77%	0,00%
Secteurs d'activités							
Transformations du bois		12	33,33%	66,67%	58,33%	8,33%	0,00%
Transformations agro-alimentaires		11	9,09%	90,91%	54,54%	18,18%	18,18%
Transformations des produits métalliques		9	22,22%	77,78%	66,67%	11,11%	0,00%
Autres Transformations		9	0,00%	100,00%	55,56%	44,44%	0,00%
Nombre d'employés							
1 à 4		14	28,57%	71,43%	50,00%	21,43%	0,00%
5 à 19		12	8,33%	91,67%	41,67%	33,33%	16,67%
20 à 49		8	0,00%	100,00%	87,50%	12,50%	0,00%
50 à 99		1	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%
100 et plus		6	33,33%	66,67%	66,67%	0,00%	0,00%
Stratégie Innovation							
Non		22	27,27%	72,73%	45,45%	22,73%	4,55%
Oui, total		15	6,67%	93,33%	80,00%	6,67%	6,67%
Moins de 1 an		4	0,00%	100,00%	75,00%	25,00%	0,00%
Entre 1 et 3 ans		8	0,00%	100,00%	87,50%	0,00%	12,50%
Plus de 3 ans		3	33,33%	66,67%	66,67%	0,00%	0,00%
En processus		4	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	0,00%

Note : Les données forcées présentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Les entreprises qui n'ont lancé aucuns nouveaux produits/services depuis trois ans ont entre 21 et 30 ans d'existence, sont plus actives dans la transformation du bois et sont très petites ou très grandes.
- Les entreprises qui ont lancé de 1 à 4 nouveaux produits/services depuis trois ans sont plus représentées dans la catégorie d'âge de 11 à 20 ans, ont plus de 20 employés et ont une stratégie d'innovation depuis plus de trois ans.
- Les entreprises qui ont lancé de 5 à 10 nouveaux produits/services depuis trois ans sont plus représentées dans le secteur autres transformations et la catégorie 5 à 10 employés.
- Les entreprises qui ont lancé plus de 11 nouveaux produits/services depuis trois ans sont jeunes (0 à 5 ans), sont actives en transformation agro-alimentaire, ont de 5 à 19 employés et ont une stratégie d'innovation depuis 1 à 3 ans.

4. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle introduit des procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	53,66%	46,34%
	Nombre	41	22	19
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	60,00%	40,00%
6 à 10 ans		6	50,00%	50,00%
11 à 20 ans		7	57,14%	42,86%
21 à 30 ans		10	40,00%	60,00%
31 ans et plus		13	61,54%	38,46%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	50,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires		11	63,64%	36,36%
Transformations des produits métalliques		9	22,22%	77,78%
Autres Transformations		9	77,78%	22,22%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	50,00%	50,00%
5 à 19		12	58,33%	41,67%
20 à 49		8	50,00%	50,00%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	50,00%	50,00%
Stratégie Innovation				
Non		22	50,00%	50,00%
Oui, total		15	60,00%	40,00%
Moins de 1 an		4	75,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	37,50%	62,50%
Plus de 3 ans		3	100,00%	0,00%
En processus		4	50,00%	50,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	28,57%	71,43%
Oui, total		34	54,05%	45,95%
1 à 4		24	62,50%	37,50%
5 à 10		8	62,50%	37,50%
11 et plus		2	0,00%	100,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Depuis trois ans, alors que huit entreprises sur dix ont introduit de nouveaux produits/services, seulement une sur deux a introduit de nouveaux procédés de production/fabrication.
- Les entreprises qui ont introduit de nouveaux procédés de production/fabrication sont surtout actives dans les autres transformations, ont une taille moyenne (de 50 à 99 employés) et ont une stratégie d'innovation.
- Les entreprises qui n'ont pas introduit de nouveaux procédés de production/fabrication sont plus présentes dans le secteur de la transformation des produits métalliques et n'ont introduit aucuns nouveaux produits/services depuis trois ans.

5. Si oui, en gros, combien de mois se sont écoulés entre le moment où vous avez commencé à consacrer des ressources à votre plus important projet de développement de nouveaux produits ou de nouveaux procédés et la réalisation des premières ventes ?

		Nombre	Moyenne (Nombre de mois)	0 à 3 mois	3 à 8 mois	9 à 12 mois	13 à 18 mois	19 mois et plus
Ensemble des répondants	%	100,00%	7,9	33,33%	27,78%	22,22%	5,56%	11,11%
	Nombre	18	--	6	5	4	1	2
Années d'existence								
0 à 5 ans		3	5,5	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6 à 10 ans		2	13,0	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%
11 à 20 ans		3	11,7	0,00%	66,67%	0,00%	0,00%	33,33%
21 à 30 ans		3	4,5	66,67%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%
31 ans et plus		7	7,3	57,14%	0,00%	28,57%	0,00%	14,29%
Secteurs d'activités								
Transformations du bois		4	5,7	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	0,00%
Transformations agro- alimentaires		7	8,5	42,86%	14,29%	14,29%	14,29%	14,29%
Transformations des produits métalliques		2	8,0	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%
Autres Transformations		5	8,0	40,00%	20,00%	20,00%	0,00%	20,00%
Nombre d'employés								
1 à 4		5	7,7	20,00%	40,00%	20,00%	20,00%	0,00%
5 à 19		5	2,3	80,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%
20 à 49		4	13,7	0,00%	0,00%	75,00%	0,00%	25,00%
50 à 99		1	5,5	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
100 et plus		3	10,3	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	33,33%
Stratégie Innovation								
Non		8	6,9	25,00%	12,50%	37,50%	12,50%	12,50%
Oui, total		9	6,8	33,33%	44,44%	11,11%	0,00%	11,11%
Moins de 1 an		3	4,2	33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%
Entre 1 et 3 ans		3	5,8	33,33%	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%
Plus de 3 ans		3	10,3	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	33,33%
En processus		1	1,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Nouveaux produits / services offerts								
Aucun		2	3,5	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Oui, total		16	8,5	31,25%	25,00%	25,00%	6,25%	12,50%
1 à 4		13	9,4	23,08%	30,77%	23,08%	7,69%	15,38%
5 à 10		3	4,5	66,67%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%
11 et plus		--	--	--	--	--	--	--

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- En général, il s'est écoulé huit mois entre le début d'un projet de développement et les premières ventes.
- Les entreprises de la transformation du bois font plus vite (5,7 mois) de même que celles inscrites depuis moins d'un an à une stratégie d'innovation (4,2 mois) et celles avec une taille de 5 à 19 employés (2,3 mois).
- Les entreprises où l'on observe un plus long délai que la moyenne, ont entre 6 à 20 ans d'âge, ont de 20 à 49 employés et plus de 100 employés.
- En général, plus une entreprise est inscrite depuis longtemps dans une stratégie d'innovation, plus son délai recherche/vente est long.

6. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle...effectué de la R-D liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés ?

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	53,66%	46,34%
	Nombre	41	22	19
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	100,00%	0,00%
6 à 10 ans		6	50,00%	50,00%
11 à 20 ans		7	42,86%	57,14%
21 à 30 ans		10	50,00%	50,00%
31 ans et plus		13	46,15%	53,85%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	66,67%	33,33%
Transformations agro-alimentaires		11	72,73%	27,27%
Transformations des produits métalliques		9	44,44%	55,56%
Autres Transformations		9	22,22%	77,78%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	21,43%	78,57%
5 à 19		12	50,00%	50,00%
20 à 49		8	87,50%	12,50%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	83,33%	16,67%
Stratégie Innovation				
Non		22	36,36%	63,64%
Oui, total		15	80,00%	20,00%
Moins de 1 an		4	75,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	75,00%	25,00%
Plus de 3 ans		3	100,00%	0,00%
En processus		4	50,00%	50,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	28,57%	71,43%
Oui, total		34	58,82%	41,18%
1 à 4		24	62,50%	37,50%
5 à 10		8	37,50%	62,50%
11 et plus		2	100,00%	0,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, lesquelles ?

Emballeuse gypse, emballeuse poutrelle, amélioration d'un transporteur forestier, production, analyse, fabrication en aluminium, développement machinerie, remboard, bagel, mille-feuille, bois d'exportation, éolienne, soudeuse portative, L.V.L., amélioration du produit, améliorer l'équipement, améliorer la qualité, séchage du bois

Analyse des résultats

- Depuis trois ans, une entreprise sur deux a effectué de la R-D en lien avec des produits/procédés.
- Les entreprises qui font plus de R-D que la moyenne, sont âgées de 0 à 5 ans, sont actives dans la transformation du bois, la transformation agro-alimentaire, ont plus d'employés que la moyenne et ont une stratégie d'innovation.
- Les entreprises qui font moins de R-D que la moyenne, sont actives dans les autres transformations, sont de petite taille (1 à 4 employés) et n'ont pas de stratégie d'innovation.



7. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle fait l'acquisition de machinerie, d'outillage et d'autres technologies liés à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	51,22%	48,78%
	Nombre	41	21	20
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	40,00%	60,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	83,33%
11 à 20 ans		7	71,43%	28,57%
21 à 30 ans		10	50,00%	50,00%
31 ans et plus		13	61,54%	38,46%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	50,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires		11	54,55%	45,45%
Transformations des produits métalliques		9	33,33%	66,67%
Autres Transformations		9	66,67%	33,33%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	35,71%	64,29%
5 à 19		12	50,00%	50,00%
20 à 49		8	75,00%	25,00%
50 à 99		1	0,00%	100,00%
100 et plus		6	66,67%	33,33%
Stratégie Innovation				
Non		22	35,00%	65,00%
Oui, total		15	66,67%	33,33%
Moins de 1 an		4	75,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	75,00%	25,00%
Plus de 3 ans		3	25,00%	75,00%
En processus		4	80,00%	20,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	14,29%	85,71%
Oui, total		34	58,82%	41,18%
1 à 4		24	62,50%	37,50%
5 à 10		8	50,00%	50,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, lesquelles ?

Faiseuse numérique, logiciel de gestion, outillages conventionnels, mixer, programmation-outillage, nettoyeur électrique, logiciels, gestion, technique de dessin, imprimante pager, système d'usinage mobile, système climatisation, broyeur, shear-iron worker, copieur numérique, machine Boadiver, four, équipement électronique, réfrigération, modernisation, soudeuse, séchage, rabotage

Analyse des résultats

- En moyenne, une entreprise sur deux a procédé à l'acquisition de machinerie/outillage depuis trois ans.
- Les catégories d'entreprises qui ont acheté plus de machinerie/outillage que la moyenne sont celles âgées de 11 à 20 ans, de 31 ans et plus, sont actives dans les

autres transformations, ont entre 20 et 49 employés et ont une stratégie d'innovation.

- Les catégories d'entreprises qui ont acheté moins de machinerie/outillage que la moyenne sont jeunes (moins de 10 ans), sont actives dans la transformation des produits métalliques, ont peu d'employés (1 à 4 employés) ou de 50 à 99 employés, ne sont pas inscrites dans une stratégie d'innovation tout en n'ayant offert aucuns nouveaux produits/services à sa clientèle depuis trois ans.



8. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle fait de l'ingénierie et de la conception industrielles liées à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	31,71%	68,29%
	Nombre	41	13	28
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	80,00%	20,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	83,33%
11 à 20 ans		7	28,57%	71,43%
21 à 30 ans		10	30,00%	70,00%
31 ans et plus		13	23,08%	76,92%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	41,67%	58,33%
Transformations agro-alimentaires		11	18,18%	81,82%
Transformations des produits métalliques		9	44,44%	55,56%
Autres Transformations		9	22,22%	77,78%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	7,14%	92,86%
5 à 19		12	25,00%	75,00%
20 à 49		8	87,50%	12,50%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	16,67%	83,33%
Stratégie Innovation				
Non		22	10,00%	90,00%
Oui, total		15	53,33%	46,67%
Moins de 1 an		4	50,00%	50,00%
Entre 1 et 3 ans		8	62,50%	37,50%
Plus de 3 ans		3	25,00%	75,00%
En processus		4	60,00%	40,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	14,29%	85,71%
Oui, total		34	35,29%	64,71%
1 à 4		24	37,50%	62,50%
5 à 10		8	25,00%	75,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, lesquelles ?

