

# Sonder autrement : est-ce aussi une question d'éducation coopérative?

Essai présenté à la faculté d'administration de l'Université de Sherbrooke en vue de l'obtention du grade de Maîtrise en administration, M. Adm.

Maîtrise en gestion et gouvernance des coopératives et des mutuelles

Par

Anabelle Perron B.A.

Janvier 2013

«On a dit justement que la coopération est un mouvement économique qui se sert de l'éducation. Mais on peut tout aussi bien retourner la proposition et dire que la coopération est un mouvement éducatif qui se sert de l'action économique.»  
(Gilles Comtois, UQAC)

# Table des matières

|  |    |
|--|----|
| Table des matières .....   | 2  |
| Liste des termes .....   | 4  |
| Liste des figures.....   | 5  |
| Liste des tableaux .....   | 6  |
| INTRODUCTION .....   | 7  |
| I. PROBLÉMATIQUE DU TRAVAIL.....   | 8  |
| 1.1 Contexte global et social de la problématique.....   | 8  |
| 1.2 Description du problème qui existe .....   | 9  |
| 1.3 Formulation de la question ou des questions de recherche ou problématique ou besoin .....  | 11 |
| II. CADRE THÉORIQUE DE L'ESSAI.....  | 12 |
| 2.1. Recension des écrits et connaissances disponibles : pertinence du choix des auteurs et des savoirs disponibles.....   | 12 |
| 2.2. Définition des termes .....   | 12 |
| 2.3. Explication du cadre théorique : ses limites.....   | 17 |
| 2.4. Objectif(s) du travail : clarté, précision et cohérence (global et spécifique) .....  | 18 |
| III. MÉTHODOLOGIE .....  | 18 |
| 3.1. Approche et choix méthodologique .....  | 18 |
| 3.2. Stratégie et du déroulement de l'expérience.....  | 22 |
| 3.3. Analyse et interprétations des données.....   | 22 |
| IV. ANALYSE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....   | 24 |
| 4.1 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de la librairie.....   | 24 |
| 4.2 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de la papeterie .....  | 25 |
| 4.3 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de l'informatique.....   | 26 |
| 4.4 Analyse de la satisfaction du service de la clientèle.....   | 27 |
| 4.5 Tableau qui démontre l'analyse la satisfaction des répondants sur les produits et services (sur le prix, la diversité, la disponibilité et les commandes personnelles) ..... | 30 |
| 4.6 Analyse des données sur la perception coop .....   | 32 |
| 4.7 Adéquation avec l'objectif.....  | 37 |
| 4.8 Lien avec les écrits .....   | 38 |
| 4.9 Retombées escomptées de l'étude .....  | 39 |

|  |    |
|--|----|
| V. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS ..... | 40 |
| Bibliographie .....                    | 42 |
| Annexe 1.....                          | 43 |

## **Liste des termes**

UQAC : Université du Québec à Chicoutimi

SONDAGE : (Référence sondage UQAC) Sondage sur la satisfaction de la clientèle à l'Université du Québec à Chicoutimi pour la COOPSCO

CQCM : Conseil Québécois de la coopération et de la mutualité

COOPSCO-UQAC : Coopérative étudiante de l'Université du Québec à Chicoutimi

MELS : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport

CICEQ : Centre interuniversitaire de recherche, d'information et d'enseignement sur les coopératives

## Liste des figures

**FIGURE 1 :** Profil sociodémographique des répondants

**FIGURE 2 :** Satisfaction du service de la librairie

**FIGURE 3 :** Satisfaction du service de papeterie

**FIGURE 4 :** Satisfaction du service de l'informatique

**FIGURE 5 :** Satisfaction de la marchandise en général et de l'aménagement et l'aspect de la coopérative

**FIGURE 6 :** La rapidité aux caisses à la rentrée

**FIGURE 7 :** Visite du site Internet

**FIGURE 8 :** La priorité lors de l'achat d'un produit dans un magasin

**FIGURE 9 :** Les raisons qui sont importantes lors des achats faits ailleurs qu'à la Coopérative

**FIGURE 10 :** La perception des répondants sur l'entreprise coopérative

**FIGURE 11 :** La publicité et les infolettres

**FIGURE 12 :** Quelles sont, d'après vous, les valeurs coopératives qui sont un avantage concurrentiel parmi les suivantes?

**FIGURE 13 :** Croyez-vous que les valeurs coopératives portent un projet de société particulier?

## **Liste des tableaux**

**TABLEAU 1 :** Tableau de satisfaction sur le prix, la disponibilité, la variété et les commandes personnelles

**TABLEAU 2 :** Tableau sur le fonctionnement interne d'une coopérative

## **INTRODUCTION<sup>1</sup>**

Dans le monde actuel québécois, nous pourrions dire que nous sommes dans une société qui a accès à un système d'éducation qui offre une panoplie de possibilités pour façonner son savoir. Nous pourrions même affirmer que nos écoles ont un rôle très important à jouer dans le bon fonctionnement de la vie en société et des valeurs à y adopter. De plus, ce que l'on enseigne à l'école est le reflet même de ce que veut la société pour son avenir et de sa perception du monde. Si une coopérative est présente dans une institution scolaire qui forme et éduque des personnes, est-ce que cela aurait un impact sur le niveau de connaissances de base des membres sur une coopérative et sur son fonctionnement interne? Et même, quels seraient le niveau et l'importance accordée à l'éducation coopérative auprès des membres?

Pour ce faire, à la demande de la coopérative COOPSCO-UQAC, la population de l'UQAC a été sondée sur leur satisfaction du service de la librairie, de la papeterie, de l'informatique et du service à la clientèle. De plus, de mon initiative, il a été suggéré à la coopérative d'ajouter au mandat demandé des questions sur la compréhension du modèle coopératif et son fonctionnement interne.

Dans cette optique, l'hypothèse amenée serait que les membres devraient avoir une bonne compréhension et perception d'une coopérative ainsi que sur son fonctionnement interne de plus, ils devraient être satisfaits des produits et services offerts. Dans un premier temps, pour connaître le modèle d'entreprise coopératif, il est important de faire de l'éducation coopérative auprès de ses membres. Puisque cette coopérative est dans un milieu scolaire, l'importance de l'éducation doit être mise de l'avant. Pour avoir une meilleure compréhension des différents termes tournant autour du sujet de l'éducation et des principes de bases d'une coopérative, plusieurs définitions seront expliquées dans cet essai. Dans un deuxième temps, par une étude sur la satisfaction de la clientèle de la coopérative scolaire de l'UQAC, nous allons décrire la vision des membres sur la coopérative et ainsi interpréter les résultats selon l'hypothèse amenée.

---

<sup>1</sup> L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire.

## **I. PROBLÉMATIQUE DU TRAVAIL**

### **1.1 Contexte global et social de la problématique**

La Coopérative étudiante de l'UQAC vise à maintenir et à améliorer ses services pour ses membres afin d'être concurrentielle sur son marché. Pour ce faire, la gestion de la coopérative doit être efficiente et orientée par son plan stratégique. Aussi, il faut prendre en compte l'environnement socio-économique, la concurrence, l'avantage de la coopérative, le choix stratégique, la relation avec les membres et la relation avec les employés (COOPSCO-UQAC, 2010). Ainsi cet amalgame de connaissances sur cette entreprise coopérative permettra l'accomplissement de sa mission qui vise à offrir à ses membres des produits et des services pour leur usage personnel.

Afin de mieux comprendre la satisfaction des membres, une étude a été réalisée pour permettre d'aller chercher l'opinion de ceux-ci. Dans l'analyse de cette étude, il faut tenir compte de tous les aspects, car l'objectif principal est de sonder les membres et ainsi répondre à leurs attentes ou à maintenir les services appréciés. Les données recueillies permettront une meilleure communication et compréhension entre les gestionnaires et les membres de la coopérative.

Nous avons donc sondé les gens sur leur satisfaction du service de la librairie, de la papeterie, de l'informatique et du service à la clientèle. De plus, nous avons renchéri avec des questions sur le fonctionnement d'une coopérative. Ceci dans l'optique d'évaluer ces réponses sur différents points soit sur une meilleure connaissance des possibilités d'amélioration des services; une appréhension pertinente des attentes des membres; une répartition plus efficace des ressources pour répondre aux priorités des membres; un renforcement des compétences de gestion stratégique et opérationnelle; une meilleure connaissance de la clientèle; de connaître le niveau de compréhension des membres sur le fonctionnement interne d'une coopérative.

Cette évolution de la compréhension du modèle nous a amenés à nous positionner sur l'éducation coopérative, d'autant plus que la coopérative étudiée se trouve dans un milieu scolaire, l'éducation sera donc principalement étudiée sous cet angle. Selon le 5<sup>e</sup> principe coopératif de l'Alliance internationale des coopératives qui oriente le monde coopératif, « Les coopératives fournissent à l'éducation et à la formation de leurs membres, les élus, les gestionnaires et les employés afin qu'ils puissent contribuer efficacement au développement de leur coopérative. Elles informent le grand public - en particulier les jeunes et les leaders d'opinion - sur la nature et les avantages de la coopération. » (ACI, 2013) C'est



une prémisses de base pour le bon fonctionnement interne d'une coopérative. Il est à noter que, la demande de COOPSCO-UQAC ne demandait pas des questions sur la formule coopérative ou même d'insérer des questions sur son fonctionnement interne.

## **1.2 Description du problème qui existe**

Ceci dit, par ces principes et en étant dans une institution scolaire, il est important et même primordial pour la coopérative d'axer sur l'éducation coopérative afin de transmettre la vision et d'assurer la pérennité de l'entreprise coopérative. C'est l'essence même de notre fonctionnement en société de transmettre et d'éduquer les gens. Car l'éducation se manifeste dans nos vies de façon continue et par le biais de nombreuses situations particulières, tels l'enseignement, les expériences personnelles, les observations et les réflexions qui nous animent. L'éducation c'est : « L'enseignement des règles de conduite sociale et formation des facultés physiques, morales et intellectuelles qui président à la formation de la personnalité ». (Encarta, 2010). C'est un processus qui se doit d'être considéré comme un moteur de changement, un moyen permettant à chaque individu d'évoluer et de s'éveiller, menant ainsi à une évolution positive de la société dans laquelle il vit.

Kant disait, « l'homme n'est ce qu'il est que par l'éducation » (cité dans Reboul, 1992 : 3). L'éducation permet de devenir une personne consciente de son environnement et de la valeur de l'être humain qui est libre d'avoir une opinion, d'accepter celles des autres et de prendre des décisions éclairées. L'éducation fait partie de toutes les parcelles de nos vies, tant à l'école, qu'avec nos amis, la famille, le travail, etc.

