**Questionnaire de prédémarrage**

**Méthode BNQ 21000**

**Méthode BNQ 21000**

1. Le profil de l’organisation

Ces questions ouvertes ont pour objectif de dégager le profil de l’organisation afin que le lecteur puisse se faire une idée claire de la mission de l'entreprise, de son profil de direction et de son histoire.

1. Parlez-nous de votre organisation.
2. Quels sont les points marquants de l’histoire de votre organisation (dates et brèves descriptions des évènements) et vos plus grandes craintes quant à l’avenir de votre organisation?
3. Quelle est la mission de l'organisation? Quelle est la vision de l'organisation? Quelles sont les valeurs de l’organisation?
4. Qui sont les propriétaires de l’organisation? Y a-t-il des prévisions de changement concernant la propriété de l’organisation?
5. Quelle est la structure de gouvernance? Existe-t-il des comités et un conseil d’administration? Comment sont constitués ces comités? Qui en fait partie? Comment les membres sont-ils choisis?
6. Quels sont les différents mécanismes prévus pour permettre aux employés, aux actionnaires et aux autres parties prenantes de transmettre leurs intérêts et leurs recommandations aux autorités de l’organisation?

**Méthode BNQ 21000**

1. L’organisation a-t-elle déterminé des parties prenantes? Si oui, quelles sont-elles? Quelles sont les actions qui ont été posées pour prendre en compte l’intérêt des parties prenantes?
2. Quel est l’organigramme de l’organisation (la structure organisationnelle)?
3. Est-ce que l’organisation est reconnue dans son milieu? Si oui, de quelle manière?
4. L’environnement et l’approche stratégique

Ces questions ouvertes ont pour objectif de dresser un portrait des éléments de l’environnement interne et externe ayant un effet sur les stratégies de l’entreprise. Elles visent également à mettre en lumière l'importance accordée au développement durable dans les positionnements stratégiques de l’entreprise.

1. Où voyez-vous votre organisation dans 10 ans?
2. Quelles sont les principales forces et faiblesses de votre organisation?
3. L'organisation a-t-elle un système formel de planification stratégique? Comment se prennent les décisions stratégiques? Quelles sont les priorités stratégiques? Quels sont les objectifs à court, à moyen et à long terme de l'organisation?
4. Est-ce que l’organisation se fixe des objectifs à atteindre? Ces objectifs sont-ils financiers, stratégiques ou opérationnels? L'organisation a-t-elle l’habitude de les atteindre?
5. Comment l'organisation perçoit-elle son environnement externe (du point de vue politique, légal, éthique, économique, environnemental, social et technologique)?
6. Comment l'organisation perçoit-elle les menaces et les possibilités liées à l’environnement externe?
7. Comment l'organisation se perçoit-elle dans son secteur d'activité (entrée possible de nouveaux concurrents, menaces de produits de remplacement, pouvoir de négociation des acheteurs, pouvoir de négociation des fournisseurs et rivalité de la concurrence)?
8. Quels sont les principaux concurrents? Qu'est-ce qui mobilise ou motive vos concurrents (objectifs actuels et futurs, présomptions sur eux-mêmes, etc.)? Qu’est-ce que vos concurrents veulent faire et qu’est-ce qu’ils sont en mesure de faire (stratégies, ressources, etc.)?
9. Pourquoi votre organisation fait-elle le choix de se tourner vers le développement durable? Pourquoi maintenant?
10. L’organisation en statistiques

Ces questions ont pour objectif de dresser un portrait plus précis de certains éléments stratégiques. Cette partie du questionnaire peut être fournie à l’avance aux dirigeants en guise de préparation aux questions ouvertes des sections suivantes.

# L’organisation

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Adresse du siège social de votre entreprise : |  |

1. Dans quels secteurs d’activité votre entreprise opère-t-elle?

[Agriculture, foresterie, pêche et chasse](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic11deff.html) (SCIAN 11)

[Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic21deff.html) (SCIAN 21)

[Services publics](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic22deff.html) (SCIAN 22)

[Construction](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic23deff.html) (SCIAN 23)

[Fabrication](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic31-33deff.html) (SCIAN 31-33)

[Commerce de gros (SCIAN 41)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic41deff.html)

[Commerce de détail (SCIAN 44-45)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic44-45deff.html)

[Transport et entreposage (SCIAN 48-49)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic48-49deff.html)

[Industrie de l'information et industrie culturelle (SCIAN 51)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic51deff.html)

[Finance et assurances (SCIAN 52)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic52deff.html)

[Services d'immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic53deff.html)

[Services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 54)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic54deff.html)

[Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic55deff.html)

[Services administratifs, services de soutien, services de gestion de déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic56deff.html)

[Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic62deff.html)

[Arts, spectacles et loisirs (SCIAN 71)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic71deff.html)

[Hébergement et services de restauration (SCIAN 72)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic72deff.html)

[Autres services – sauf les administrations publiques (SCIAN 81)](http://www.ic.gc.ca/cis-sic/cis-sic.nsf/IDF/cis-sic81deff.html)