Emballeuse, transporteur dessin, transformation machines de clients, informatique, amélioration aux machines, prépresse, système air séchage, éolienne, innovation méthode récupération, fabrication nouveau papier, séchage, rabotage

Analyse des résultats

- Seulement une entreprise sur trois a fait de l'ingénierie/conception industrielle depuis trois ans.
- Les entreprises qui en font plus que la moyenne, ont moins de 5 ans d'existence, sont actives dans la transformation du bois et des produits métalliques, sont d'une taille moyenne (20 à 99 employés) et sont inscrites dans une stratégie d'innovation.

- Les entreprises qui en font moins que la moyenne, ont plus de 5 ans d'existence, sont actives en transformation agro-alimentaire et dans les autres transformations, sont soit petites (moins de 19 employés) ou très grandes (plus de 100 employés), n'ont pas de stratégie d'innovation et n'ont offerts à leur clientèle aucuns nouveaux produits/services depuis trois ans.



9. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle effectué le démarrage de la production lié à des produits ou procédés de production / fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	41,46%	58,54%
	Nombre	41	17	24
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	60,00%	40,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	83,33%
11 à 20 ans		7	57,14%	42,86%
21 à 30 ans		10	40,00%	60,00%
31 ans et plus		13	38,46%	61,54%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	50,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires		11	45,45%	54,55%
Transformations des produits métalliques		9	55,56%	44,44%
Autres Transformations		9	11,11%	88,89%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	0,00%	100,00%
5 à 19		12	33,33%	66,67%
20 à 49		8	87,50%	12,50%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	83,33%	16,67%
Stratégie Innovation				
Non		22	15,00%	85,00%
Oui, total		15	80,00%	20,00%
Moins de 1 an		4	75,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	87,50%	12,50%
Plus de 3 ans		3	50,00%	50,00%
En processus		4	40,00%	60,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	14,29%	85,71%
Oui, total		34	47,06%	52,94%
1 à 4		24	58,33%	41,67%
5 à 10		8	12,50%	87,50%
11 et plus		2	50,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, lesquelles ?

Emballage, transporteur, transformation, culture dranure-lin-gourgane, emballage, machines concernées, remboard, remorque hors route, bois d'exportation, amélioration continue, nouvelle machine

Analyse des résultats

- Quatre entreprises sur 10 ont démarré de nouvelles productions depuis trois ans.
- Les catégories d'entreprises qui ont démarré le plus de nouvelles productions, ont moins de 5 ans d'existence, sont actives dans la transformation des produits métalliques, ont plus de 20 employés et ont une stratégie d'innovation.
- Les catégories d'entreprises qui ont démarré le moins de nouvelles productions ont de 6 à 10 ans d'existence, sont actives dans les autres transformations, ont moins de 19 employés, n'ont pas de stratégie d'innovation et n'ont offert aucuns nouveaux produits/services à leur clientèle depuis trois ans.

10. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle fait de la formation liée à des produits ou procédés de production/fabrication nouveaux ou sensiblement améliorés ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	53,66%	46,34%
	Nombre	41	22	19
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	40,00%	60,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	83,33%
11 à 20 ans		7	85,71%	14,29%
21 à 30 ans		10	60,00%	40,00%
31 ans et plus		13	53,85%	46,15%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	83,33%	16,67%
Transformations agro-alimentaires		11	54,55%	45,45%
Transformations des produits métalliques		9	22,22%	77,78%
Autres Transformations		9	44,44%	55,56%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	35,71%	64,29%
5 à 19		12	33,33%	66,67%
20 à 49		8	87,50%	12,50%
50 à 99		1	0,00%	100,00%
100 et plus		6	100,00%	0,00%
Stratégie Innovation				
Non		22	45,00%	55,00%
Oui, total		15	73,33%	26,67%
Moins de 1 an		4	50,00%	50,00%
Entre 1 et 3 ans		8	87,50%	12,50%
Plus de 3 ans		3	50,00%	50,00%
En processus		4	40,00%	60,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	28,57%	71,43%
Oui, total		34	58,82%	41,18%
1 à 4		24	70,83%	29,17%
5 à 10		8	25,00%	75,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, lesquelles ?

Logiciel, programme, formateur, pâtissière, formation continue, culture dranure-lin-gourgane, relatif à l'emballage, fonctionnement machinage teinture de vitre, système informatique, machinerie ingénierie, laboratoire, opération nouvelle machine, opérateur, bois d'exportation, formation personnelle pour copieur numérique

Analyse des résultats

- Depuis trois ans, une entreprise sur deux a fait de la formation liée à des nouveaux produits/procédés.
- Les entreprises qui ont fait plus de formation que la moyenne sont âgées de plus de 11 ans d'existence, oeuvrent dans les secteurs de la transformation du bois et agro-alimentaire, ont plus de 20 employés et ont une stratégie d'innovation.

- Les entreprises qui ont fait moins de formation que la moyenne sont jeunes (moins de 10 ans d'existence), oeuvrent dans la transformation des produits métalliques et dans les autres transformations, sont de plus petite taille (moins de 19 employés) et n'ont pas de stratégie d'innovation.



11. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle amélioré de manière significative la mise en marché de ses produits et services (commercialisation et marketing) ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	43,90%	56,10%
	Nombre	41	18	23
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	80,00%	20,00%
6 à 10 ans		6	33,33%	66,67%
11 à 20 ans		7	42,86%	57,14%
21 à 30 ans		10	40,00%	60,00%
31 ans et plus		13	38,46%	61,54%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	33,33%	66,67%
Transformations agro-alimentaires		11	81,82%	18,18%
Transformations des produits métalliques		9	22,22%	77,78%
Autres Transformations		9	33,33%	66,67%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	42,86%	57,14%
5 à 19		12	50,00%	50,00%
20 à 49		8	25,00%	75,00%
50 à 99		1	100,00%	0,00%
100 et plus		6	50,00%	50,00%
Stratégie Innovation				
Non		22	35,00%	65,00%
Oui, total		15	60,00%	40,00%
Moins de 1 an		4	100,00%	0,00%
Entre 1 et 3 ans		8	37,50%	62,50%
Plus de 3 ans		3	50,00%	50,00%
En processus		4	40,00%	60,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	0,00%	100,00%
Oui, total		34	52,94%	47,06%
1 à 4		24	50,00%	50,00%
5 à 10		8	50,00%	50,00%
11 et plus		2	100,00%	0,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, de quelle manière ?

Alliance avec un distributeur nord-américain reconnu, développement de nouveaux marchés futurs Canada, réaménagement comptoir, l'offre, effort vente, salon, congrès, engagement, numérique, nouvelle série plancher, vendeuse sur le terrain, contact international, niveau approche clients, bouche à oreille, poste contact direct, perfectionnement interne, publicité, hébergement

Analyse des résultats

- En moyenne, un peu plus de quatre entreprises sur dix ont amélioré de manière significative la mise en marché de leurs produits depuis trois ans.
- Les catégories d'entreprises qui ont amélioré plus que la moyenne leur mise en marché depuis trois ans ont moins de 5 ans d'existence, sont actives en transformation agro-alimentaire, et ont une stratégie d'innovation.

- Les catégories d'entreprises qui n'ont pas amélioré leur mise en marché depuis trois ans ont plus de 6 ans d'existence, sont actives en transformation de bois, des produits métalliques et dans les autres transformations, ont de 50 à 99 employés et n'ont offert à leur clientèle aucuns nouveaux produits/services depuis trois ans.



12. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle amélioré de manière significative ses processus de gestion et son fonctionnement à l'interne ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	48,78%	51,22%
	Nombre	41	20	21
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	20,00%	80,00%
6 à 10 ans		6	50,00%	50,00%
11 à 20 ans		7	42,86%	57,14%
21 à 30 ans		10	50,00%	50,00%
31 ans et plus		13	61,54%	38,46%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	50,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires		11	63,64%	36,36%
Transformations des produits métalliques		9	33,33%	66,67%
Autres Transformations		9	44,44%	55,56%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	28,57%	71,43%
5 à 19		12	41,67%	58,33%
20 à 49		8	87,50%	12,50%
50 à 99		1	0,00%	100,00%
100 et plus		6	66,67%	33,33%
Stratégie Innovation				
Non		22	35,00%	65,00%
Oui, total		15	60,00%	40,00%
Moins de 1 an		4	75,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	50,00%	50,00%
Plus de 3 ans		3	50,00%	50,00%
En processus		4	80,00%	20,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	14,29%	85,71%
Oui, total		34	55,88%	44,12%
1 à 4		24	54,17%	45,83%
5 à 10		8	75,00%	25,00%
11 et plus		2	0,00%	100,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Si oui, de quelle manière ?

Nouveau logiciel, embauche de nouvelles ressources, formation, formation, vente, rendement, ergonomie, valorisation, logiciel informatique, modifier l'adaptation au marché actuel, implication chaque département, régie plus sévère, embauche personne bilingue, tenir inventaire à jour, informatique, meilleur performance personnelle, centraliser le siège social à Montréal, réorganisation, gestion, démarche de personnel responsable

Analyse des résultats

- En moyenne, depuis trois ans, une entreprise sur deux a amélioré de manière significative ses processus de gestion.
- Les catégories d'entreprises qui ont le plus amélioré leurs processus de gestion depuis trois ans, ont plus de 31 ans d'existence, sont actives en transformation agro-alimentaire et ont plus de 20 employés.

- Les catégories d'entreprises qui ont le moins amélioré leurs processus de gestion depuis trois ans, ont moins de 5 ans d'existence, sont actives en transformation des produits métalliques, ont de 1 à 4 employés et n'ont offert à leur clientèle aucuns nouveaux produits/services depuis trois ans.



13. Depuis trois ans (2005 à 2007), quelles sources d'informations ont influencé l'amélioration ou le développement de nouveaux produits/procédés/démarches de commercialisation dans votre entreprise ? Veuillez indiquer les sources d'informations selon leur degré d'importance

1	source pas du tout importante
2	source un peu importante
3	source importante
4	source très importante
5	source extrêmement importante
6	non pertinente