L'éducation est le pilier de base d'une société et ceci assure la pérennité et la transmission des connaissances et de la culture. Comme le mentionne Reboul, l'enseignement véritable doit avoir comme finalité de « former des êtres adultes » (1977 : 7). Par êtres adultes, il entend des individus qui seraient capables de « prendre leurs responsabilités et de tenir leurs engagements, de penser par eux-mêmes, de respecter les faits même quand ils vont contre leur désir et d'écouter les autres même quand ils les contredisent » (Reboul, 1977 : 7). Donc, il est compréhensible et même logique de penser que l'éducation amène les jeunes à avoir un esprit critique et à comprendre les valeurs sociétales.

Bien que l'éducation ait une définition beaucoup plus large que le simple cursus scolaire et s'acquiert à travers les différentes expériences de la vie quotidienne, il est évident que nous avons, dans notre société, une certaine facilité à attribuer le rôle éducatif aux institutions scolaires. Il est donc important

de savoir qu'elles sont les fondements de base de notre système d'éducation. Les objectifs de notre système d'éducation québécois est de faire connaître les prémisses de base du bon citoyen aux jeunes, par le biais de trois thèmes soit *s'instruire*, *socialiser* et *se qualifier*. (MELS, 2011) Ceci devrait éventuellement amener les jeunes à acquérir des connaissances, à devenir des citoyens actifs en démocratie et à choisir un métier pour aller sur le marché du travail. (MELS, 2011)

### **Éducation coopérative**

Dans le cas d'une coopérative, les coopérateurs deviennent des éducateurs pour assurer le bon fonctionnement interne, la bonne divulgation de l'information, la pérennité et la relève auprès des membres. Mais d'après le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM), il est reconnu qu'il y a une méconnaissance « assez généralisée chez les coopérateurs des réalités de la coopération, aussi tant sur le plan théorique que sur le plan pratique. Ceci est plus évident chez les jeunes ». (CIRIEC, 1982) Où serait le manque dans les coopératives en termes d'éducation pour pouvoir changer cette réalité? Pourquoi la transmission ne se fait pas aussi facilement que cela devrait être?

Daniel Navas Vegas montre qu'il y aurait une vision plus traditionnelle de l'éducation en général et une vision plus anthropologique de celle-ci. Dans sa vision plus traditionnelle, on met l'emphasis sur la reproduction et la conservation de l'ordre social et économique déjà établi. Et ce mode de transmission est immanquablement vertical et transmissif. « De plus, celle-ci serait plus orientée vers le passé, donc ses potentialités comme élément transformateur des relations sociales sont minimales ». (CIRIEC, 1982 : 29)

Cette définition écrite il y a plusieurs années reflète bien l'idée que le système scolaire québécois se fait de l'éducation d'aujourd'hui. Il est erroné de penser que le terme est galvaudé, il faut seulement distinguer la vision de chacun sur sa définition de l'éducation. D'après Daniel Navas Vegas, la vision anthropologique de l'éducation c'est que :

« l'on met l'accent sur la capacité créatrice de l'Homme qui, à partir de la triple conjonction de réflexion, de langage et de technique, est capable de modifier de façon permanente le monde où il vit afin de répondre à ses besoins économiques, culturels, sociaux et psychologiques. (Cité par le CIRIEC, 1982 : 29)

Daniel Navas Vegas définit deux types d'éducation, mais dans sa vision traditionnelle on peut constater des similarités avec la définition de la formation. Comme le mentionne André Martin, pour qu'elle soit pleinement efficace, la formation doit se conformer « aux fondements idéologiques et éducatifs d'une

société ». (Martin, 2009 : Diapositive 12) Et que désire notre société? Former les jeunes à voter, à vivre en société et à intégrer le marché du travail. Ce qui est loin de la définition anthropologique de l'éducation que propose Navas Vegas.

Ces définitions expliquent les quelques facettes de l'éducation et dans un contexte coopératif l'éducation coopérative est primordiale pour nous amener un réflexe à penser en mode coopératif et non d'une façon traditionnelle. Ceci nous amène à poser l'hypothèse et les questions de recherche.

### **1.3 Formulation de la question ou des questions de recherche ou problématique ou besoin**

Compte tenu de la problématique, COOPSCO-UQAC voulait connaître la satisfaction de la clientèle sur ses produits et services. Par mon initiative, j'ai suggéré à la coopérative d'ajouter des questions sur son fonctionnement interne, la perception des membres envers le modèle coopératif et sur son fonctionnement interne pour mieux connaître leur connaissance sur le modèle. Si les gens sont éduqués à la coopération, nous pouvons penser qu'ils devraient avoir une bonne compréhension du modèle et par le fait même de son fonctionnement. Cela influencerait tout sondage sur la satisfaction des produits et services de leur entreprise. S'ils ne comprennent pas le modèle, nous pouvons soumettre l'hypothèse qu'ils seront sondés comme clients traditionnels. Il est important de comprendre que la rédaction du sondage a été faite de façon dite traditionnelle dans le sens où le membre sondé répondait à des questions sur son profil-sociodémographique, ensuite nous lui demandions sa satisfaction sur les différents produits et services de la coopérative et finalement nous lui posions des questions sur la définition et la perception qu'il a d'une coopérative et son fonctionnement interne. Est-ce que les réponses au sondage auraient-elles été différentes si nous avions posé les questions sur la définition, la perception de la coopérative ainsi que sur son fonctionnement interne avant celles portant sur la satisfaction des produits et services? L'importance de l'éducation coopérative prend tout son sens dans cette vision, puisque nous amenons le membre à réfléchir sur le mode de fonctionnement ou sur sa compréhension du modèle coopératif. Ensuite, il serait questionné sur son lien d'usage et sa satisfaction des produits et services de sa coopérative. Donc, les réponses auraient-elles été différentes? Le langage utilisé, par exemple, client, clientèle, auraient-ils pu être remplacés par des termes coopératifs, par exemple, membres, lien d'usage? Auraient-ils amené des réponses différentes de la part des membres au sondage?

## **II. CADRE THÉORIQUE DE L'ESSAI**

### **2.1. Recension des écrits et connaissances disponibles : pertinence du choix des auteurs et des savoirs disponibles.**

Pour mieux comprendre les différents concepts et les savoirs disponibles, nous devons comprendre la différence entre les définitions des termes abordés soit la coopérative, les sept principes coopératifs qui sont les prémisses de base qui régissent les coopératives, l'éducation, la formation et la distinction coopérative. (ACI, 2012) Ces idées seront bien sûr corroborées par différents auteurs comme le centre interuniversitaire de recherche, d'information et d'enseignement sur les coopératives (CIRIEC) qui a traité du sujet de l'éducation coopérative. Ce livre qui est la base même de l'analyse de cet essai explique ce que devrait être l'éducation dans le respect du modèle coopératif. Il mentionne comment l'organisation est responsable de l'éducation de ses membres et démontre ses lacunes à l'intérieur de celle-ci. Et pour appuyer les définitions d'éducation et de formation, nous aborderons les écrits d'André Martin pour faire la différence entre les deux termes ainsi qu'avec ceux de Thomas de Koninck. Et les écrits d'Olivier Reboul viendront définir l'enseignement véritable et la définition de l'éducation.

### **2.2. Définition des termes**

#### **Coopérative**

«Une coopérative est une association autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs besoins économiques, sociaux et culturels et les aspirations à travers une entreprise dont la propriété et le pouvoir est exercé démocratiquement.» (ACI, 2013) En d'autres mots, c'est une association de personnes qui assument collectivement leurs responsabilités d'entrepreneurs et ils doivent assumer «coopérativement» les responsabilités liées à la propriété et au contrôle de l'entreprise. (CQCM, 2012) De plus, la coopérative qui a son siège social au Québec, sera une entreprise constituée en vertu d'une loi spécifique, la *Loi sur les coopératives* pour la plupart. (Gouvernement du Québec, 2012)

D'une perspective plus humaine qui priorise l'aspect humain avant l'aspect économique, une coopérative c'est «une communauté de personnes qui s'entraident dans leur pérégrination sur les chemins qui mènent à leur idéal. » (Marengo, s.d : 17) Le côté vie associative se développe et la dimension économique amène un soutien matériel qui est nécessaire aux membres pour tendre vers la réalisation de l'idéal de la communauté coopérative. (Marengo, s.d : 17) Les membres d'une

coopérative comme usagers personnels ou professionnels doivent se procurer des biens et des services ou, comme membres travailleurs, y trouver un emploi. C'est une entreprise dont la finalité consiste à maximiser les divers avantages que les membres retirent, à la fois comme entrepreneurs, usagers et citoyens d'un milieu.

Depuis le congrès de l'Alliance coopérative internationale à Manchester en 1995 (ACI, 2012), et selon l'héritage des Pionniers de Rochdale, les sept principes coopératifs ont été officiellement approuvés et définis par les coopérateurs du monde. Ces principes sont la base même du fonctionnement interne et externe d'une coopérative. (ACI, 2012; CQCM, 2012; CDRQA, 2012; Marengo, s.d : 29)

### **1<sup>er</sup> principe : Adhésion volontaire et ouverte à tous**

« Les coopératives sont des organisations fondées sur le volontariat et ouvertes à toutes les personnes aptes à utiliser leurs services et déterminées à prendre leurs responsabilités en tant que membres, et ce sans discrimination fondée sur le sexe, l'origine sociale, la race, l'allégeance politique ou la religion. » (ACI, 2012) L'adhésion volontaire et pour tous a comme objectif d'accepter, et ce sans discrimination fondée sur le sexe, l'origine sociale, la race, l'allégeance politique ou la religion, toute personne désirant devenir membre d'une coopérative. C'est aussi un engagement de la part du coopérateur qui veut bien partager les valeurs, les principes et l'idéal que le coopératisme propose. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012)

### **2<sup>e</sup> principe : Contrôle démocratique des membres**

« Les coopératives sont des organisations démocratiques dirigées par leurs membres qui participent activement à l'établissement des politiques et à la prise de décisions. Les hommes et les femmes élus comme représentants des membres sont responsables devant eux. Dans les coopératives de premier niveau, les membres ont des droits de vote égaux en vertu de la règle - un membre, une voix - ; les coopératives d'autres niveaux sont aussi organisées de manière démocratique. » (ACI, 2012) L'assemblée des membres est souveraine dans une coopérative, celle-ci doit déterminer les modalités, les politiques et le fonctionnement interne d'une coopérative. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012)