1. Comment l’organisation est-elle légalement constituée?

Société par actions

Entreprise individuelle

Société en nom collectif

Coopérative

Organisme sans but lucratif

|  |  |
| --- | --- |
| 1. En temps normal et sur une base annuelle, combien d’employés travaillent à temps plein (ou l’équivalent de temps plein) dans votre entreprise? |  |

1. Vos employés ou groupes d’employés sont-ils syndiqués?  Oui, quel pourcentage       %  Non
2. Parmi vos employés, y a-t-il une personne attitrée au développement durable?  Oui  Non
3. Est-ce que votre entreprise œuvre dans des marchés…

très larges (vos clients potentiels sont très nombreux)

très spécialisés (vos clients potentiels sont peu nombreux)

1. Est-ce que les marchés dans lesquels votre entreprise opère sont…

régionaux  provinciaux  nationaux  internationaux

1. Votre clientèle est principalement composée… (la somme des pourcentages doit totaliser 100 %)

d’individus :       %  de groupes d’achat :       %

d’entreprises :       %  de revendeurs ou de distributeurs :       %

1. Qu’offrez-vous principalement à vos clients?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| % | | Produits | Type : |  |
| % | | Services | Type : |  |
| % | | Solutions | Expertise : |  |
| % | | R-D | Expertise : |  |
| % | | Autre (décrire ci-dessous votre proposition de valeur) : | | |
|  | | | |

1. Comment positionneriez-vous votre organisation par rapport à ses concurrents sur les sujets suivants?

| Mon organisation se situe en dessous ou au-dessus de ses concurrents | **-3** | **-2** | **-1** | **0** | **1** | **2** | **3** | ***Ne  s'applique pas*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| - Prix de vente de vos produits |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Pourcentage des ventes investi dans la recherche et le développement |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Pourcentage des ventes investi en markéting |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Qualité de vos produits |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Image de vos produits |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Performance de vos produits (durabilité, fonctionnalité, etc.) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Solutions clients apportées par vos produits (solutions complètes) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Éventail des produits offerts |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Disponibilité de vos produits |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Développement de nouveaux produits (innovation) |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Délais de fabrication |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Délais de livraison |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Service à la clientèle |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Vos couts de production |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Flexibilité de vos processus de fabrication |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Financement des achats de la clientèle au-delà de 30 jours |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Développement durable |  |  |  |  |  |  |  |  |
| - Autres, veuillez préciser : |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |

# Performances financières

1. Dans lequel des intervalles suivants le chiffre d’affaires total de votre entreprise se situe-t-il :

moins de 99 999 $  entre 10 000 000 $ et 24 999 999 $

entre 100 000 $ et 449 999 $  entre 25 000 000 $ et 49 999 999 $

entre 500 000 $ et 999 999 $  entre 50 000 000 $ et 99 999 999 $

entre 1 000 000 $ et 4 999 999 $  entre 100 000 000 $ et 249 999 999 $

entre 5 000 000 $ et 9 999 999 $  plus de 250 000 000 $

1. Quel a été le taux de croissance de votre chiffre d’affaires au cours des trois dernières années :

2009 =       % 2010 =       % 2011 =       %

1. Quelle a été votre marge bénéficiaire (bénéfice net/chiffre d’affaires) au cours des trois dernières années : 2009 =       % 2010 =       % 2011 =       %
2. Au cours des trois dernières années, comment positionneriez-vous la performance financière de votre entreprise par rapport aux autres entreprises de votre secteur d’activité?

Performe faible 1 2 3 4 5 6 7 Forte performance

1. Il existe deux grandes stratégies d’affaires. Il y a ce que l’on appelle une stratégie de couts, où l’on cherche à toujours avoir un prix de vente plus bas que ses concurrents, et il y a ce qu’on appelle une stratégie de différenciation, où l’on cherche plutôt à créer quelque chose qui est perçu comme étant unique par l’intermédiaire des caractéristiques du produit, du service à la clientèle qui lui est associé, de l’image du produit ou de sa performance. Quel est le pourcentage de votre chiffre d’affaires qui provient de l’une ou de l’autre de ces stratégies (le total doit arriver à 100 %)?

      % une stratégie de couts (c’est-à-dire que votre entreprise essaie d’avoir des prix plus bas que ses concurrents)

      % une stratégie de différenciation (c’est-à-dire que votre entreprise essaie d’avoir des produits qui se démarquent de ceux des concurrents)

# Le gestionnaire

1. Vous êtes…  propriétaire  dirigeant  propriétaire et dirigeant

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Depuis combien d’années possédez-vous ou gérez-vous cette entreprise? |  |

1. Quel est le niveau du dernier diplôme que vous avez obtenu?

Primaire  Secondaire  Collège  Baccalauréat

Maitrise  Doctorat  Autre (veuillez préciser) :

1. En quelle année êtes-vous né? 19
2. Vous êtes…  un homme  une femme
3. Votre langue maternelle est…  le français  l’anglais  autre (veuillez préciser) :

**Méthode BNQ 21000**