	13.1. Personnel de production, vente et recherche développement	13.2. Clients	13.3. Fournisseurs	13.4. Concurrents	13.5. Consultants	13.6. Autres firmes appartenant à votre groupe (filiale)	13.7. Foires / expositions	13.8. Congrès professionnels, réunions et publications spécialisées	13.9. L'Internet et les bases de données sur l'ordinateur	13.10. Programmes d'information du gouvernement	13.11. Documents de brevets	13.12. Centres de recherche publics (CRIQ, CRNC, etc.)	13.13. Centres de transfert de technologies	13.14. Universités	13.15. Cégeps	13.16. CLD / SADC	13.17. Autres organismes de soutien aux PME
Ensemble des répondants	3,4	4,0	3,4	2,6	2,0	2,8	2,8	2,4	2,7	1,8	1,7	2,2	2,2	1,4	1,3	2,2	1,6
Années d'existences																	
0 à 5 ans	3,4	3,8	3,0	2,5	2,8	2,0	2,0	2,0	2,2	1,6	3,5	2,0	2,0	1,7	1,0	2,5	1,0
6 à 10 ans	3,2	4,6	4,3	2,6	1,5	2,3	4,0	3,0	3,0	3,3	1,5	2,5	3,5	1,0	1,0	2,8	--
11 à 20 ans	4,1	4,1	3,2	3,2	2,8	3,0	2,6	2,3	3,2	1,8	3,0	2,6	2,0	1,0	1,0	3,0	2,8
21 à 30 ans	3,2	3,9	4,0	2,7	2,0	1,0	2,7	2,7	2,3	1,5	1,0	2,1	1,2	1,3	1,5	2,0	1,4
31 ans et plus	3,3	3,9	2,8	2,2	1,5	2,1	2,7	2,1	2,8	1,7	1,0	1,8	1,6	1,6	1,4	1,5	1,1
Secteurs d'activités																	
Transformations du bois	3,9	4,1	3,2	2,5	1,6	2,0	2,2	2,3	2,0	1,5	1,0	2,1	1,4	1,4	1,4	1,8	1,8
Transformations agro-alimentaires	3,4	3,8	3,1	2,7	2,6	3,0	3,5	3,0	2,9	2,0	2,0	2,8	3,0	1,8	1,3	2,5	1,5
Transformations des produits métalliques	4,0	3,9	2,8	2,5	1,7	1,8	2,5	2,5	3,2	2,0	1,8	1,8	2,7	1,0	1,0	2,3	1,8
Autres transformations	2,9	4,3	4,2	2,4	2,0	1,8	2,9	1,9	3,0	1,8	2,0	1,8	1,0	1,0	1,0	2,3	1,4
Nombre d'employés																	
1 à 4	3,0	4,3	4,0	2,1	1,7	1,7	3,2	2,5	2,4	1,8	1,3	2,0	1,4	1,0	1,0	2,2	1,0
5 à 19	3,1	3,8	3,3	2,5	2,5	1,9	2,4	1,9	2,7	1,6	1,8	2,2	2,0	1,6	1,3	2,2	1,6
20 à 49	3,6	4,0	3,0	3,1	1,9	2,8	2,6	2,5	3,1	1,8	2,3	2,0	2,4	1,4	1,4	2,3	2,3
50 à 99	5,0	4,0	1,0	2,0	1,0	1,0	3,0	3,0	3,0	2,0	2,0	1,0	1,0	--	--	--	1,0
100 et plus	4,3	4,0	3,0	2,8	2,0	2,3	2,8	2,8	2,7	2,2	1,0	2,8	1,8	1,5	1,5	2,0	1,7
Stratégie innovation																	
Non	3,2	4,1	3,6	2,0	2,1	1,9	2,9	2,3	2,6	1,7	1,4	2,2	1,4	1,0	1,0	2,2	1,1
Oui, total	3,8	4,1	3,1	3,2	2,2	2,3	2,6	2,5	2,9	2,0	1,8	2,2	1,9	1,4	1,3	2,4	2,3
Moins de 1 an	5,0	4,3	3,5	2,8	1,5	2,5	2,5	2,7	3,8	2,3	1,5	2,3	2,0	--	--	2,3	2,0
Entre 1 et 3 ans	4,0	4,0	2,4	3,1	2,3	2,2	2,5	2,5	2,7	2,0	2,8	2,5	2,7	1,5	1,2	2,4	3,5
Plus de 3 ans	2,5	4,0	3,5	3,7	2,7	--	2,8	2,3	2,3	1,8	1,0	1,7	1,0	1,3	1,3	2,5	1,5
En processus	2,8	3,6	3,5	2,8	1,2	2,3	2,8	2,2	2,6	1,6	1,0	1,7	2,7	1,7	1,7	1,4	1,0
Nouveaux produits / services offerts																	
Aucun	2,4	4,2	4,2	1,5	1,5	1,0	2,7	2,3	1,4	1,4	1,0	2,0	1,3	1,0	1,0	1,4	1,0
Oui, total	3,4	3,7	3,1	2,4	2,8	2,9	2,9	2,5	2,7	1,9	2,6	2,8	2,9	1,8	1,2	2,4	1,7
1 à 4	3,8	4,1	3,2	2,9	1,9	2,0	2,8	2,5	2,9	1,9	1,9	2,3	1,8	1,4	1,4	2,5	1,8
5 à 10	2,9	3,9	3,6	2,4	1,9	2,7	2,9	2,1	3,1	1,9	1,0	1,0	1,8	1,0	1,0	1,6	1,5
11 et plus	3,5	3,0	2,5	2,0	4,5	4,0	3,0	3,0	2,0	2,0	5,0	5,0	5,0	3,0	--	3,0	--

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Quand on demande aux entreprises d'identifier les sources d'informations qui ont influencé l'amélioration ou le développement de nouveaux produits/procédés/démarches de commercialisation seulement trois éléments reçoivent une cote se situant entre important (3,0 sur 5) et extrêmement important (5,0 sur 5). Ce sont les clients (4,0 sur 5), les fournisseurs (3,4 sur 5) et le personnel de production, vente, et recherche développement (3,4 sur 5). Les sources les moins importantes sont les cégeps (1,3 sur 5), les universités (1,4 sur 5), les autres organismes de soutien aux PME (1,6 sur 5), les documents de brevets (1,7 sur 5) et les programmes d'informations du gouvernement (1,8 sur 5).



14. Évaluation de l'importance des clients et fournisseurs comme sources d'informations qui ont influencé le développement et l'amélioration de produits/procédés/démarches de commercialisation au cours des trois dernières années

1	source pas du tout importante
2	source un peu importante
3	source importante
4	source très importante
5	source extrêmement importante
6	non pertinente

	Nombre	CLIENTS					FOURNISSEURS				
		14.1. Du Saguenay-Lac-Saint-Jean	14.2. D'ailleurs au Québec	14.3. D'ailleurs au Canada	14.4. D'ailleurs en Amérique du Nord	14.5. D'ailleurs dans le monde	14.6. Du Saguenay-Lac-Saint-Jean	14.7. D'ailleurs au Québec	14.8. D'ailleurs au Canada	14.9. D'ailleurs en Amérique du Nord	14.10. D'ailleurs dans le monde
Ensemble des répondants	41	3,6	2,7	2,1	2,3	2,0	3,2	2,8	2,0	2,0	1,4
Années d'existence											
0 à 5 ans	5	3,0	2,8	2,0	3,3	2,8	2,2	2,0	1,4	3,8	1,0
6 à 10 ans	6	4,2	2,7	1,7	1,3	1,3	3,7	3,2	1,8	1,0	1,0
11 à 20 ans	7	3,6	3,2	2,8	3,0	2,3	3,7	3,0	2,6	2,8	2,0
21 à 30 ans	10	3,3	3,0	2,4	2,0	1,8	2,8	2,8	2,4	2,0	1,4
31 ans et plus	13	3,6	2,2	1,6	2,1	2,0	3,4	2,7	1,8	1,4	1,4
Secteurs d'activités											
Transformations du bois	12	2,9	2,1	2,1	3,0	1,9	3,0	1,9	1,6	2,8	1,6
Transformations agro-alimentaires	11	3,4	2,8	2,2	2,3	2,7	3,7	2,6	1,8	1,9	1,6
Transformations des produits métalliques	9	4,3	3,4	1,8	1,5	2,0	3,6	3,3	2,0	1,4	1,3
Autres transformations	9	3,9	2,4	2,0	1,8	1,4	2,6	3,5	2,8	1,9	1,0
Nombre d'employés											
1 à 4	14	4,3	2,1	1,3	1,7	1,2	3,3	2,3	1,5	1,5	1,0
5 à 19	12	3,5	2,8	1,9	1,8	1,7	2,9	3,4	2,1	2,1	1,0
20 à 49	8	3,3	3,0	2,3	2,3	1,4	3,0	3,0	2,3	2,3	1,7
50 à 99	1	3,0	3,0	2,0	2,0	5,0	2,0	2,0	2,0	2,0	1,0
100 et plus	6	2,5	3,0	3,2	3,6	3,6	4,2	2,6	2,7	2,7	2,7
Stratégie innovation											
Non	22	3,7	2,1	1,8	1,7	1,5	3,4	2,8	1,6	1,5	1,2
Oui, total	15	3,2	3,6	2,4	3,1	2,8	3,1	2,7	2,4	2,7	1,7
Moins de 1 an	4	3,3	3,3	2,3	2,7	3,7	3,5	2,8	2,5	2,3	2,0
Entre 1 et 3 ans	8	3,4	3,3	2,7	3,3	2,4	3,1	2,7	2,0	3,0	2,0
Plus de 3 ans	3	3,0	4,3	2,3	3,3	2,3	2,8	2,5	2,7	2,7	1,0
En processus	4	3,8	2,4	1,8	1,8	1,3	2,8	3,0	2,2	1,8	1,0
Nouveaux produits / services offerts											
Aucun	7	3,5	2,7	1,6	3,3	2,0	3,0	2,1	1,4	2,5	1,5
Oui, total	34	3,8	2,8	2,0	2,0	2,5	3,3	3,0	1,9	2,2	1,3
1 à 4	24	3,5	3,0	2,3	2,6	2,3	3,3	2,9	2,3	2,1	1,5
5 à 10	8	3,9	2,8	1,7	1,3	1,3	3,0	3,0	1,9	1,4	1,0
11 et plus	2	4,0	2,5	2,0	--	4,0	3,5	3,0	1,5	3,0	--

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Les clients qui ont le plus influencé depuis trois ans le développement et l'amélioration des produits/procédés/démarches de commercialisation des entreprises sont ceux du Saguenay-Lac-Saint-Jean (cote de 3,6 sur 5). Plus les clients s'éloignent géographiquement (Québec, Canada, Amérique du Nord, ailleurs dans le monde), plus leur influence sur nos entreprises diminue.
- Le même phénomène est observable dans le cas de l'influence des fournisseurs.

15. Au cours des trois dernières années (2005 À 2007), l'amélioration ou le développement de nouveaux produits/procédés/démarches de commercialisation dans votre entreprise a-t-il été retardé ou rendu impossible par certains obstacles ?

1	aucun retard
2	légèrement retardé
3	modérément retardé
4	sérieusement retardé
5	a été rendu impossible
6	non pertinent