### **3<sup>e</sup> principe : Participation économique des membres**

« Les membres contribuent de manière équitable au capital de leurs coopératives et en ont le contrôle. Une partie au moins de ce capital est habituellement la propriété commune de la coopérative. Les membres ne bénéficient habituellement que d'une rémunération limitée du capital souscrit comme condition de leur adhésion. Les membres affectent les excédents à tout ou parties des objectifs suivant : le développement de leur coopérative, éventuellement par la dotation de réserves dont une partie au moins est impartageable, des ristournes aux membres en proportion de leurs transactions avec la coopérative et le soutien d'autres activités approuvées par les membres. » (ACI, 2012)

La contribution des membres, au départ, est faite de façon équitable et celle-ci devient la propriété de la coopérative. Aussi, la coopérative peut faire appel à ses membres pour y injecter de l'argent sur une base volontaire ou par une contribution (s'il y a lieu). (CQCM, 2012; CDRQA, 2012)

### **4<sup>e</sup> principe : Autonomie et indépendance**

« Les coopératives sont des organisations autonomes d'entraide, gérées par leurs membres. La conclusion d'accords avec d'autres organisations, y compris des gouvernements, ou la recherche de fonds à partir de sources extérieures, doit se faire dans des conditions qui préservent le pouvoir démocratique des membres et maintiennent l'indépendance de leur coopérative. » (ACI, 2012)

Dès la création de la coopérative, celle-ci doit penser et viser à être autonome et indépendante financièrement selon son secteur d'activité. Les membres sont la clé, qui va amener la coopérative vers cette indépendance par leur soutien, leur implication autant économique que sociale. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012; Marengo, s.d : 54)

### **5<sup>e</sup> principe : Éducation, formation et information**

« Les coopératives fournissent à leurs membres, leurs dirigeants élus, leurs gestionnaires et leurs employés l'éducation et la formation requises pour pouvoir contribuer efficacement au développement de leur coopérative. Elles informent le grand public, en particulier les jeunes et les dirigeants d'opinion, sur la nature et les avantages de la coopération. » (ACI, 2012)

D'après la loi et les principes coopératifs, les membres, les dirigeants élus, les gestionnaires et les employés doivent avoir l'opportunité d'être éduqués et formés pour pouvoir contribuer efficacement au développement de leur coopérative. Le bon fonctionnement interne, d'une coopérative, passe par une bonne compréhension du modèle et de l'implication des membres dans celles-ci. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012; Marengo, s.d : 41)

## **6<sup>e</sup> principe : Coopération entre les coopératives**

« Pour apporter un meilleur service à leurs membres et renforcer le mouvement coopératif, les coopératives œuvrent ensemble au sein de structures locales, régionales, nationales et internationales. » (ACI, 2012) Les coopératives s'insèrent dans différentes structures locales, régionales, nationales et internationales et l'intercoopération amène une vision plus large et d'autres perspectives qu'elle n'aura pas sans ces contacts privilégiés. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012)

## **7<sup>e</sup> principe : Engagement envers la communauté**

« Les coopératives contribuent au développement durable de leur communauté dans le cadre d'orientations approuvées par leurs membres. » (ACI, 2012) Puisque les coopératives répondent à un besoin collectif dans une ou des communautés, il est important qu'elle contribue au développement de celle-ci. (CQCM, 2012; CDRQA, 2012)

Globalement, une coopérative pourrait se distinguer, selon Claude Béland par quatre grands "P" soit la Propriété, la Participation, le Partage et le Patrimoine. La notion de propriété est essentielle à la compréhension du modèle, car l'usager est un membre de la coopérative. Dans le cas d'une société par actions, l'actionnaire n'est pas obligé d'être un client de l'entreprise pour posséder des actions. (Béland, 2012 : 265-266p.) Le membre est *copropriétaire* de son entreprise coopérative qui répond à son besoin qui peut être d'usages personnels ou professionnels pour se procurer des biens et des services ou, comme membre travailleur, y trouver un emploi. *La participation* des membres est, de toute évidence la clé pour le bon fonctionnement à court, moyen et long terme d'une coopérative. En étant un usager de la coopérative et en ayant payé ses parts de qualifications pour devenir membre, celui-ci peut participer aux assemblées générales. Peu importe le capital investi, la notion "un membre un vote" est la clé de la démocratie coopérative. Lors du *partage* des surplus ou des trop-perçus d'une coopérative, les membres ont à décider en assemblée générale de la disposition de ceux-ci. Ils ont l'obligation de constituer une réserve qui sert de capitalisation pour l'entreprise coopérative et de se verser des ristournes au prorata des opérations ou des heures travaillées. Le dernier P représente le *patrimoine* qui est inaliénable, dans le sens où une coopérative ne peut être achetée comme une entreprise dite traditionnelle. Elle peut vendre ses actifs. L'argent cumulé dans la réserve ne peut être partagé entre les membres s'il y a liquidation ou dissolution. Après avoir payé son passif, les parts privilégiées et sociales, les membres doivent remettre le montant restant au mouvement coopératif.

(Béland, 2012 : 265-266p.) Ces quatre P démontrent bien l'essence même d'une coopérative. Mettre de côté l'un de ces points ou le modifier pourrait changer entièrement le visage coopératif.

Définissons maintenant ce qu'est la COOSPO-UQAC, l'éducation, la formation et la formation versus éducation.

## **COOPSCO-UQAC**

La Coopérative étudiante de l'UQAC a été créée pour répondre aux besoins des membres et plus spécifiquement à celui des étudiants en ce qui concerne les produits et services scolaires.

Cette coopérative a été constituée le 25 janvier 1999 et son développement a été orienté dans divers secteurs d'activités, pour ainsi augmenter son chiffre d'affaires. Depuis quatre ans, l'efficacité dans la gestion de l'entreprise a été axée sur le service aux membres, car la vente de produits scolaires, au meilleur coût possible, est une priorité de la coopérative depuis sa création. En fait, c'est leur mission principale! Cette orientation a fait de la Coopérative « une entreprise rentable réalisant un chiffre d'affaires de plus de 1,5 million de dollars, grâce à plus de 10 000 membres. » (COOPSCO, 2010)

La mission de la Coopérative de l'UQAC se segmente en quatre points, soit d'offrir des produits à des prix compétitifs pour répondre à la demande de la communauté universitaire et bien sûr des membres. De favoriser le partenariat coopératif et de donner l'opportunité à des étudiants de participer à la gestion d'une entreprise. De plus, en étant dans un établissement d'enseignement, il est un partenaire de choix à la mission pédagogique de l'enseignement universitaire. Et finalement, les surplus de la coopérative seront en partie redistribués par un support financier à diverses activités et projets étudiants. (COOPSCO, 2010)

## **Éducation**

L'éducation: « désigne, comme en latin, la mise en œuvre de moyens propres à former et à développer un être humain ». (Marengo, S.D : 40) Dans une vision plus philosophique, l'éducation amène l'individu à évoluer et ainsi s'éveiller dans la société dans laquelle il vit. Comme le souligne De Koninck, « le but de l'éducation c'est de donner un sens à la vie de chacun, d'élever vers une vie proprement humaine. » (2007 : 35) L'éducation n'est qu'un moyen pour amener l'humain à se définir à l'intérieur d'un processus visant à faire de chaque individu un être humain libre de réfléchir, de faire des choix et de poser un regard éclairé sur son environnement.



## **Éducation versus formation**

«La formation est un processus qui contribue au perfectionnement des personnes à partir de leurs propres besoins et motivations ». (CIRIEC, 1982 : 9) C'est aussi un amalgame de connaissances sur différents sujets autant théoriques que pratiques «qui ont été acquises dans un domaine donné : formation technique, professionnelle, spécialisée, scientifique, universitaire... » (Martin, 2009 : Diapositive 12) «Se sont des savoir-faire, des attitudes, des comportements et des compétences développés par une personne et un groupe dans le cadre d'un programme d'études en vue d'un choix ou d'un perfectionnement professionnel. » (Martin, 2009 : Diapositive 11) D'une part et d'autre, la formation et l'éducation sont, à mon avis, complémentaires dans le parcours d'une personne. Car selon André Martin, « Si l'éducation est l'action d'élever vers des savoirs pour mieux « faire sortir » de l'Homme ses potentialités, la formation est l'action de « rentrer » pour assimiler volontairement des connaissances spécifiques. » (Martin, 2009 : Diapositive 12) La formation est à la technique apprise et assimilée ce que l'éducation est à la vie réfléchie et valorisée. De plus, dans un modèle coopératif, il est important de faire de la formation et de l'éducation auprès de ses membres. Selon le contexte, les coopérateurs deviennent des formateurs qui vont au-delà de l'instruction et de l'entraînement technique, afin d'améliorer leur efficacité administrative et de développer leur esprit coopératif. (CIRIEC, 1982 : 9) Et le rôle de la coopérative est de maintenir une éducation coopérative pour faire partir cette roue d'apprentissage qui marie l'éducation et la formation. (CDRQA, 2012)

### **2.3. Explication du cadre théorique : ses limites**

Puisqu'il n'y avait pas beaucoup d'écrits sur l'éducation coopérative, il était difficile de faire le comparatif avec l'aide de différents auteurs. Ce qui insinue que je n'ai pas pu approfondir, comme il doit être fait dans un essai, les spécificités de ce thème. Définir les termes de l'éducation et de la formation n'était pas un obstacle en soi. Ce qui a posé un problème, c'est de trouver la vision de différents auteurs pour les décrire sous différentes facettes dans le but de bien les cerner. Encore dans ce cas-ci, malgré plusieurs recherches, les auteurs sont peu nombreux à faire une distinction coopérative dans leur définition.

Les coopératives sont un modèle qui se vit et qui passe à l'action, il est donc compréhensible qu'il n'y ait pas beaucoup d'écrits sur le sujet. L'essence même d'une coopérative est d'être avant tout une entreprise, donc il est normal que l'on soit dirigé vers des écrits des entreprises dites traditionnelles.

C'est la distinction coopérative qui est absente dans les écrits, ce qui m'a fortement manqué dans ce travail.

#### **2.4. Objectif(s) du travail : clarté, précision et cohérence (global et spécifique)**

Globalement, l'objectif de ce travail était de connaître le niveau de connaissance des gens sur les coopératives. Et plus spécifiquement, la corrélation entre le savoir sur le fonctionnement interne d'une coopérative et l'agissement réel dans les instances de celle-ci. Comment peuvent participer activement les membres dans la gestion d'une coopérative selon leur capacité et leur pouvoir? En quoi l'éducation coopérative pourrait répondre à ces questionnements?

### **III. MÉTHODOLOGIE**

#### **3.1. Approche et choix méthodologique**

##### **Problématique**

Lors de la première rencontre avec cette coopérative, nous avons convenu qu'il serait approprié de connaître la satisfaction de la clientèle et ainsi créer un outil concret que l'on pourra utiliser durant les prochaines années. Car pour améliorer les produits et les services offerts, il a été suggéré par le conseil d'administration d'aller chercher ces données. De plus, à ma demande, la question de l'éducation coopérative ainsi que l'implication auprès des deux instances décisionnelles seront des sujets à aborder durant l'étude.

##### **Les objectifs à réaliser**

Dans le cadre du projet d'intervention, trois objectifs ont été travaillés soit :

- réaliser une étude pour évaluer la satisfaction des besoins de la clientèle ;
- développer des outils pour favoriser l'éducation coopérative auprès des membres, des non-membres et des employés;
- d'augmenter l'implication des membres aux différentes instances de la coopérative (conseil d'administration et l'assemblée générale)

##### **La méthodologie de la recherche**

Dans le cadre de l'intervention faite auprès de la COOPSCO-UQAC, un sondage a été fait et cet outil a évalué leurs attentes en matière de service à la clientèle, leur degré de satisfaction et de la compréhension du modèle coopératif. À partir des réponses de ce sondage, une compilation des

données ainsi qu'un rapport écrit ont été produits. Cette façon de procéder a recueilli de l'information qui a permis aux dirigeants de la coopérative de prendre des décisions dans la gestion de la coopérative et à élaborer une planification stratégique.

La méthode utilisée est qualifiée de quantitative et qualitative, cette méthode compilait des réponses à choix multiples et à développement. Lorsque des données quantitatives sont récoltées, celles-ci visent à vérifier et à généraliser les thèmes sondés. Et cela permet de dresser un portrait réaliste de la situation et dans ce cas si, de connaître la satisfaction des membres sur les produits et services. Cette approche est plus objective, car elle permet de compiler des données chiffrées et de les présenter. Les données qualitatives récoltées du sondage, amènent la compréhension des données non quantifiables pour ainsi affirmer ou réfuter notre hypothèse. Cette approche est plus subjective puisqu'elle est une méthode inductive et elle peut laisser place à l'interprétation. La cueillette de l'échantillon a été faite auprès des étudiants, du personnel de l'UQAC, ainsi que des clients externes utilisant les services de la COOPSCO. Un questionnaire a été élaboré avec un nombre de questions jugé suffisant pour effectuer l'étude. Les questions portaient sur les produits de la librairie, de l'informatique et de la papeterie, du service à la clientèle, la perception et le fonctionnement interne d'une coopérative. Suite au nombre de réponses par question et par volet, une analyse de données a été faite pour proposer la divulgation de l'opinion des répondants liés à chaque sujet du questionnaire. Une liste de recommandations globale a été proposée à la suite de cette analyse. Pour ce sondage, un échantillonnage aléatoire simple a été utilisé à deux niveaux soit, un échantillonnage de la clientèle membre et non-membre qui a été présente à l'université durant les heures d'ouverture et celle qui a visité le site internet de la COOPSCO durant la période du 15 au 26 mars 2010 (inclusivement). Les sondés pouvaient remplir le questionnaire par un sondage électronique via le site internet [coopuqac.com](http://coopuqac.com) et un kiosque devant le local de la COOPSCO (avec des ordinateurs à leur disposition pour faire le sondage).

## Répartition des tâches et de l'échéancier du sondage effectué (description)



## Échantillonnage

Un questionnaire a été fait pour sonder la clientèle : le questionnaire destiné à l'ensemble des clients de la Coopérative étudiante de l'UQAC a obtenu 95 répondants. (Q1, voir en annexe 1)

Comme mentionné plus haut, le questionnaire comprend sept parties soit une première partie qui traite des variables sociodémographiques de la clientèle. Il s'agit des variables du sexe, de l'âge, de l'emploi, du statut professionnel et du niveau d'études des répondants. Une deuxième partie qui traite de la librairie, sur la diversité de ses produits offerts et sur le rapport qualité/prix. La troisième partie traite des mêmes thèmes que ceux de la librairie, mais sur le service de la papeterie. La quatrième partie, sur l'informatique, sonde la satisfaction sur la disponibilité du conseiller, la diversité des produits offerts, du rapport qualité/prix et du service après-vente. La cinquième partie concerne le service à la clientèle et les points extérieurs aux produits offerts (voir annexe 1). La sixième partie est un tableau sur la satisfaction des produits divisés en quatre points soit la disponibilité, le prix, la variété et le service de commande personnelle. Et la dernière partie concerne la coopérative en général, son mode de fonctionnement et les connaissances des gens à son égard.

## **Instruments de traitement de données**

Les données quantitatives du questionnaire ont été saisies à l'ordinateur à l'aide du logiciel Excel. Cela a permis de faire les calculs automatiques de fréquences en pourcentage de la satisfaction pondérées pour chaque variable. Par la suite, les analyses graphiques des données obtenues ont été faites pour faciliter la lecture des résultats et ainsi assurer une meilleure compréhension.

## **Le choix des questions qualitatives**

Puisque la gestion de l'entreprise est basée sur le modèle coopératif, l'avantage perçu par le membre ne se traduit donc plus uniquement par le prix, via la pratique de la distribution des surplus au prorata de l'usage, mais aussi par des avantages non monétaires individuels (qualité, accessibilité et multiplicité des services, etc.) ou collectifs (ristourne sociale). C'est pourquoi il est devenu courant de qualifier cet avantage du membre par la dénomination "*avantage coopératif*". L'objectif fondamental de la gestion d'une coopérative est de maximiser l'avantage coopératif que les membres-usager retirent via leurs transactions commerciales avec la coopérative. Cela dit il existe trois types d'avantages non monétaires soit un avantage collectif commun à tous les types de coopératives : l'engagement de la coopérative dans le développement social et économique de son milieu par le biais des ristournes sociales; la qualité de la gamme des produits et service et permanence d'un approvisionnement correspondant aux besoins offerts dans les coopératives de consommation; la permanence de l'emploi et qualité de vie au travail dans les coopératives de travail.

### **3.2. Stratégie et du déroulement de l'expérience**

Tout d'abord, une rencontre a eu lieu avec le directeur de la COOPSCO-UQAC pour définir les besoins de la coopérative dans le cadre de mon intervention. J'ai mentionné le thème que je désirais aborder soit les connaissances des membres sur le fonctionnement interne de la coopérative. Le directeur désirait sonder la population universitaire sur la satisfaction de la clientèle sur les différents services soit la librairie, la papeterie, l'information et la satisfaction en général du service. Une question sur le site web a été placée à la demande du directeur pour savoir si les gens avaient visité le nouveau site. Un calendrier a été établi pour bien cibler les moments pour faire le sondage devant la coopérative. Une recherche sur la méthodologie a été faite pour pouvoir utiliser les bons outils pour analyser les données. Des questions quantitatives ainsi que qualitatives ont pu faire ressortir les besoins des membres de la coopérative. Après, avoir sondé les employés sur les questions potentielles qui pourraient répondre à leur interrogation et réviser le sondage avec le directeur, un kiosque a été placé en avant de la COOPSCO de l'UQAC pendant une durée de deux semaines. L'objectif été de rejoindre le plus de clients possible qu'ils soient membre ou non-membre de la coopérative. De plus, un ordinateur était à la disposition des répondants pour pouvoir participer à un concours et ainsi faire découvrir par le fait même le nouveau site web de la coopérative. Un rapport et une présentation ont été produits pour le conseil d'administration ainsi que pour la coopérative.

### **3.3. Analyse et interprétations des données**

#### **Évaluation des données générales de la population universitaire**

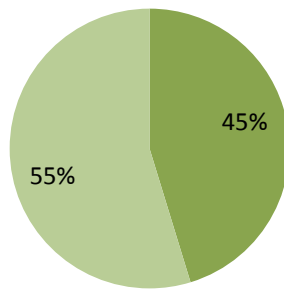
Pour pouvoir faire un portrait des 95 répondants qui ont rempli le questionnaire, un profil sociodémographique a été établi selon des critères précis. Nous pouvons analyser ces données comme suit : (voir Figure 1)

- 55 % de l'échantillon était des hommes et 45 % était des femmes;
- De plus, 84 % des répondants étaient âgés de moins de 35 ans;
- 72 % des sondés sont des étudiants à temps plein;
- 76 % de ceux-ci ont un emploi, dont 64 % à temps partiel;
- Et 82 % des répondants sont membres de la coopérative.

**FIGURE 1 : Profil sociodémographique des répondants**

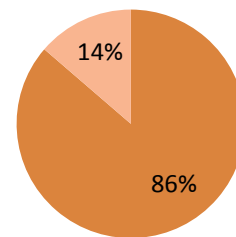
### Sexe des répondants

■ SEXE Féminin ■ SEXE Masculin



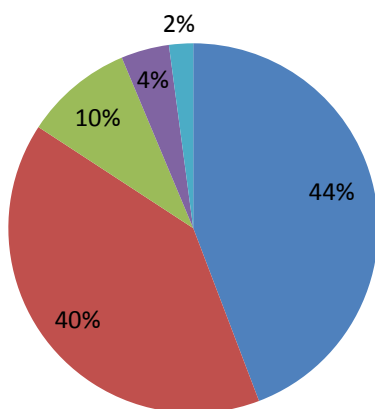
### Membre ou non-membre de la coopérative

■ Membre ■ Non-Membre



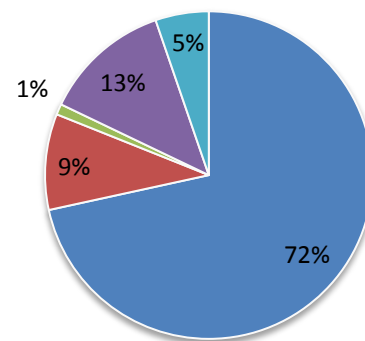
### Âge des répondants

■ AGE 24 et - ■ AGE 25-35 ■ AGE 35-49  
■ AGE 50-64 ■ AGE 65 et +



### Statut des répondants

■ Etudiant TC ■ Etudiant TP ■ Enseignant  
■ Personnel UQAC ■ Autes



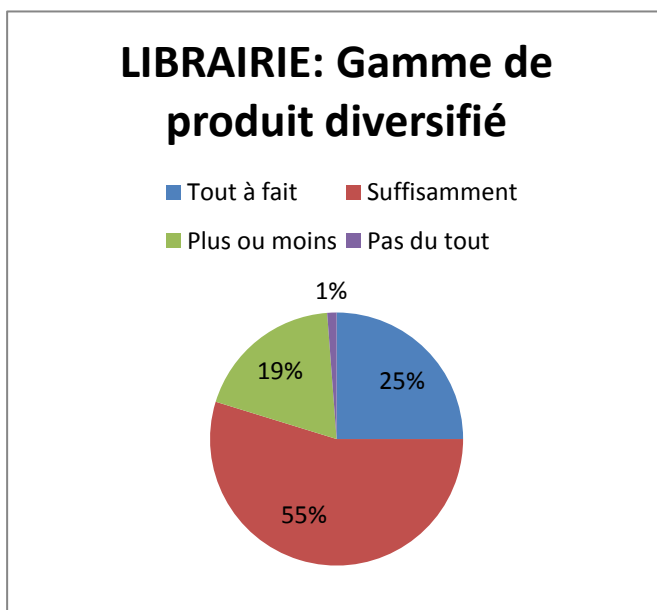
## IV. ANALYSE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

### 4.1 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de la librairie

Pour la section de la librairie, nous pouvons constater que la clientèle est satisfaite du service, de la diversité des produits et du rapport qualité/prix : (voir Figure 2)

- Sur 95 répondants, 87 % utilisent les services de la librairie;
- De ceux-ci, 80 % sont satisfaits de la diversité des produits;
- Et 85 % des sondés sont satisfaits du rapport qualité/prix.