	Nombre	15.1. Manque de fonds propres pour le développement de nouveaux produits et procédés	15.2. Manque d'accessibilité à des capitaux extérieurs pour le développement de nouveaux produits et procédés	15.3. Manque de personnel qualifié pour développer ou améliorer les produits et procédés	15.4. Manque de personnel qualifié pour développer ou améliorer le management (gestion) ou la commercialisation	15.5. Possibilité de coopération insuffisantes avec d'autres entreprises	15.6. Possibilités de coopération insuffisantes avec des centres de recherche publics	15.7. Possibilités de coopération insuffisantes avec les universités et les cégeps	15.8. Programmes d'aide gouvernementale ne répondent pas à mes besoins	15.9. Impossibilité de se qualifier aux crédits d'impôts à la R&D	15.10. Manque d'information sur les technologies pertinentes au développement ou à l'amélioration de produits et procédés	15.11. Manque d'information sur les marchés et la concurrence	15.12. Absence de réactions des clients aux nouveaux produits	15.13. Éloignement des marchés	15.14 Autre, précisez. Mobiliser ressources humaines, éloignement, industrie forestière, absence / institution financière, forêt incertaine éloignement	Moyenne des 14 énoncés
Ensemble des répondants	41	2,3	2,0	2,2	1,8	2,0	1,5	1,4	2,0	1,3	1,7	1,8	1,5	2,0	1,0	1,8
Années d'existence																
0 à 5 ans	5	2,0	2,8	1,6	1,8	2,5	1,0	1,0	2,5	1,2	1,2	1,6	1,5	2,2	--	1,8
6 à 10 ans	6	3,4	2,5	2,7	1,8	1,5	1,7	1,0	2,0	2,0	2,4	2,4	2,0	2,4	--	2,1
11 à 20 ans	7	1,7	1,5	2,3	1,7	1,9	1,2	1,0	1,5	1,0	1,2	1,8	1,3	2,5	1,0	1,5
21 à 30 ans	10	2,1	1,9	2,6	2,2	1,6	2,0	2,0	1,9	1,3	1,7	1,6	1,3	1,8	1,0	1,8
31 ans et plus	13	2,4	1,9	1,9	1,6	2,4	1,4	1,7	2,1	1,4	1,8	1,8	1,5	1,8	--	1,8
Secteurs d'activités																
Transformations du bois	12	2,4	2,3	1,8	1,9	1,6	1,5	1,6	2,3	1,1	1,4	1,3	1,5	1,6	1,0	1,7
Transformations agro-alimentaires	11	2,7	2,0	2,8	2,2	2,7	1,7	1,0	2,0	1,8	2,0	2,2	1,6	2,7	1,0	2,0
Transformations des produits métalliques	9	2,0	1,7	1,9	1,6	1,5	1,0	1,0	1,3	1,4	1,9	2,6	1,8	2,2	1,0	1,6
Autres transformations	9	1,9	1,7	2,2	1,4	2,0	1,6	1,5	1,9	1,0	1,6	1,5	1,1	1,8	--	1,6
Nombre d'employés																
1 à 4	14	2,1	1,8	1,8	1,5	1,7	1,5	1,0	1,8	1,6	1,6	1,6	1,1	1,9	1,0	1,6
5 à 19	12	1,8	1,8	2,2	1,8	2,2	1,3	1,3	1,6	1,4	1,8	1,6	1,5	1,7	1,0	1,6
20 à 49	8	3,0	2,1	2,5	2,0	2,2	1,6	1,2	2,5	1,3	2,3	2,6	2,1	2,6	1,0	2,1
50 à 99	1	1,0	--	1,0	2,0	--	--	--	--	1,0	1,0	3,0	1,0	3,0	--	1,6
100 et plus	6	2,8	2,5	2,8	2,3	2,0	1,8	2,0	2,4	1,0	1,0	1,3	1,3	1,8	1,0	1,9
Stratégie innovation																
Non	22	2,4	1,8	2,3	1,8	2,0	1,6	1,0	1,8	1,2	1,9	1,8	1,2	2,1	1,0	1,7
Oui, total	15	2,3	2,1	2,5	2,1	2,0	1,7	1,7	2,1	1,2	1,6	2,0	1,6	2,2	1,0	1,9
Moins de 1 an	4	1,5	1,0	2,3	2,3	2,0	1,0	--	1,0	1,0	1,3	2,0	1,0	2,3	1,0	1,5
Entre 1 et 3 ans	8	2,4	2,6	2,0	1,9	2,1	1,7	1,8	2,6	1,2	1,6	1,7	2,1	2,1	--	2,0
Plus de 3 ans	3	3,0	2,8	3,3	2,0	2,0	2,0	1,5	2,7	1,5	1,8	2,3	1,8	2,3	1,0	2,1
En processus	4	2,2	1,8	1,2	1,2	1,8	1,0	1,0	1,6	2,3	1,4	1,6	1,6	1,4	--	1,5
Nouveaux produits / services offerts																
Aucun	7	2,0	1,8	1,8	1,5	1,6	1,0	1,0	1,6	1,0	1,4	1,3	1,0	1,0	1,0	1,4
Oui, total	34	2,4	2,3	2,4	2,1	2,2	1,1	1,3	2,2	1,5	1,7	1,8	2,0	2,0	1,0	1,9
1 à 4	24	2,4	1,9	2,3	1,8	2,1	1,7	1,5	2,1	1,2	1,7	1,9	1,5	2,4	1,0	1,8
5 à 10	8	1,9	2,1	2,3	1,9	2,0	1,3	1,3	1,9	1,8	2,0	2,0	1,6	1,5	--	1,8
11 et plus	2	3,0	3,0	2,5	2,5	2,5	1,0	1,0	2,5	1,5	1,5	1,5	3,0	2,0	--	2,1

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Peu d'obstacles ont réellement empêché ou ont retardé l'amélioration ou le développement de nouveaux produits/procédés/démarches de commercialisation depuis trois ans. En effet, aucun des 14 énoncés soumis aux entreprises n'a obtenu une cote moyenne supérieure à 3,0 sur 5 (modérément retardé).
- Les éléments qui affichent les cotes de retard les plus élevées sont le manque de fonds propres (2,3 sur 5) et le manque de personnel qualifié en management/commercialisation (2,2 sur 5).
- Les éléments qui ont le moins retardé les processus de développement en entreprises depuis trois ans sont l'impossibilité de se qualifier aux crédits d'impôt à la R&D (1,3 sur 5), des possibilités de coopération insuffisante avec les universités et les cégeps (1,4 sur 5), l'absence de réaction des clients aux nouveaux produits (1,5 sur 5) et des possibilités de coopération insuffisantes avec des centres de recherche publics (1,5 sur 5).



Section 3 Recherche et développement

	%	Nombre	16. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre entreprise a-t-elle réalisé des activités de R-D avec d'autres organisations (entreprises, organismes gouvernementaux, cégeps, universités...)		Le nombre moyen réel	17. Combien de personnes de votre établissement travaillent en R-D ?			Le nombre moyen réel	18. À combien de personnes équivalent temps complet cela correspond ?		19. Depuis trois ans (2005 à 2007), votre établissement a-t-il obtenu des crédits d'impôts à l'investissement au titre de la R-D ?		
			Oui	Non		0 à 3	4 à 6	6 à 10		0 à 3	4 à 6	Oui	Non	Confidentiel
Ensemble des répondants		100,00%	19,51%	80,49%	1,5	90,24%	4,88%	4,88%	0,9	92,68%	7,32%	34,15%	63,41%	2,44%
	Nombre	41	8	33	-	37	2	2	-	38	3	14	26	1
Années d'existence														
0 à 5 ans		5	40,00%	60,00%	2,2	80,00%	20,00%	0,00%	2,0	100,00%	0,00%	60,00%	40,00%	0,00%
6 à 10 ans		6	0,00%	100,00%	0,3	100,00%	0,00%	0,00%	0,2	100,00%	0,00%	16,67%	83,33%	0,00%
11 à 20 ans		7	28,57%	71,43%	2,0	85,71%	0,00%	14,29%	1,1	85,71%	14,29%	28,57%	71,43%	0,00%
21 à 30 ans		10	20,00%	80,00%	1,2	90,00%	10,00%	0,00%	0,9	90,00%	10,00%	40,00%	50,00%	10,00%
31 ans et plus		13	15,38%	84,62%	1,8	92,31%	0,00%	7,69%	0,6	92,31%	7,69%	30,77%	69,23%	0,00%
Secteurs d'activités														
Transformations du bois		12	25,00%	75,00%	1,2	100,00%	0,00%	0,00%	0,8	91,67%	8,33%	50,00%	50,00%	0,00%
Transformations agro-alimentaires		11	36,36%	63,64%	2,2	81,82%	9,09%	9,09%	0,9	100,00%	0,00%	36,36%	63,64%	0,00%
Transformations des produits métalliques		9	11,11%	88,89%	1,4	88,89%	11,11%	0,00%	1,2	88,89%	11,11%	22,22%	66,67%	11,11%
Autres transformations		9	100,00%	0,00%	1,3	88,89%	0,00%	11,11%	0,6	88,89%	11,11%	22,22%	77,78%	0,00%
Nombre d'employés														
1 à 4		14	0,00%	100,00%	0,4	100,00%	0,00%	0,00%	0,3	100,00%	0,00%	7,14%	92,86%	0,00%
5 à 19		12	25,00%	75,00%	1,3	91,67%	8,33%	0,00%	0,6	100,00%	0,00%	33,33%	66,67%	0,00%
20 à 49		8	25,00%	75,00%	3,0	75,00%	12,50%	12,50%	2,0	62,50%	37,50%	62,50%	25,00%	12,50%
50 à 99		1	0,00%	100,00%	3,0	100,00%	0,00%	0,00%	3,0	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
100 et plus		6	50,00%	50,00%	2,3	83,33%	0,00%	16,67%	1,0	100,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%
Stratégie innovation														
Non		22	0,00%	100,00%	0,7	95,00%	0,00%	5,00%	0,3	95,45%	4,55%	20,00%	80,00%	0,00%
Oui, total		15	46,67%	53,33%	3,1	80,00%	13,33%	6,67%	1,9	86,67%	13,33%	53,33%	40,00%	6,67%
Moins de 1 an		4	25,00%	75,00%	2,8	75,00%	25,00%	0,00%	2,8	75,00%	25,00%	25,00%	50,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	50,00%	50,00%	1,5	87,50%	12,50%	0,00%	1,5	87,50%	12,50%	75,00%	25,00%	0,00%
Plus de 3 ans		3	50,00%	50,00%	5,0	75,00%	0,00%	25,00%	1,3	100,00%	0,00%	25,00%	75,00%	0,00%
En processus		4	20,00%	80,00%	2,3	100,00%	0,00%	0,00%	0,5	100,00%	0,00%	40,00%	60,00%	0,00%
Nouveaux produits / services offerts														
Aucun		7	0,00%	100,00%	0,3	100,00%	0,00%	0,00%	0,4	100,00%	0,00%	14,29%	85,71%	0,00%
Oui, total		34	23,53%	76,47%	1,6	91,18%	2,94%	5,88%	1,0	94,12%	5,88%	38,24%	58,82%	2,94%
1 à 4		24	29,17%	70,83%	1,9	87,50%	4,17%	8,33%	1,1	87,50%	12,50%	45,83%	50,00%	4,17%
5 à 10		8	0,00%	100,00%	1,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,5	100,00%	0,00%	12,50%	87,50%	0,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%	1,5	50,00%	0,00%	0,00%	1,5	100,00%	0,00%	50,00%	50,00%	0,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Seulement une entreprise sur quatre a réalisé, depuis trois ans, des activités de recherche et développement en collaboration avec d'autres organisations. Ce sont les jeunes entreprises (0 à 5 ans), celles impliquées dans la transformation agro-alimentaire, dans les autres transformations et les entreprises innovantes qui sont les plus impliquées dans la recherche et développement de collaboration. Notons aussi que les très petites entreprises (1 à 4 employés) et celles de 50 à 99 employés ne sont pas du tout impliquées dans ce genre d'activité de recherche et développement de collaboration.
- En moyenne, il y a 1,5 personnes par établissement qui travaillent en recherche et développement. Ce chiffre est plus élevé chez les jeunes entreprises (2,2), les entreprises de taille moyenne de 20 à 100 employés (3,0), les entreprises de transformation agro-alimentaire (2,2) et surtout chez les entreprises ayant une stratégie d'innovation (3,1).
- Ces 1,5 personnes équivalent à 0,9 personne en équivalent à temps complet par entreprise. Ici, encore, ce sont les jeunes entreprises (2,0), les entreprises comptant de 20 à 49 employés (2,0), celles comptant de 50 à 99 employés (3,0) et celles ayant une stratégie d'innovation (1,9) qui consacrent le plus de ressources humaines à la recherche et développement de collaboration.
- Une entreprise sur trois a reçu, depuis trois ans, des crédits d'impôt à la recherche et développement. Ce sont les entreprises de 0 à 5 ans d'existence, les entreprises oeuvrant dans la transformation du bois et les entreprises innovantes qui sont celles qui en reçoivent le plus. Notons que plus une entreprise est importante en terme d'employés, plus elle reçoit de crédits d'impôts liés à la recherche et développement.

20. Depuis trois ans (2005 à 2007), quel pourcentage de votre chiffre d'affaires avez-vous consacré à la R-D ? en % de votre chiffre votre chiffre d'affaires ?