**FIGURE 2 : Satisfaction du service de la librairie**



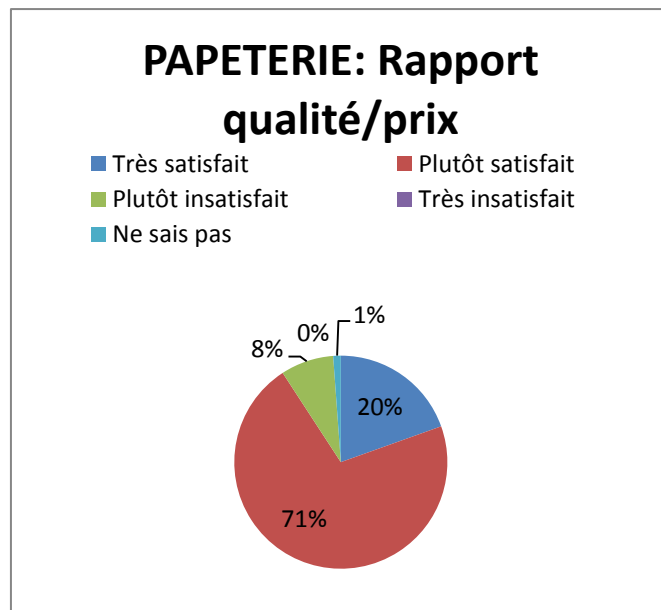
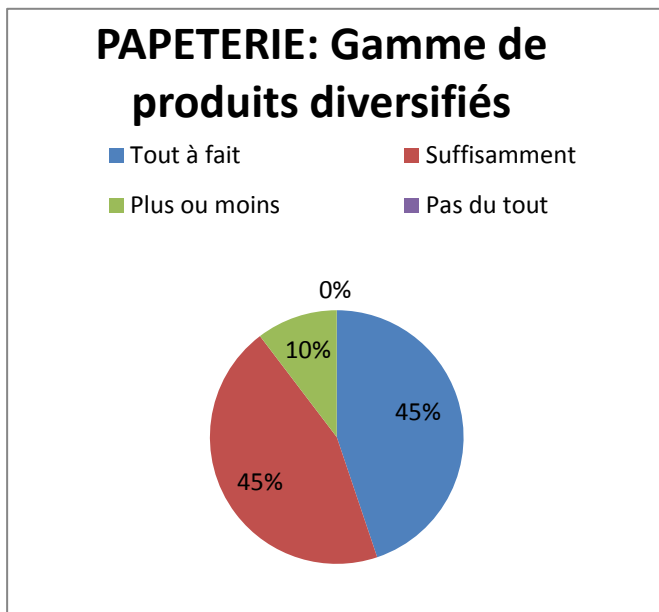


## 4.2 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de la papeterie

Pour la section de la papeterie, la clientèle a été très satisfaite en tout point de ce service, de plus, elle a obtenu les plus hauts taux de satisfaction dans l'étude : (voir Figure 3)

- Pour ce secteur, 91 % des répondants utilisent les services;
- Nous avons 90 % des clients qui sont satisfaits de la diversité des produits;
- Et 91 % qui sont satisfaits du rapport qualité/prix.

**FIGURE 3 : Satisfaction du service de la papeterie**

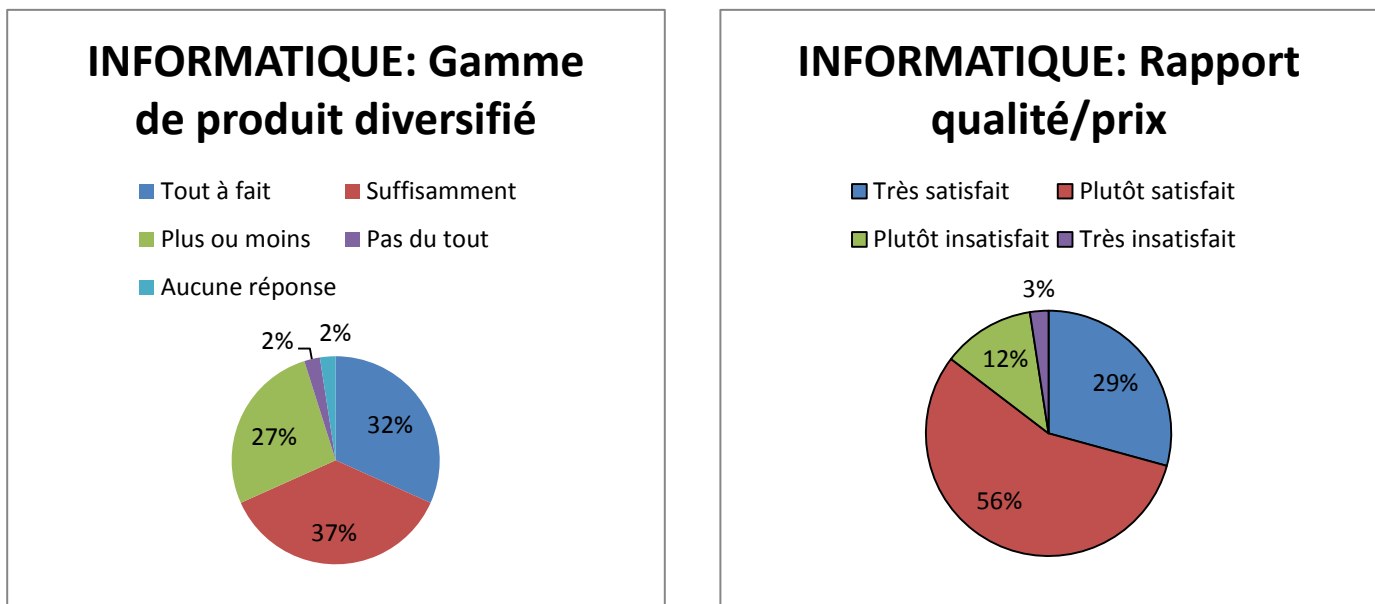


### 4.3 Analyse de la satisfaction de la clientèle du service de l'informatique

Pour le secteur de l'informatique, nous pouvons constater que ce service est légèrement moins apprécié s'il est comparé à la librairie et à la papeterie. Malgré cette différence, en général les membres sont satisfaits de la disponibilité du conseiller et du rapport qualité/prix. Nous pourrions porter une attention particulière à la diversité des produits qui a été moins appréciée (voir Figure 4). De plus, la variable de la question sur le service après-vente peut-être biaisée puisque nous avons omis de mettre une case "ne s'applique pas" et les répondants nous en ont fait mention. Donc la marge d'erreur pourrait être de 10 à 15 % et ceci est à considérer.

- Nous avons 63 % des clients qui utilisent les services;
- Il y a 73 % qui sont satisfaits de la disponibilité du conseiller;
- De ceux-ci, 69 % disent qu'ils sont satisfaits de la diversité des produits;
- De plus, 85 % des sondés sont satisfaits du rapport qualité/prix;
- Et nous avons 70 % qui sont satisfaits du service après-vente.

**FIGURE 4 : Satisfaction du service de l'informatique**



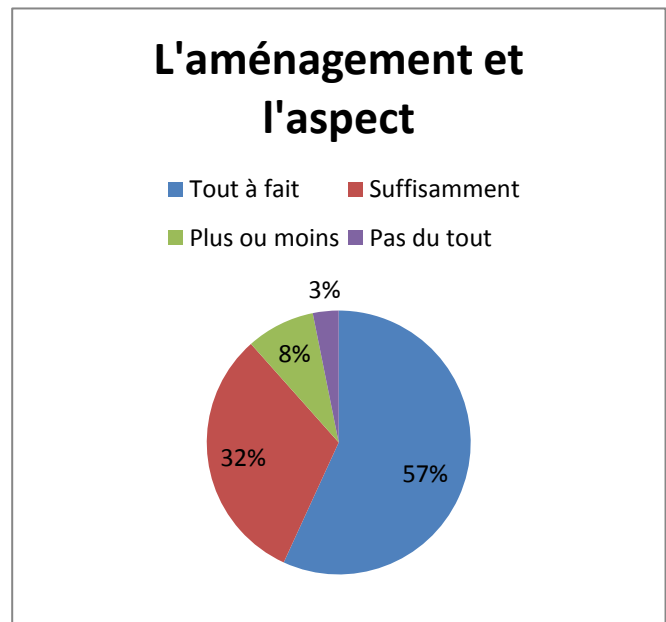
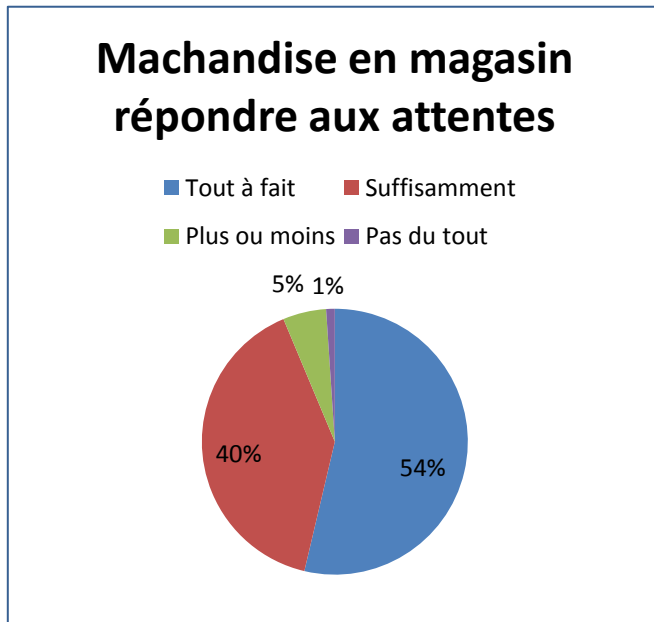
#### 4.4 Analyse de la satisfaction du service de la clientèle

Pour le service à la clientèle, les questions étaient diversifiées et précisent dans le but de cibler les améliorations. En général, la marchandise en magasin, les heures d'ouverture ainsi que l'aménagement et l'aspect de la coopérative ont été très appréciés. En ce qui concerne la rapidité aux caisses, les clients sont satisfaits, mais il y aurait quelques points à améliorer. Pour les autres questions, nous développerons la description avec l'appui des données statistiques.

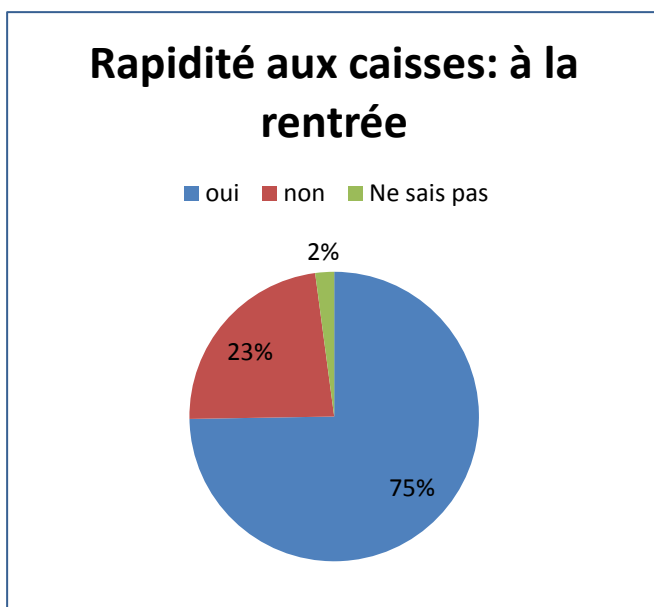
- Donc, 94 % des répondants sont satisfaits de la marchandise en général (voir Figure 5);
- Nous pouvons constater que 88 % des gens sont satisfaits des heures d'ouverture. Quelques-uns ont mentionné qu'il y avait une grande plage horaire et que celle-ci était bien structurée. Aussi, il a été suggéré d'ouvrir avant 8 h du matin ainsi que le dimanche. De plus, quelques répondants ont mentionné que la coopérative fermait tôt le soir;
- 89 % des clients sont satisfaits de l'aménagement et de l'aspect de la coopérative (voir Figure 5);
- Il y a 75 % qui sont satisfaits de la rapidité aux caisses à la rentrée. Il a été écrit qu'il était approprié d'attendre car les personnes ne peuvent pas aller plus vite que les machines. D'un autre côté, quelques commentaires ont été émis sur le fait que la coopérative était trop petite et cela pourrait restreindre le travail des caissiers, que l'attente est souvent très longue et d'amener les caissiers à être plus rapides (voir Figure 6);
- En ce qui a trait à la rapidité aux caisses durant les heures régulières 95 % sont satisfaits. Il a été suggéré d'ouvrir deux caisses pour pallier au nombre de personnes dans la coopérative, que parfois l'attente peut être longue et un commentaire mentionne que les employés peuvent parfois se tourner les pouces;
- 27 % des sondés ont visité le nouveau site internet, de ce pourcentage, les gens ont apprécié le site et ils le trouvent très bien. De plus, il est dynamique, il a un très beau visuel et la coopérative est plus facile d'accès par ce moyen. Par contre, il a été suggéré d'ajouter des images sur les produits offerts en magasin. (Voir Figure 7)
- La fréquence d'achats démontre que les clients font, majoritairement, des achats occasionnels, 43 % achète une fois par mois, 20 % 2 à 3 fois par mois, 19 % à l'occasion;
- Sur la question de leur priorité lors de leurs achats principaux, les clients ont encerclé plus d'une réponse. Donc (111 réponses sur 95 répondants), 37 % ont priorisé le prix, 22 % l'emplacement du magasin et 15 % le choix (voir Figure 8);

- La raison qui motive les gens à aller acheter ailleurs qu'à la coopérative est qu'il y a plus de choix dans les magasins à grande surface qu'à la Coopérative soit 44 % des répondants et 37 % priorisent les prix qui peuvent être moindres qu'à la Coopérative (voir Figure 9). Ce que l'on peut constater, c'est qu'il n'y a pas de raison coopérative d'acheter à la COOPSCO-UQAC.

**FIGURE 5 : Satisfaction de la marchandise en général et de l'aménagement et l'aspect de la Coopérative**



**FIGURE 6 : La rapidité aux caisses à la rentrée**

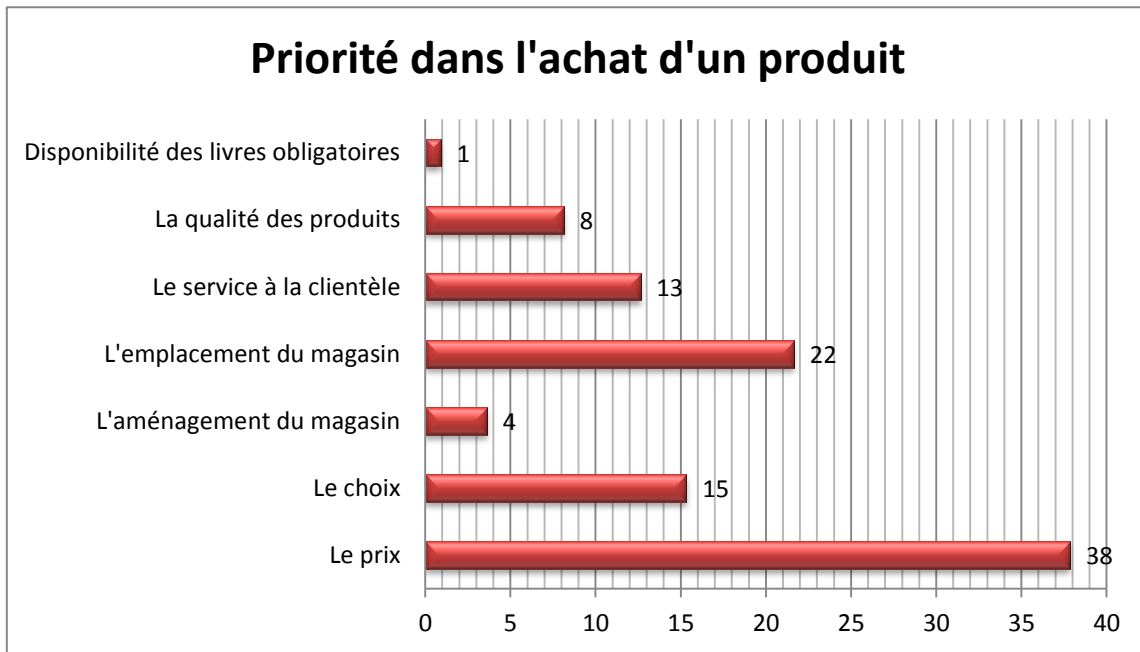


**FIGURE 7 : Visite du site**

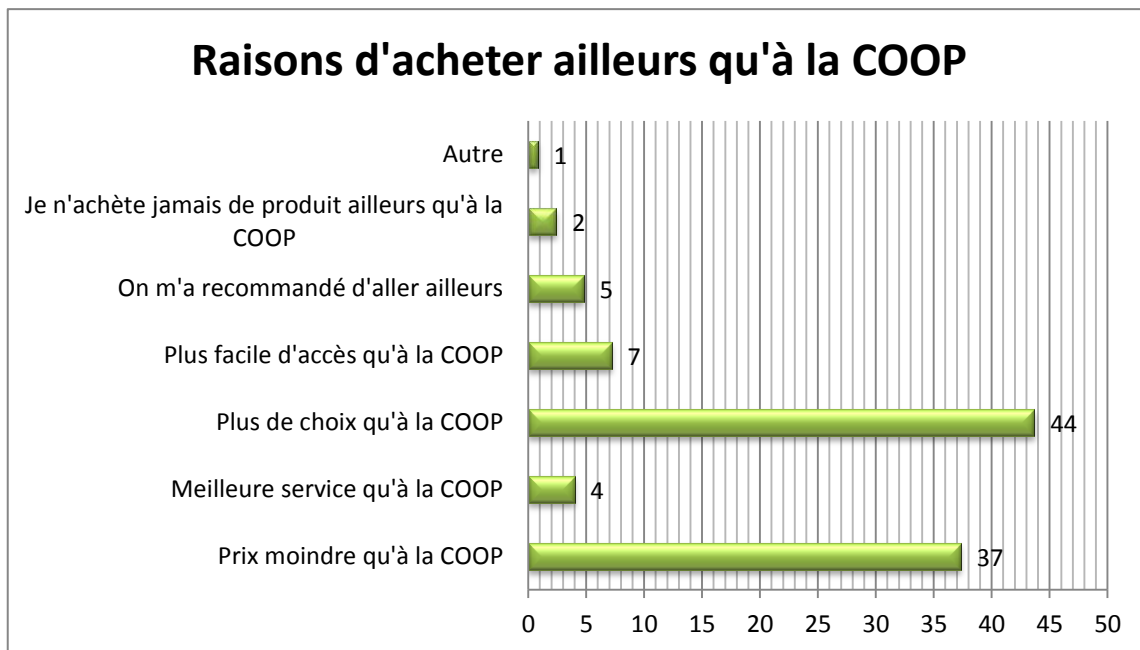


## Internet

**FIGURE 8 : La priorité lors de l'achat d'un produit dans un magasin**



**FIGURE 9 : Les raisons qui sont importantes lors des achats faits ailleurs qu'à la Coopérative**



**4.5 Tableau qui démontre l'analyse la satisfaction des répondants sur les produits et services (sur le prix, la diversité, la disponibilité et les commandes personnelles)**