		Nombre	0 à 5%	5 à 10%	10 à 20 %	20 à 50%	50 % et plus	Montant moyen réel	% Moyen du chiffre d'affaires
Ensemble des répondants	%	100,00%	78,05%	9,76%	4,88%	4,88%	2,44%	144176,32	3,01%
	Nombre	41	32	4	2	2	1	--	--
Années d'existence									
0 à 5 ans		5	20,00%	20,00%	40,00%	0,00%	20,00%	186730,00	5,58%
6 à 10 ans		6	66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	10000,00	1,67%
11 à 20 ans		7	71,43%	14,29%	0,00%	14,29%	0,00%	273333,33	8,20%
21 à 30 ans		10	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	108066,67	1,02%
31 ans et plus		13	92,31%	0,00%	0,00%	7,69%	0,00%	126300,00	2,05%
Secteurs d'activités									
Transformations du bois		12	83,33%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%	183500,00	2,09%
Transformations agro-alimentaires		11	54,55%	27,27%	0,00%	9,09%	9,09%	53016,67	2,15%
Transformations des produits métalliques		9	88,89%	11,11%	0,00%	0,00%	0,00%	280000,00	3,73%
Autres Transformations		9	88,89%	0,00%	0,00%	11,11%	0,00%	252350,00	20,43%
Nombre d'employés									
1 à 4		14	71,43%	14,29%	7,14%	7,14%	0,00%	14800,00	6,73%
5 à 19		12	75,00%	8,33%	8,33%	0,00%	8,33%	68391,67	10,41%
20 à 49		8	75,00%	12,50%	0,00%	12,50%	0,00%	308750,00	5,74%
50 à 99		1	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	525000,00	3,50%
100 et plus		6	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	165000,00	1,00%
Stratégie Innovation									
Non		22	81,82%	13,64%	0,00%	4,55%	0,00%	122307,14	2,45%
Oui, total		15	66,67%	6,67%	13,33%	6,67%	6,67%	187450,00	3,39%
Moins de 1 an		4	75,00%	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%	190000,00	3,33%
Entre 1 et 3 ans		8	62,50%	12,50%	0,00%	12,50%	12,50%	270000,00	5,67%
Plus de 3 ans		3	66,67%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%	74833,33	1,18%
En processus		4	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4350,00	1,00%
Nouveaux produits / services offerts									
Aucun		7	85,71%	0,00%	14,29%	0,00%	0,00%	165000,00	1,09%
Oui, total		34	76,47%	11,76%	2,94%	5,88%	2,94%	141726,47	3,97%
1 à 4		24	79,17%	12,50%	4,17%	4,17%	0,00%	213450,00	3,75%
5 à 10		8	87,50%	0,00%	0,00%	12,50%	0,00%	11240,00	1,75%
11 et plus		2	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	50,00%	109325,00	35,10%

Note : Les données forcées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- En moyenne, depuis trois ans, les entreprises ont consacré 3,01% de leur chiffre d'affaires à la recherche et développement.
- Ce sont les jeunes entreprises de 0 à 5 ans d'existence, les entreprises agro-alimentaires, les entreprises comptant de 5 à 19 employés et celles ayant une stratégie d'innovation qui investissent le plus en recherche et développement en pourcentage de leur chiffre d'affaires.

21. Depuis trois ans (2005-2007), veuillez indiquer parmi les méthodes suivantes, lesquelles votre entreprise a utilisées pour protéger sa propriété intellectuelle

	Nombre	Méthodes formelles								Méthodes stratégiques							
		21.1 Brevets		21.2 Marques de commerce		21.3 Droit d'auteur		21.4 Ententes de confidentialité		21.5 Secrets commerciaux		21.6 Complexité de la conception		21.7 Être le premier sur le marché			
		Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non		
Ensemble des répondants		100,00%		9,76%	90,24%	31,71%	68,29%	0,00%	100,00%	46,34%	53,66%	24,39%	75,61%	24,39%	75,61%	41,46%	58,54%
		Nombre	41	4	37	13	28	0	41	19	22	10	31	10	31	17	24
Années d'existence																	
0 à 5 ans	5	40,00%	60,00%	20,00%	80,00%	0,00%	100,00%	40,00%	60,00%	20,00%	80,00%	40,00%	60,00%	60,00%	40,00%	60,00%	40,00%
6 à 10 ans	6	0,00%	100,00%	33,33%	66,67%	0,00%	100,00%	33,33%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%	66,67%	16,67%	83,33%
11 à 20 ans	7	28,57%	71,43%	57,14%	42,86%	0,00%	100,00%	42,86%	57,14%	42,86%	57,14%	42,86%	57,14%	42,86%	57,14%	57,14%	42,86%
21 à 30 ans	10	0,00%	100,00%	20,00%	80,00%	0,00%	100,00%	40,00%	60,00%	20,00%	80,00%	20,00%	80,00%	40,00%	60,00%	40,00%	60,00%
31 ans et plus	13	0,00%	100,00%	30,77%	69,23%	0,00%	100,00%	61,54%	38,46%	15,38%	84,62%	7,69%	92,31%	38,46%	61,54%	38,46%	61,54%
Secteurs d'activités																	
Transformations du bois	12	0,00%	100,00%	25,00%	75,00%	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	25,00%	75,00%	8,33%	91,67%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires	11	9,09%	90,91%	27,27%	72,73%	0,00%	100,00%	72,73%	27,27%	36,36%	63,64%	36,36%	63,64%	45,45%	54,55%	45,45%	54,55%
Transformations des produits métalliques	9	22,22%	77,78%	55,56%	44,44%	0,00%	100,00%	44,44%	55,56%	33,33%	66,67%	44,44%	55,56%	44,44%	55,56%	44,44%	55,56%
Autres transformations	9	11,11%	88,89%	22,22%	77,78%	0,00%	100,00%	11,11%	88,89%	0,00%	100,00%	11,11%	88,89%	22,22%	77,78%	22,22%	77,78%
Nombre d'employés																	
1 à 4	14	0,00%	100,00%	14,29%	85,71%	0,00%	100,00%	35,71%	64,29%	7,14%	92,86%	14,29%	85,71%	7,14%	92,86%	7,14%	92,86%
5 à 19	12	8,33%	91,67%	25,00%	75,00%	0,00%	100,00%	16,67%	83,33%	25,00%	75,00%	25,00%	75,00%	41,67%	58,33%	41,67%	58,33%
20 à 49	8	25,00%	75,00%	62,50%	37,50%	0,00%	100,00%	87,50%	12,50%	37,50%	62,50%	62,50%	37,50%	87,50%	12,50%	87,50%	12,50%
50 à 99	1	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
100 et plus	6	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	83,33%	16,67%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	66,67%	33,33%	66,67%	33,33%
Stratégie innovation																	
Non	22	4,55%	95,45%	22,73%	77,27%	0,00%	100,00%	25,00%	75,00%	15,00%	85,00%	15,00%	85,00%	15,00%	85,00%	15,00%	85,00%
Oui, total	15	20,00%	80,00%	46,67%	53,33%	0,00%	100,00%	73,33%	26,67%	33,33%	66,67%	40,00%	60,00%	73,33%	26,67%	73,33%	26,67%
Moins de 1 an	4	25,00%	75,00%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	75,00%	25,00%	25,00%	75,00%	25,00%	75,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
Entre 1 et 3 ans	8	25,00%	75,00%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	62,50%	37,50%	50,00%	50,00%	37,50%	62,50%	75,00%	25,00%	75,00%	25,00%
Plus de 3 ans	3	100,00%	0,00%	25,00%	75,00%	0,00%	100,00%	75,00%	25,00%	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	75,00%	25,00%	75,00%	25,00%
En processus	4	0,00%	100,00%	25,00%	75,00%	0,00%	100,00%	60,00%	40,00%	40,00%	60,00%	20,00%	80,00%	60,00%	40,00%	60,00%	40,00%
Nouveaux produits / services offerts																	
Aucun	7	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	28,57%	71,43%	28,57%	71,43%	14,29%	85,71%	28,57%	71,43%	28,57%	71,43%
Oui, total	34	11,76%	88,24%	38,24%	61,76%	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	23,53%	76,47%	26,47%	73,53%	44,12%	55,88%	44,12%	55,88%
1 à 4	24	12,50%	87,50%	41,67%	58,33%	0,00%	100,00%	54,17%	45,83%	25,00%	75,00%	29,17%	70,83%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%
5 à 10	8	0,00%	100,00%	25,00%	75,00%	0,00%	100,00%	37,50%	62,50%	12,50%	87,50%	12,50%	87,50%	25,00%	75,00%	25,00%	75,00%
11 et plus	2	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	100,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Les méthodes de protection de propriété intellectuelle utilisées par les entreprises sont dans le cas des méthodes formelles, les ententes de confidentialités (à 46,3%) suivi des marques de commerce (à 31,7%), des brevets (à 9,8%) et des droits d'auteurs (à 0%). Ce sont les entreprises innovantes qui utilisent le plus ces méthodes en général. Les entreprises oeuvrant dans la transformation des produits métalliques utilisent plus les brevets et les marques de commerce. Les entreprises agro-alimentaires recourent plus aux ententes de confidentialité que la moyenne.
- Dans le cas des méthodes stratégiques, les entreprises affichent des taux d'utilisation de 41,5% dans le cas d'être le premier sur le marché, 24,4% dans le cas de la complexité de la conception et 24,4% dans le cas des secrets commerciaux. Ici, aussi, ce sont les entreprises innovantes qui utilisent le plus ces méthodes. Les entreprises agro-alimentaires recourent plus aux secrets commerciaux (36,4%) que la moyenne, alors que celles des transformations des produits métalliques recourent plus que la moyenne à la complexité de la conception (44,4%).

22. Depuis trois ans (2005-2007), quel pourcentage de votre chiffre d'affaires avez-vous consacré à l'acquisition de machineries et d'équipements liés au développement de produits et de procédés ? En % de votre chiffre d'affaires.

		Nombre	0 à 5%	5 à 10%	10 à 20 %	20 à 50%	50 % et plus	Moyenne
Ensemble des répondants	%	100,00%	56,10%	31,71%	2,44%	7,32%	2,44%	10,21%
	Nombre	41	23	13	1	3	1	--
Années d'existence								
0 à 5 ans		5	60,00%	20,00%	0,00%	0,00%	20,00%	16,40%
6 à 10 ans		6	33,33%	33,33%	16,67%	16,67%	0,00%	15,00%
11 à 20 ans		7	42,86%	57,14%	0,00%	0,00%	0,00%	7,33%
21 à 30 ans		10	70,00%	20,00%	0,00%	10,00%	0,00%	7,00%
31 ans et plus		13	61,54%	30,77%	0,00%	7,69%	0,00%	8,41%
Secteurs d'activités								
Transformations du bois		12	58,33%	33,33%	0,00%	8,33%	0,00%	8,75%
Transformations agro-alimentaires		11	36,36%	45,45%	0,00%	9,09%	9,09%	14,82%
Transformations des produits métalliques		9	66,67%	22,22%	11,11%	0,00%	0,00%	5,31%
Autres Transformations		9	66,67%	22,22%	0,00%	11,11%	0,00%	10,25%
Nombre d'employés								
1 à 4		14	50,00%	28,57%	7,14%	14,29%	0,00%	9,47%
5 à 19		12	66,67%	25,00%	0,00%	0,00%	8,33%	9,79%
20 à 49		8	62,50%	37,50%	0,00%	0,00%	0,00%	4,38%
50 à 99		1	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,50%
100 et plus		6	33,33%	50,00%	0,00%	16,67%	0,00%	10,42%
Stratégie Innovation								
Non		22	60,00%	25,00%	5,00%	10,00%	0,00%	8,28%
Oui, total		15	53,33%	40,00%	0,00%	0,00%	6,67%	8,61%
Moins de 1 an		4	50,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	5,00%
Entre 1 et 3 ans		8	50,00%	37,50%	0,00%	0,00%	12,50%	17,50%
Plus de 3 ans		3	75,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,33%
En processus		4	40,00%	40,00%	0,00%	20,00%	0,00%	20,67%
Nouveaux produits / services offerts								
Aucun		7	42,86%	28,57%	14,29%	14,29%	0,00%	8,86%
Oui, total		34	58,82%	32,35%	0,00%	5,88%	2,94%	8,20%
1 à 4		24	58,33%	37,50%	0,00%	4,17%	0,00%	8,03%
5 à 10		8	62,50%	25,00%	0,00%	12,50%	0,00%	9,94%
11 et plus		2	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	35,75%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- En moyenne, depuis trois ans, les entreprises ont consacré 10,2% de leur chiffre d'affaires à l'acquisition de machineries et d'équipements liés au développement de produits et de procédés.
- Ce sont les entreprises ayant de 0 à 5 ans d'existence (16,4%), celles ayant de 6 à 10 ans (15%), et les transformateurs agro-alimentaires (14,8%) qui sont les plus actifs de ce côté.

Section 5 Réseautage

23. Parmi les facteurs suivants, lesquels se sont avérés importants pour la réussite de vos relations d'affaires avec vos clients et fournisseurs ?

1	pas du tout important
2	un peu important
3	Important
4	très important
5	extrêmement important
6	non pertinent

	Nombre	23.1 Proximité géographique	23.2 Contacts personnels fréquents	23.3 Contacts électroniques fréquents	23.4 Confiance réciproque	24.5 Compétence mutuelle
Ensemble des répondants	41	3,5	3,9	3,0	4,1	3,9
Années d'existence						
0 à 5 ans	5	3,2	3,6	2,8	3,6	3,8
6 à 10 ans	6	4,2	4,2	3,4	4,2	4,0
11 à 20 ans	7	3,2	3,8	3,3	3,8	3,7
21 à 30 ans	10	3,0	3,5	3,5	4,2	3,9
31 ans et plus	13	3,8	4,2	2,3	4,1	3,8
Secteurs d'activités						
Transformations du bois	12	3,3	3,9	3,1	4,4	4,2
Transformations agro-alimentaires	11	3,7	3,6	2,2	3,8	3,7
Transformations des produits métalliques	9	3,4	4,2	2,6	3,9	3,7
Autres Transformations	9	3,6	3,8	4,1	4,0	3,8
Nombre d'employés						
1 à 4	14	3,9	4,3	2,8	4,1	3,9
5 à 19	12	3,6	3,8	2,6	3,9	3,8
20 à 49	8	3,5	3,7	3,3	3,6	3,6
50 à 99	1	3,0	4,0	3,0	4,0	4,0
100 et plus	6	2,7	3,3	3,5	4,7	4,2
Stratégie Innovation						
Non	22	3,8	3,9	3,0	4,0	3,8
Oui, total	15	3,0	3,8	3,1	4,1	3,8
Moins de 1 an	4	3,3	4,0	3,3	3,8	3,8
Entre 1 et 3 ans	8	3,1	4,0	2,7	4,0	3,9
Plus de 3 ans	3	2,5	3,3	3,3	4,5	3,8
En processus	4	4,0	4,2	2,8	4,2	4,2
Nouveaux produits / services offerts						
Aucun	7	3,0	3,6	3,1	4,3	4,1
Oui, total	34	3,6	3,5	2,6	3,4	3,5
1 à 4	24	3,6	4,0	3,0	4,2	4,0
5 à 10	8	3,8	4,0	2,9	3,6	3,5
11 et plus	2	3,5	2,5	2,0	2,5	3,0

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Les liens avec les fournisseurs se construisent sur la confiance réciproque (indice de 4,1 sur 5), les contacts personnels fréquents (indice de 3,9 sur 5), la compétence mutuelle (indice de 3,9 sur 5), la proximité géographique (indice de 3,5 sur 5) et les contacts électroniques fréquents (indice de 3 sur 5).

- Les variations de comportement par rapport à la moyenne s'observent surtout chez les entreprises de plus de 100 employés. Dans leurs cas, la proximité géographique, avec un indice de 2,7 sur 5 est très peu importante de même que les contacts personnels fréquents avec un indice de 3,3 sur 5.



24. Parmi les facteurs suivants, lesquels se sont avérés importants pour la réussite de vos relations d'affaires avec les ministères à vocation économiques et les organismes de promotion de l'innovation ?

1	pas du tout important
2	un peu important
3	important
4	très important
5	extrêmement important
6	non pertinent

	Nombre	Moyenne des cinq facteurs	24.1 Proximité géographique	24.2 Contacts personnels fréquents	24.3 Contacts électroniques fréquents	24.4 Confiance réciproque	24.5 Compétence mutuelle
Ensemble des répondants	41	2,5	2,0	2,4	2,2	2,9	2,8
Années d'existence							
0 à 5 ans	5	2,6	1,8	2,7	1,7	3,3	3,3
6 à 10 ans	6	2,9	2,7	2,7	2,7	3,3	3,3
11 à 20 ans	7	2,6	1,6	2,5	2,3	3,2	3,2
21 à 30 ans	10	2,0	1,7	2,0	2,0	2,2	2,1
31 ans et plus	13	2,7	2,3	2,8	2,3	3,1	3,0
Secteurs d'activités							
Transformations du bois	12	2,4	1,8	2,5	1,9	2,9	2,7
Transformations agro-alimentaires	11	2,8	2,3	2,6	2,3	3,4	3,4
Transformations des produits métalliques	9	2,3	2,0	1,8	2,3	2,8	2,8
Autres Transformations	9	2,3	1,9	2,5	2,5	2,4	2,4
Nombre d'employés							
1 à 4	14	2,0	1,9	1,8	1,7	2,3	2,3
5 à 19	12	2,5	2,4	2,7	2,0	2,7	2,7
20 à 49	8	2,8	2,0	2,6	2,5	3,5	3,4
50 à 100	1	1,0	1,0	--	--	--	--
100 et plus	6	2,5	1,5	2,7	2,5	3,0	2,8
Stratégie Innovation							
Non	22	2,4	2,1	2,3	2,3	2,8	2,7
Oui, total	15	2,6	1,6	2,6	2,2	3,2	3,2
Moins de 1 an	4	2,0	1,3	1,3	1,3	3,0	3,0
Entre 1 et 3 ans	8	2,8	2,1	2,9	2,3	3,4	3,3
Plus de 3 ans	3	3,0	1,5	3,7	3,0	3,3	3,3
En processus	4	1,9	2,5	1,7	1,3	2,0	2,0
Nouveaux produits / services offerts							
Aucun	7	2,0	1,5	2,0	2,0	2,9	1,7
Oui, total	34	2,5	2,4	2,5	2,0	2,9	2,9
1 à 4	24	2,6	1,8	2,6	2,3	3,2	3,1
5 à 10	8	2,3	2,3	2,3	1,8	2,5	2,5
11 et plus	2	2,7	3,0	2,5	2,0	3,0	3,0

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Parmi les cinq facteurs suggérés ayant pu s'avérer important pour la réussite des relations d'affaires avec les ministères à vocation économiques et les organismes de promotion de l'innovation, aucun n'a atteint la cote moyenne de 3,0 sur 5, soit la cote « facteur important ». Les deux conditions les plus importantes pour réussir ces relations sont la confiance réciproque (2,9 sur 5) et la compétence mutuelle (2,8 sur 5).

- Peu de variations par rapport à ce constat sont observables dans les diverses catégories d'entreprises.



25. Pourriez vous maintenant nous indiquer votre degré d'accord avec les énoncés suivants ?

- 1) Pas du tout
- 2) Un peu
- 3) Assez bien
- 4) Très bien
- 5) Extrêmement bien

	Nombre	25.1 Je connais personnellement des intervenants ou des gestionnaires des ministères à vocation économique	25.2 Je connais personnellement des intervenants ou des gestionnaires d'organismes de promotion économique tels que les CLD, SADC, etc.	25.3 Je connais personnellement des chercheurs collégiaux, universitaires ou gouvernementaux dans le domaine de mes produits
Ensemble des répondants	41	1,8	2,4	1,3
Années d'existence				
0 à 5 ans	5	2,0	2,6	1,3
6 à 10 ans	6	1,3	2,2	1,0
11 à 20 ans	7	2,1	2,7	1,3
21 à 30 ans	10	1,7	2,2	1,3
31 ans et plus	13	1,7	2,3	1,4
Secteurs d'activités				
Transformations du bois	12	1,6	2,4	1,4
Transformations agro-alimentaires	11	2,3	2,6	1,6
Transformations des produits métalliques	9	1,3	1,7	1,0
Autres Transformations	9	1,7	2,6	1,0
Nombre d'employés				
1 à 4	14	1,4	2,4	1,0
5 à 19	12	1,8	2,2	1,4
20 à 49	8	2,1	2,8	1,1
50 à 99	1	1,0	2,0	1,0
100 et plus	6	2,0	2,5	1,7
Stratégie Innovation				
Non	22	1,5	2,2	1,0
Oui, total	15	2,2	2,7	1,6
Moins de 1 an	4	1,5	1,8	1,3
Entre 1 et 3 ans	8	2,0	3,0	1,6
Plus de 3 ans	3	3,0	3,3	1,8
En processus	4	1,4	2,0	1,0
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun	7	1,6	1,8	1,0
Oui, total	34	2,0	2,4	1,3
1 à 4	24	1,8	2,7	1,4
5 à 10	8	1,6	2,0	1,0
11 et plus	2	2,5	2,5	1,5

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- En général, les entreprises connaissent peu les intervenants des ministères (cote de 1,8 sur 5), des organismes économiques locaux (cote de 2,4 sur 5), ou des chercheurs collégiaux / universitaires (cote de 1,3 sur 5).

- Les organismes économiques locaux (CLD, SADC) sont cependant les plus connus.
- Les entreprises ayant une stratégie d'innovation connaissent mieux les intervenants que la moyenne des répondants.
- Plus il y a longtemps qu'une entreprise est engagée dans sa stratégie d'innovation, plus elle connaît les intervenants de support.



Section 6 L'organisation

		Nombre	Moyenne d'âge	26. Votre entreprise est en opération depuis combien d'années ?				
				0 à 5 ans	6 à 10 ans	11 à 20 ans	21 à 30 ans	31 ans et plus
Ensemble des répondants	%	100,00%	23,0	12,20%	14,63%	17,07%	24,39%	31,71%
	Nombre	41	--	5	6	7	10	13
Années d'existence								
0 à 5 ans		5	2,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
6 à 10 ans		6	8,0	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%
11 à 20 ans		7	15,5	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%
21 à 30 ans		10	25,5	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
31 ans et plus		13	40,0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
Secteurs d'activités								
Transformations du bois		12	24,8	16,67%	0,00%	16,67%	33,33%	33,33%
Transformations agro-alimentaires		11	23,8	18,18%	18,18%	9,09%	9,09%	45,45%
Transformations des produits métalliques		9	20,1	11,11%	22,22%	22,22%	22,22%	22,22%
Autres transformations		9	22,6	0,00%	22,22%	22,22%	33,33%	22,22%
Nombre d'employés								
1 à 4		14	19,3	7,14%	35,71%	14,29%	21,43%	21,43%
5 à 19		12	25,0	25,00%	0,00%	8,33%	25,00%	41,67%
20 à 49		8	25,0	0,00%	12,50%	37,50%	12,50%	37,50%
50 à 99		1	2,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
100 et plus		6	28,7	0,00%	0,00%	16,67%	50,00%	33,33%
Stratégie innovation								
Non		22	22,3	4,55%	27,27%	13,64%	27,27%	27,27%
Oui, total		15	20,6	26,67%	0,00%	26,67%	20,00%	26,67%
Moins de 1 an		4	20,9	25,00%	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	19,6	25,00%	0,00%	37,50%	12,50%	25,00%
Plus de 3 ans		3	22,7	33,33%	0,00%	0,00%	33,33%	33,33%
En processus		4	36,4	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	75,00%
Nouveaux produits / services offerts								
Aucun		7	21,8	14,29%	14,29%	0,00%	57,14%	14,29%
Oui, total		34	23,3	11,76%	14,71%	20,59%	17,65%	35,29%
1 à 4		24	23,3	8,33%	12,50%	29,17%	16,67%	33,33%
5 à 10		8	28,4	0,00%	25,00%	0,00%	25,00%	50,00%
11 et plus		2	2,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- L'entreprise moyenne qui a répondu au questionnaire à 23 ans d'existence.
- Les entreprises qui ont lancé plus de 11 nouveaux produits/services depuis trois ans sont très jeunes (2,5 ans d'âge).