**TABLEAU 1 : Tableau de satisfaction sur le prix, la disponibilité, la variété et les commandes personnelles. (%)**

| <b>ÉCHELLE</b>                                   | <b>1<br/>Très<br/>satisfait</b> | <b>2<br/>Plutôt<br/>satisfait</b> | <b>3<br/>Neutre</b> | <b>4<br/>Plutôt<br/>insatisfait</b> | <b>5<br/>Très<br/>insatisfait</b> | <b>6<br/>Ne<br/>s'applique<br/>pas</b> |
|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|--|
| <b>LE PRIX</b>                                   |                                 |                                   |                     |                                     |                                   |  |
| des manuels obligatoires (livres scolaires)      | 18,95                           | 36,84                             | 14,74               | 9,47                                | 7,37                              | 12,63                                  |
| des livres de littérature générale               | 6,32                            | 31,58                             | 29,47               | 7,37                                | 1,05                              | 24,21                                  |
| des ordinateurs                                  | 11,58                           | 21,05                             | 24,21               | 7,37                                | 1,05                              | 34,74                                  |
| des articles-cadeaux (toutou, cadre, etc.)       | 6,32                            | 26,32                             | 29,47               | 8,42                                | 3,16                              | 26,32                                  |
| des accessoires informatiques                    | 8,42                            | 31,58                             | 24,21               | 7,37                                | 1,05                              | 27,37                                  |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) | 24,21                           | 57,89                             | 6,32                | 6,32                                | 2,11                              | 3,16                                   |
| des articles promotionnels de l'UQAC             | 15,79                           | 24,21                             | 32,63               | 5,26                                | 3,16                              | 18,95                                  |
| <b>LA DISPONIBILITÉ</b>                          |                                 |                                   |                     |                                     |                                   |  |
| des manuels obligatoires (livres scolaires)      | 28,42                           | 34,74                             | 12,63               | 9,47                                | 4,21                              | 10,53                                  |
| des livres de littérature générale               | 14,74                           | 24,21                             | 25,26               | 11,58                               | 1,05                              | 23,16                                  |
| des ordinateurs                                  | 14,74                           | 16,84                             | 25,26               | 3,16                                | 2,11                              | 37,89                                  |
| des accessoires informatiques                    | 15,79                           | 26,32                             | 22,11               | 10,53                               | 1,05                              | 24,21                                  |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) | 40,00                           | 34,74                             | 11,58               | 5,26                                | 2,11                              | 6,32                                   |
| des articles promotionnels de l'UQAC             | 24,21                           | 26,32                             | 26,32               | 2,11                                | 2,11                              | 18,95                                  |
| <b>LA VARIÉTÉ</b>                                |                                 |                                   |                     |                                     |                                   |  |
| des livres de littérature générale               | 5,26                            | 29,47                             | 24,21               | 15,79                               | 3,16                              | 22,11                                  |
| des articles-cadeaux (toutou, cadre, etc.)       | 14,74                           | 35,79                             | 23,16               | 6,32                                | 1,05                              | 18,95                                  |
| des accessoires informatiques                    | 9,47                            | 22,11                             | 33,68               | 8,42                                | 2,11                              | 24,21                                  |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) | 30,53                           | 47,37                             | 13,68               | 3,16                                | 0,00                              | 5,26                                   |
| des articles promotionnels de l'UQAC             | 20,00                           | 35,79                             | 27,37               | 2,11                                | 2,11                              | 12,63                                  |
| <b>LE SERVICE</b>                                |                                 |                                   |                     |                                     |                                   |  |
| de commande personnelle de la librairie          | 30,53                           | 22,11                             | 17,89               | 4,21                                | 3,16                              | 22,11                                  |
| de commande personnelle de la papeterie          | 20,00                           | 22,11                             | 26,32               | 3,16                                | 1,05                              | 27,37                                  |
| de commande personnelle de l'informatique        | 17,89                           | 14,74                             | 27,37               | 5,26                                | 3,16                              | 31,58                                  |
| de poste (timbre, colis, enveloppe)              | 27,37                           | 22,11                             | 24,21               | 5,26                                | 1,05                              | 20,00                                  |

Pour l'analyse du tableau de la satisfaction de la clientèle sur le prix, la disponibilité, la variété et le service des commandes personnelles, nous pouvons constater que les répondants ont rempli le tableau avec une certaine liberté dans leurs réponses. Dans le sens où nous pouvons constater un haut taux de pourcentage dans la colonne 3 (NEUTRE) ainsi qu'à la colonne 6 (NE S'APPLIQUE PAS). Dans cette optique, il est suggéré d'observer et d'analyser les données en comparant la colonne 1 et 2 (TRÈS SATISFAIT ET PLUTÔT SATISFAIT) avec les colonnes 4 et 5 (PLUTÔT INSATISFAIT À INSATISFAIT).

Pour le prix :

- 56 % sont satisfaits des manuels obligatoires comparativement à 17 % d'insatisfaits
- 38 % sont satisfaits des livres de littératures, 8 % d'insatisfaits et 24 % mentionnent que cela ne s'applique pas
- 33 % sont satisfaits des ordinateurs, 8 % se disent insatisfaits et 35 % qui ne s'applique pas
- 33 % sont satisfaits des articles-cadeaux, 12 % se disent insatisfaits et 26 % que ce produit ne s'applique pas
- 40 % sont satisfaits des accessoires informatiques comparativement à 8 % d'insatisfaits
- 82 % sont très satisfaits des articles de la papeterie
- 40 % sont satisfaits des articles promotionnels de l'UQAC comparativement à 8 % d'insatisfaits

La disponibilité :

- 63 % sont satisfaits des manuels obligatoires
- 39 % sont satisfaits des livres littéraires, 13 % sont insatisfaits et 23 % disent que cela ne s'applique pas
- 32 % sont satisfaits des ordinateurs, 5 % sont insatisfaits et 38 % que ce produit ne s'applique pas
- 42 % sont satisfaits des accessoires informatiques comparativement à 12 % d'insatisfaits
- 74 % sont très satisfaits des articles de la papeterie
- 50 % sont satisfaits des articles promotionnels de l'UQAC comparativement à 4 % d'insatisfaits

La variété :

- 34 % sont satisfaits des livres de littérature, 7 % se disent insatisfaits et 22 % mentionnent que cela ne s'applique pas
- 50 % sont satisfait des articles-cadeaux comparativement à 7 % d'insatisfaction
- 32 % sont satisfait des accessoires informatiques, 11 % se disent insatisfait et 24 % que ce produit ne s'applique pas
- 78 % sont très satisfaits des articles de papeterie
- 56 % sont satisfaits des articles promotionnels de l'UQAC comparativement à 4 % d'insatisfaction

Les services de commandes personnelles :

- 53 % sont satisfaits des commandes à la librairie et 7 % d'insatisfaction
- 42 % sont satisfaits des commandes à la papeterie, 4 % d'insatisfaction et 27 % qui ne s'appliquent pas
- 33 % sont satisfaits des commandes à l'informatique, 8 % d'insatisfaction et 32 % qui ne s'appliquent pas
- 49 % sont satisfaits de la poste et 6 % d'insatisfaction

#### **4.6 Analyse des données sur la perception coop**

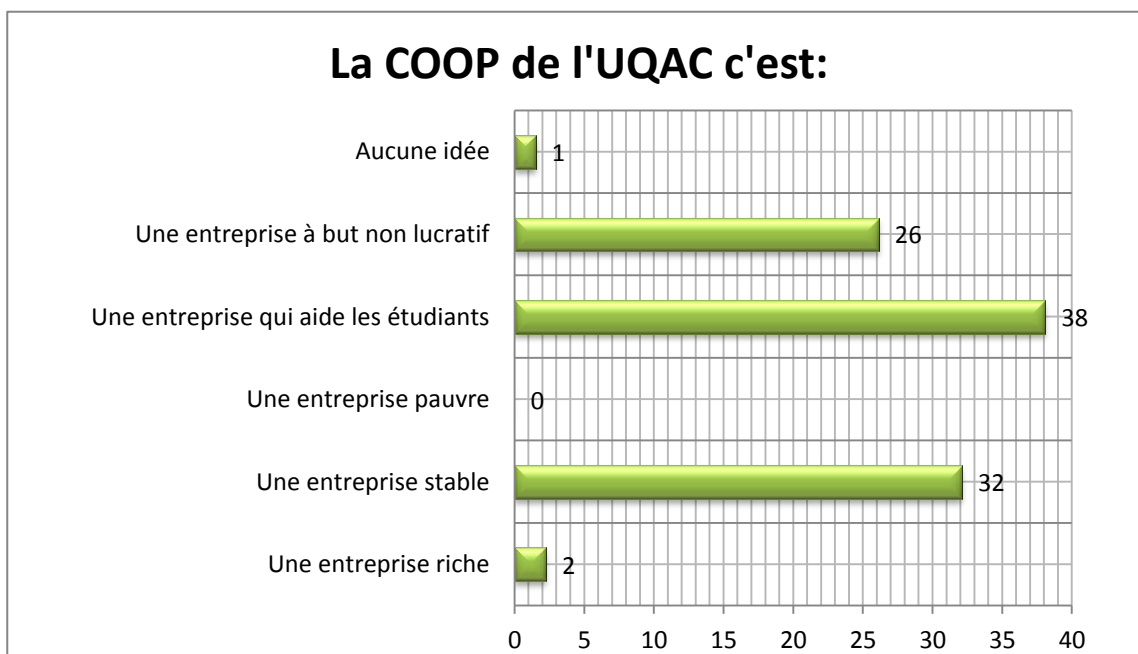
Pour cette section d'analyse, les données sont la perception qu'ont les répondants sur la définition du modèle coopératif.

- La perception des membres sur la coopérative, 38 % ont répondu que c'était une entreprise qui aidait les étudiants, 32 % une entreprise stable et 26 % une entreprise à but non lucratif (voir Figure 10);
- 93 % affirme qu'il y a une différence entre la COOP et les magasins à grande surface. Car dans les commentaires émis, nous pouvons constater que les répondants sont informés sur la différence entre les deux types d'entreprises. Par le fait même, dans leurs descriptions nous y retrouvons à plusieurs reprises la mission de la Coopérative étudiante de l'UQAC. Ils perçoivent la coopérative, comme un endroit qui aide les étudiants et qui leur offre un service spécialisé. De plus, le profit n'est pas une priorité pour la Coopérative, elle doit répondre aux besoins de ses membres et surtout des étudiants. Car elle redonne beaucoup dans la communauté étudiante, elle fait travailler des étudiants et adopte un modèle de gestion démocratique;