		Moyenne d'employés	27. En 2007, quel était en moyenne le nombre total d'employés de votre entreprise ?					28. Parmi ces employés, quel était le nombre total de :				
			1 à 4	5 à 19	20 à 49	50 à 99	100 et plus	Scientifiques	Ingénieurs	Techniciens	Vente / Marketing	Administration
Ensemble des répondants	%	38,2	34,15%	29,27%	19,51%	2,44%	14,63%	10	29	137	43	147
	Nombre	--	14	12	8	1	6	--	--	--	--	--
Années d'existence												
0 à 5 ans		17,2	20,00%	60,00%	0,00%	20,00%	0,00%	3	1	42	6	12
6 à 10 ans		5,7	83,33%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%	0	0	2	6	2
11 à 20 ans		38,4	28,57%	14,29%	42,86%	0,00%	14,29%	2	2	12	7	19
21 à 30 ans		80,2	30,00%	30,00%	10,00%	0,00%	30,00%	5	21	35	11	69
31 ans et plus		28,8	23,08%	38,46%	23,08%	0,00%	15,38%	0	5	46	13	45
Secteurs d'activités												
Transformations du bois		84,9	25,00%	16,67%	25,00%	0,00%	33,33%	5	24	43	13	90
Transformations agro-alimentaires		25,5	36,36%	36,36%	9,09%	0,00%	18,18%	3	0	28	12	22
Transformations des produits métalliques		20,8	33,33%	22,22%	33,33%	11,11%	0,00%	2	3	48	10	20
Autres transformations		8,8	44,44%	44,44%	11,11%	0,00%	0,00%	0	2	18	8	15
Nombre d'employés												
1 à 4		2,5	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	--	--	5	10	13
5 à 19		12,0	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3	1	14	10	15
20 à 49		34,5	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	2	6	25	6	32
50 à 99		74,5	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	--	1	40	4	7
100 et plus		125	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5	21	53	13	80
Stratégie innovation												
Non		30,7	50,00%	27,27%	13,64%	0,00%	9,09%	5	17	42	23	61
Oui, total		51,5	13,33%	26,67%	26,67%	6,67%	26,67%	5	10	84	16	79
Moins de 1 an		56,8	25,00%	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%	--	2	46	4	14
Entre 1 et 3 ans		61,6	0,00%	37,50%	37,50%	0,00%	25,00%	5	8	17	9	53
Plus de 3 ans		36,0	33,33%	33,33%	0,00%	0,00%	33,33%	--	--	21	3	12
En processus		15,5	25,00%	50,00%	25,00%	0,00%	0,00%	--	2	11	4	7
Nouveaux produits / services offerts												
Aucun nouveau produit/service		77,7	57,14%	14,29%	0,00%	0,00%	28,57%	5	16	25	8	36
Oui, total		17,2	29,41%	32,35%	23,53%	2,94%	11,76%	5	13	112	35	111
1 à 4		39,9	29,17%	20,83%	29,17%	4,17%	16,67%	2	12	103	24	100
5 à 10		6,8	37,50%	50,00%	12,50%	0,00%	0,00%	--	1	8	8	9
11 et plus		5,0	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3	--	1	3	2

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- L'entreprise moyenne a 38,2 employés. Les entreprises plus jeunes ont moins d'employés que la moyenne et les entreprises plus âgées en ont plus. Les entreprises de transformation du bois sont de plus grande taille que la moyenne, de même que les entreprises qui ont une stratégie d'innovation. Les entreprises qui n'ont lancé aucun nouveaux produits/services depuis trois ans ont plus d'employés que la moyenne.
- Les dix scientifiques recensés dans l'étude sont tous à l'emploi d'entreprises de transformation du bois de plus de 100 employés.
- Les vingt ingénieurs recensés dans l'étude sont aussi très concentrés dans les entreprises de transformation du bois (24 sur 29) et de plus de 100 employés (21 sur 29).

- Les 137 techniciens recensés dans l'étude sont concentrés chez les entreprises de 0 à 5 ans d'existence (42) et chez les 31 ans et plus d'existence (46). Les entreprises de transformation du bois (43) et de la transformation des produits métalliques (48), les regroupent au 2/3. Plus les entreprises sont de grande taille, plus elles ont de techniciens à leur service.
- Les employés de vente / marketing et d'administration sont répartis selon les catégories d'entreprises.
- Il est notable de constater que les entreprises qui n'ont pas de stratégie d'innovation embauchent cependant 50% des scientifiques et 60% des ingénieurs. Par contre, les entreprises avec une stratégie d'innovation embauchent 61% des techniciens recensés.



29. Lors du dernier exercice, quel était le montant du chiffre d'affaires de votre entreprise ?

		Nombre	0 à 99 999	100 000 à 199 999	200 000 à 399 999	400 000 à 999 999	1 000 000 à 4 999 999	5 000 000 à 9 999 999	10 000 000 et plus	Confidentiel
Ensemble des répondants	%	100,00%	7,32%	9,76%	12,20%	17,07%	17,07%	4,88%	19,51%	12,20%
	Nombre	41	3	4	5	7	7	2	8	5
Années d'existence										
0 à 5 ans		5	0,00%	0,00%	60,00%	20,00%	0,00%	0,00%	20,00%	0,00%
6 à 10 ans		6	16,67%	33,33%	16,67%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%	16,67%
11 à 20 ans		7	0,00%	14,29%	0,00%	0,00%	42,86%	14,29%	0,00%	28,57%
21 à 30 ans		10	20,00%	0,00%	10,00%	20,00%	10,00%	10,00%	30,00%	0,00%
31 ans et plus		13	0,00%	7,69%	0,00%	30,77%	15,38%	0,00%	30,77%	15,38%
Secteurs d'activités										
Transformations du bois		12	8,33%	0,00%	8,33%	16,67%	8,33%	0,00%	50,00%	8,33%
Transformations agro-alimentaires		11	0,00%	18,18%	27,27%	9,09%	18,18%	0,00%	9,09%	18,18%
Transformations des produits métalliques		9	11,11%	11,11%	0,00%	22,22%	22,22%	22,22%	11,11%	0,00%
Autres transformations		9	11,11%	11,11%	11,11%	22,22%	22,22%	0,00%	0,00%	22,22%
Nombre d'employés										
1 à 4		14	21,43%	28,57%	14,29%	21,43%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%
5 à 19		12	0,00%	0,00%	25,00%	33,33%	25,00%	0,00%	0,00%	16,67%
20 à 49		8	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	25,00%	25,00%	0,00%
50 à 99		1	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%
100 et plus		6	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	83,33%	16,67%
Stratégie innovation										
Non		22	13,64%	13,64%	13,64%	18,18%	13,64%	0,00%	9,09%	18,18%
Oui, total		15	0,00%	6,67%	13,33%	6,67%	20,00%	13,33%	33,33%	6,67%
Moins de 1 an		4	0,00%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Entre 1 et 3 ans		8	0,00%	0,00%	12,50%	12,50%	25,00%	12,50%	37,50%	0,00%
Plus de 3 ans		3	0,00%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	0,00%	33,33%	0,00%
En processus		4	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	25,00%	0,00%	25,00%	0,00%
Nouveaux produits / services offerts										
Aucun		7	28,57%	14,29%	14,29%	0,00%	0,00%	0,00%	28,57%	14,29%
Oui, total		34	2,94%	8,82%	11,76%	20,59%	20,59%	5,88%	17,65%	11,76%
1 à 4		24	0,00%	8,33%	4,17%	16,67%	25,00%	8,33%	25,00%	12,50%
5 à 10		8	12,50%	12,50%	12,50%	37,50%	12,50%	0,00%	0,00%	12,50%
11 et plus		2	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Considérant que 22% des répondants ont gardé cette information confidentielle, l'interprétation des réponses obtenues est peu significative.

30. Y a-t-il actuellement des postes vacants au sein de votre entreprise pour lesquels vous éprouvez des difficultés de recrutement ?

		Nombre	Oui	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	12,20%	87,80%
	Nombre	41	5	36
Années d'existence				
0 à 5 ans		5	0,00%	100,00%
6 à 10 ans		6	33,33%	66,67%
11 à 20 ans		7	14,29%	85,71%
21 à 30 ans		10	10,00%	90,00%
31 ans et plus		13	7,69%	92,31%
Secteurs d'activités				
Transformations du bois		12	8,33%	91,67%
Transformations agro-alimentaires		11	9,09%	90,91%
Transformations des produits métalliques		9	0,00%	100,00%
Autres Transformations		9	33,33%	66,67%
Nombre d'employés				
1 à 4		14	14,29%	85,71%
5 à 19		12	16,67%	83,33%
20 à 49		8	12,50%	87,50%
50 à 99		1	0,00%	100,00%
100 et plus		6	0,00%	100,00%
Stratégie Innovation				
Non		22	22,73%	77,27%
Oui, total		15	0,00%	100,00%
Moins de 1 an		4	0,00%	100,00%
Entre 1 et 3 ans		8	0,00%	100,00%
Plus de 3 ans		3	0,00%	100,00%
En processus		4	0,00%	100,00%
Nouveaux produits / services offerts				
Aucun		7	0,00%	100,00%
Oui, total		34	14,71%	85,29%
1 à 4		24	12,50%	87,50%
5 à 10		8	25,00%	75,00%
11 et plus		2	0,00%	100,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Une entreprise sur huit (12,2%) déclare éprouver des difficultés de recrutement de personnel.
- Ce sont les entreprises de 6 à 10 ans d'existence (33,3%) qui sont les plus touchées.
- Les entreprises oeuvrant dans les autres transformations (secteurs plus spécialisés) éprouvent également plus de difficulté que la moyenne de ce côté (33,3%).
- Les entreprises de plus de 50 employés indiquent ne pas vivre de problématique de recrutement de main d'œuvre, de même que les entreprises engagées dans une stratégie d'innovation.

31. Si oui, combien de postes, et pour quels métiers ou professions ?

	Métiers / Professions		Métiers / Professions		Métiers / Professions
A	Programmeurs - 2	D	Boulangier - 1	G	Journalier - 1
B	Dessinateurs - 2	E	Graphiste - 1	H	Réception - 1
C	Installateur - 1	F	Couturier - 1	I	Contrôleur - 1

Pour chacun des métiers ou professions mentionnés à la question précédente, répondre aux questions ci-dessous : Quelles sont les raisons à la sources des difficultés de recrutement ? Encercler si applicable.

Raisons ou sources des difficultés	Métier	Métier	Métier	Métier	Métier	Métier	Métier	Métier	Métier
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
31.1 Manque de compétences de la main d'œuvre au chapitre de la capacité à utiliser les technologies avancées.									
31.2 Manque de compétences de la main d'œuvre au chapitre de la capacité à utiliser les outils informatiques		X	X						
31.3 Manque de compétences de la main d'œuvre au chapitre de la capacité à utiliser les techniques propres au métier/profession									
31.4 Manque d' expérience des candidats	X	X	X	X	X	X	X		
31.5 Exigence de la main d'œuvre au chapitre des salaires offerts trop faibles		X	X						
31.6 Exigence de la main d'œuvre au chapitre des horaires trop exigeants	X			X					
31.7 Exigence de la main d'œuvre au chapitre de l' environnement physique difficile			X	X					
31.8 La région perçue comme trop éloignée, peu dynamique	X		X	X	X				

Analyse des résultats

- Neuf métiers, représentant onze postes, sont identifiés en difficulté de recrutement par les entreprises sondées.
- Dans les raisons invoquées le manque d'expérience arrive en tête, suivi de la perception que la région est éloignée et peu dynamique.
- Les compétences des candidats ne sont pas en cause dans les difficultés de recrutement.
- La question des salaires trop faibles, des horaires trop exigeants et de l'environnement physique difficile n'est pas perçue comme des raisons importantes expliquant les difficultés de recrutement.



		Nombre	32. D'ici 5 ans, aurez-vous à assurer la relève du ou des propriétaires-dirigeants de votre entreprise ?		33. Votre entreprise a-t-elle un plan de relève de son ou de ses propriétaires-dirigeants ?		
			Oui	Non	Oui	En élaboration	Non
Ensemble des répondants	%	100,00%	46,34%	53,66%	36,59%	17,07%	46,34%
	Nombre	41	19	22	15	7	19
Années d'existence							
0 à 5 ans		5	60,00%	40,00%	40,00%	0,00%	60,00%
6 à 10 ans		6	33,33%	66,67%	16,67%	0,00%	83,33%
11 à 20 ans		7	85,71%	14,29%	57,14%	42,86%	0,00%
21 à 30 ans		10	40,00%	60,00%	30,00%	20,00%	50,00%
31 ans et plus		13	30,77%	69,23%	38,46%	15,38%	46,15%
Secteurs d'activités							
Transformations du bois		12	41,67%	58,33%	50,00%	0,00%	50,00%
Transformations agro-alimentaires		11	54,55%	45,45%	36,36%	18,18%	45,45%
Transformations des produits métalliques		9	44,44%	55,56%	33,33%	22,22%	44,44%
Autres transformations		9	44,44%	55,56%	22,22%	33,33%	44,44%
Nombre d'employés							
1 à 4		14	35,71%	64,29%	35,71%	7,14%	57,14%
5 à 19		12	50,00%	50,00%	16,67%	25,00%	58,33%
20 à 49		8	62,50%	37,50%	50,00%	37,50%	12,50%
50 à 99		1	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%
100 et plus		6	50,00%	50,00%	66,67%	0,00%	33,33%
Stratégie innovation							
Non		22	25,00%	75,00%	22,73%	18,18%	59,09%
Oui, total		15	73,33%	26,67%	53,33%	20,00%	26,67%
Moins de 1 an		4	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	50,00%
Entre 1 et 3 ans		8	87,50%	12,50%	50,00%	25,00%	25,00%
Plus de 3 ans		3	75,00%	25,00%	66,67%	33,33%	0,00%
En processus		4	66,67%	33,33%	50,00%	0,00%	50,00%
Nouveaux produits / services offerts							
Aucun		7	42,86%	57,14%	28,57%	0,00%	71,43%
Oui, total		34	47,06%	52,94%	38,24%	20,59%	41,17%
1 à 4		24	50,00%	50,00%	37,50%	25,00%	37,50%
5 à 10		8	37,50%	62,50%	37,50%	12,50%	50,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%	50,00%	0,00%	50,00%

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Une entreprise sur deux aura à assurer la relève de ses propriétaires-dirigeants d'ici cinq ans. Les entreprises plus âgées ne sont pas plus confrontées à cette problématique que les autres. Par contre, les entreprises ayant une stratégie d'innovation seront confrontées à ce phénomène dans une proportion beaucoup plus élevée (73,3%) que la moyenne (46,3%).
- Une entreprise sur trois à un plan de relève de son ou de ses propriétaires-dirigeants. En plus, une entreprise sur cinq est en train d'élaborer un tel plan de relève. Ainsi, une entreprise sur deux a déjà ou est en train de préparer sa relève, soit la même proportion que celles des entreprises qui auront effectivement à assurer leur relève. Les entreprises ayant plus de 100 employés et celles ayant une stratégie d'innovation sont plus préparées par rapport à cet évènement que la moyenne.

Section 7 Facteurs de succès

34. Veuillez indiquer, selon vous, l'importance de la contribution de chacun des facteurs suivants au succès de votre entreprise de 2005 à 2007

- 1) Élevé
- 2) Moyen
- 3) Faible

	Nombre	34.1 La connaissance des marchés et la recherche de nouveaux marchés	34.2 Satisfaction des clients existants	34.3 Développement de marchés créneaux ou spécialisés	34.4 Développement de marchés d'exportation	34.5 Développement du marché national (Canada)	34.6 Développement de produits (biens ou services personnalisés pour les clients)	34.7 La compétence du personnel.	34.8 Participation active à l'élaboration de nouvelles normes industrielles	34.9 L'introduction de nouvelles technologies de l'information et de la communication
Ensemble des répondants	41	2,5	3,0	2,6	2,0	2,2	2,6	3,0	2,3	2,0
Années d'existence										
0 à 5 ans	5	2,6	2,6	2,8	2,0	2,0	2,2	3,0	2,0	1,6
6 à 10 ans	6	2,3	3,0	2,4	1,0	1,0	2,8	3,0	3,0	3,0
11 à 20 ans	7	2,2	3,0	2,7	3,0	3,0	2,7	3,0	2,5	2,6
21 à 30 ans	10	2,6	3,0	2,4	1,9	2,2	2,7	3,0	2,3	2,3
31 ans et plus	13	2,6	3,0	2,6	2,0	2,3	2,6	2,8	2,3	1,6
Secteurs d'activités										
Transformations du bois	12	2,6	3,0	2,6	2,6	2,6	2,7	2,9	2,2	2,1
Transformations agro-alimentaires	11	2,4	2,9	2,6	1,6	2,4	2,5	2,9	2,5	1,6
Transformations des produits métalliques	9	2,2	2,9	2,7	2,3	1,8	2,8	3,0	2,2	2,0
Autres transformations	9	2,7	3,0	2,3	1,4	1,5	2,6	3,0	2,5	2,6
Nombre d'employés										
1 à 4	14	2,3	3,0	2,3	1,5	1,5	2,7	3,0	2,3	1,7
5 à 19	12	2,4	2,9	2,4	1,0	1,8	2,3	2,9	2,1	1,9
20 à 49	8	2,7	3,0	2,9	2,3	2,4	2,9	3,0	2,9	2,8
50 à 99	1	3,0	2,0	3,0	3,0	1,0	3,0	3,0	1,0	1,0
100 et plus	6	3,0	3,0	2,8	2,7	2,7	3,0	2,8	2,0	1,8
Stratégie innovation										
Non	22	2,3	3,0	2,3	1,7	1,9	2,5	3,0	2,2	2,2
Oui, total	15	2,7	2,9	2,9	2,3	2,3	2,8	3,0	2,3	1,9
Moins de 1 an	4	3,0	2,8	2,8	2,3	2,0	3,0	3,0	2,5	1,8
Entre 1 et 3 ans	8	2,5	2,9	3,0	2,2	2,5	2,6	2,9	2,3	2,3
Plus de 3 ans	3	2,7	3,0	3,0	2,3	2,3	2,7	3,0	2,0	1,7
En processus	4	3,0	3,0	2,8	1,5	3,0	3,0	3,0	3,0	1,7
Nouveaux produits / services offerts										
Aucun	7	2,2	3,0	2,3	3,0	2,7	2,2	2,9	2,0	2,0
Oui, total	34	2,4	2,8	2,5	1,4	1,8	2,5	3,0	2,5	1,8
1 à 4	24	2,7	3,0	2,7	2,2	2,4	2,7	3,0	2,7	2,2
5 à 10	8	2,6	3,0	2,4	1,0	1,0	2,8	3,0	2,8	1,8
11 et plus	2	2,0	2,5	2,5	1,0	2,0	2,0	3,0	2,0	1,5

Note : Les données foncées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Les éléments qui ont le plus contribué au succès des entreprises sont le développement des marchés d'exportation (surtout chez les entreprises ayant offerts beaucoup de nouveaux produits/services) et le fait d'avoir introduit de nouvelles technologies (surtout chez les entreprises de 0 à 5 ans, celles de plus de 31 ans, les entreprises agro-alimentaires et celles ayant de 50 à 99 employés).
- Les sept autres éléments d'explication de succès proposés aux entreprises ont tous été coté comme ayant eu une influence variant entre faible et moyenne sur le succès de l'entreprise.

Section 8 Stratégie d'innovation

		Nombre	35. Est-ce que votre entreprise possède une stratégie d'innovation, si oui, sur quel horizon pensez-vous la réaliser ?						36. Si votre entreprise ne possède pas de stratégie d'innovation, prévoyez-vous doter votre entreprise d'une telle stratégie ?		
			Non	Oui, total	Moins de 1 an	Entre 1 et 3 ans	Plus de 3 ans	En processus	Oui	Non	Je suis incertain
Ensemble des répondants	%	100,00%	53,66%	36,59%	9,76%	19,51%	7,32%	9,76%	9,52%	61,90%	28,57%
	Nombre	41	22	15	4	8	3	4	2	13	6
Années d'existence											
0 à 5 ans		5	20,00%	80,00%	20,00%	40,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
6 à 10 ans		6	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	60,00%	20,00%
11 à 20 ans		7	42,86%	57,15%	14,29%	42,86%	0,00%	0,00%	0,00%	66,67%	33,33%
21 à 30 ans		10	60,00%	30,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	16,67%	50,00%	33,33%
31 ans et plus		13	46,15%	30,76%	7,69%	15,38%	7,69%	23,08%	0,00%	83,33%	16,67%
Secteurs d'activités											
Transformations du bois		12	41,67%	50,00%	0,00%	41,67%	8,33%	8,33%	20,00%	60,00%	20,00%
Transformations agro-alimentaires		11	45,45%	45,45%	18,18%	9,09%	18,18%	9,09%	0,00%	80,00%	20,00%
Transformations des produits métalliques		9	55,56%	44,44%	22,22%	22,22%	0,00%	0,00%	0,00%	50,00%	50,00%
Autres transformations		9	77,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	22,22%	14,29%	57,14%	28,57%
Nombre d'employés											
1 à 4		14	78,57%	14,28%	7,14%	0,00%	7,14%	7,14%	9,09%	72,73%	18,18%
5 à 19		12	50,00%	33,33%	0,00%	25,00%	8,33%	16,67%	0,00%	66,67%	33,33%
20 à 49		8	37,50%	50,00%	12,50%	37,50%	0,00%	12,50%	0,00%	50,00%	50,00%
50 à 99		1	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	--	--	--
100 et plus		6	33,33%	66,67%	16,67%	33,33%	16,67%	0,00%	50,00%	0,00%	50,00%
Stratégie innovation											
Non		22	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,52%	61,90%	28,57%
Oui, total		15	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	--	--	--
Moins de 1 an		4	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	--	--	--
Entre 1 et 3 ans		8	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	--	--	--
Plus de 3 ans		3	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	--	--	--
En processus		4	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	--	--	--
Nouveaux produits / services offerts											
Aucun		7	85,71%	14,29%	0,00%	0,00%	14,29%	0,00%	16,67%	50,00%	3,33%
Oui, total		34	47,06%	41,18%	11,76%	23,53%	5,88%	11,76%	6,67%	66,67%	26,67%
1 à 4		24	41,67%	50,00%	12,50%	29,17%	8,33%	8,33%	10,00%	70,00%	20,00%
5 à 10		8	62,50%	12,50%	12,50%	0,00%	0,00%	25,00%	0,00%	75,00%	25,00%
11 et plus		2	50,00%	50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%

Note : Les données forcées représentent un écart significatif par rapport à la moyenne.

Analyse des résultats

- Une entreprise sur trois (36,6%) est déjà engagée dans une stratégie d'innovation et une sur dix (9,8%) est en processus d'implantation d'une telle stratégie. Ainsi, près d'une entreprise sur deux (46,3%) est impliquée dans une stratégie d'innovation.
- Parmi les 53,7% d'entreprises qui ne sont pas actuellement engagées dans une stratégie d'innovation, 9,5% l'envisage prochainement et 28,6% sont incertaines. Il s'agit là, d'entreprises à appuyer dans ce sens.