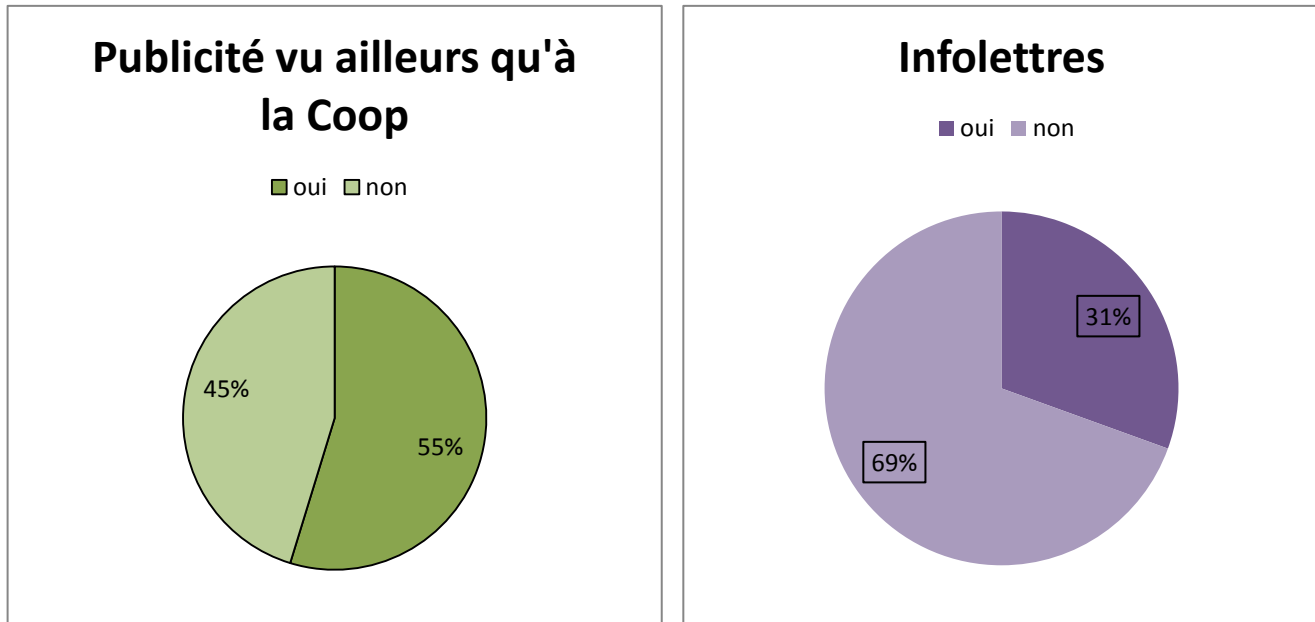


- Dans l'optique où il faut maximiser le modèle coopératif dans son entièreté, nous pouvons constater que la valeur coopérative qui serait le plus grand avantage concurrentiel, d'après les répondants, serait l'égalité à 21 %, suivi de la prise en charge par les membres à 19 %, l'équité entre les membres à 18 % et la solidarité entre les membres à 16 %;
- 55 % affirme que les valeurs sont porteuses d'un projet de société. Il faut se poser la question sur la compréhension des membres sondés de cette question, car s'ils ont une bonne compréhension du modèle coopératif (Tableau 2), il n'en reste pas moins qu'à la figure 8, la priorité d'achat pour les membres est le prix. Une certaine incohérence sur l'application du modèle coopératif;
- 31 % désire avoir des infolettres, l'on peut constater que les gens ne sont pas très intéressés (voir Figure 11);
- 55 % affirme avoir vu de la publicité ailleurs qu'à la coopérative : sur le site Internet (14 répondants), dans l'agenda scolaire (26 répondants), dans le Griffonnier, le journal hebdomadaire universitaire (29 répondants), aux portes Est-Ouest (12 répondants), sur le site de l'UQAC, sur des chandails d'improvisation, au pavillon de médecine. Il a été suggéré d'axer la publicité sur le nom Coopérative étudiante de l'UQAC plutôt que d'utiliser le logo COOPSCO (voir Figure 11);

**FIGURE 10 : La perception des répondants sur l'entreprise coopérative**



**FIGURE 11 : La publicité et les infolettres**



#### **Tableau sur le fonctionnement interne d'une coopérative**

Sur ce tableau, nous pouvons évaluer le niveau de connaissances sur le fonctionnement interne d'une coopérative. Cela dit, chaque affirmation a été choisie et les répondants devaient faire une évaluation sur l'échelle proposée. En général, avec une grande proportion, les répondants comprennent le fonctionnement interne d'une coopérative. Les plus hauts pourcentages étant que 72 % et ils sont très en accord avec l'affirmation que la coopérative crée des emplois pour les étudiants. Et que 71 % sont très en accord que celle-ci est membre du réseau COOPSCO. Il serait important par contre de mettre l'emphasis sur l'accessibilité au bilan social pour les membres, d'informer ceux-ci de la composition du conseil d'administration (majoritairement étudiante) et, de plus, que dans une coopérative scolaire les surplus sont répartis sur les prix des produits en magasin (voir Tableau 2).

**TABLEAU 2 : Tableau sur le fonctionnement interne d'une coopérative (%)**

| <b>ÉCHELLE</b>  | 1<br>Très en<br>accord | 2<br>Plutôt<br>d'accord | 3<br>Neutre | 4<br>Plutôt en<br>désaccord | 5<br>Très en<br>désaccord |
|---|------------------------|-------------------------|-------------|-----------------------------|---------------------------|
| La Coopérative de l'UQAC est la propriété de ses membres                              | 46,32                  | 36,84                   | 8,42        | 7,37                        | 1,05                      |
| La Coopérative est une entreprise dont la propriété est accessible à tous             | 37,89                  | 34,74                   | 16,84       | 8,42                        | 2,11                      |
| Le conseil d'administration de la Coopérative est majoritairement composé d'étudiants | 29,47                  | 30,53                   | 35,79       | 3,16                        | 1,05                      |
| La Coopérative retourne ses surplus aux membres                                       | 28,42                  | 22,11                   | 35,79       | 11,58                       | 2,11                      |
| La Coopérative crée des emplois pour les étudiants                                    | 71,58                  | 22,11                   | 4,21        | 1,05                        | 1,05                      |
| La Coopérative fait partie du réseau Coopsco  | 70,53                  | 17,89                   | 10,53       | 1,05                        | 0,00                      |
| La Coopérative est une entreprise socialement responsable                             | 47,37                  | 35,79                   | 14,74       | 2,11                        | 0,00                      |
| Il est acceptable que les activités de la Coopérative dégagent des surplus            | 33,68                  | 34,74                   | 13,68       | 12,63                       | 5,26                      |
| La Coopérative informe de son implication dans le milieu (bilan social)               | 36,84                  | 22,11                   | 25,26       | 13,68                       | 2,11                      |

**Autres suggestions ou commentaires**

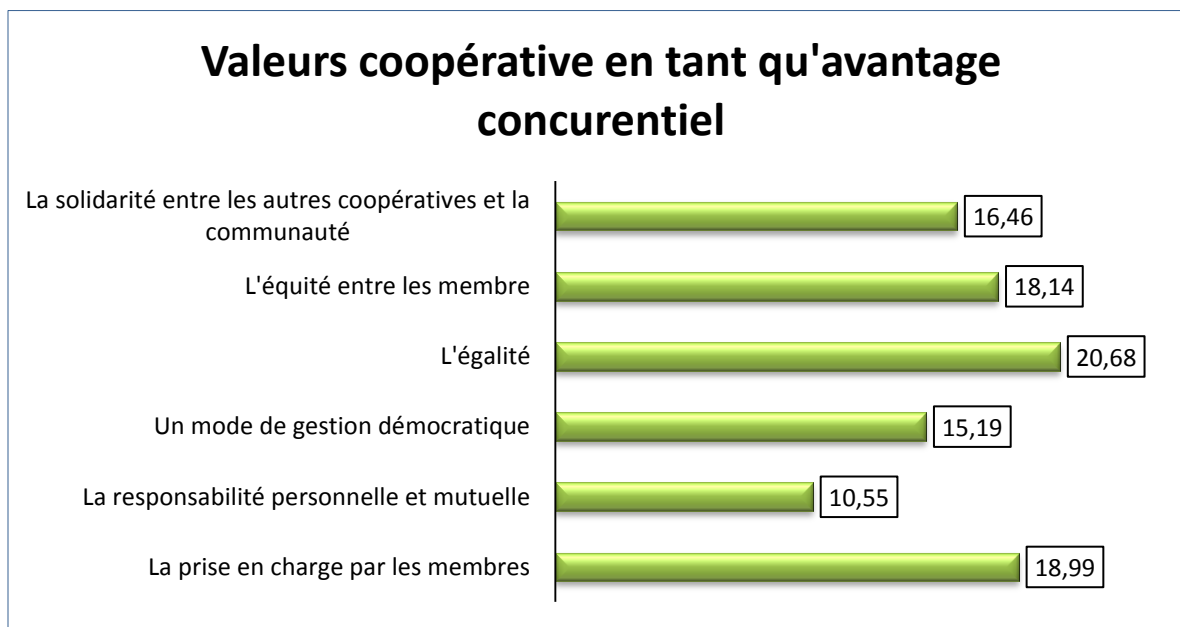
Il y a eu beaucoup de commentaires positifs dans cette section, les gens trouvent que les employés offrent un bon service, que les produits répondent aux besoins et que la coopérative est là pour eux. Ils suggèrent une plus grande diversité de produits, d'agrandir la Coopérative pour offrir plus d'espace, de se rapprocher des valeurs coopératives et de son modèle de gestion démocratique, de baisser les prix des livres obligatoires, de diversifier les produits pour les arts (pinceaux, peintures, etc.), d'avoir des crayons "bic" à un prix raisonnable, d'avoir plus d'accessoires informatiques et de diminuer le temps d'attente aux caisses. Aussi, il y a eu quelques insatisfactions sur la commande des livres obligatoires et sur le prix qui serait plus élevé comparativement à d'autres magasins.

## Autres Résultats

Les données ci-dessous n'ont pas été analysées lors de la présentation auprès du conseil d'administration et dans le rapport fait auprès de COOPSCO-UQAC, mais il est important d'en constater les résultats. De plus, si la coopérative désirait approfondir ses sujets dans le futur, des données auraient été collectées pour y parvenir.

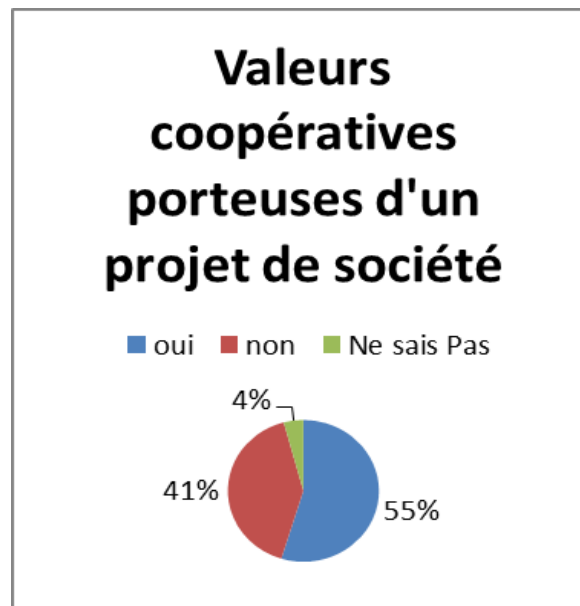
La question qui portait sur les valeurs coopératives en tant qu'avantage concurrentiel pouvait nous donner une piste sur la relation qu'ont les membres avec l'entreprise coopérative. (Voir figure 11) Quel serait l'impact des valeurs en tant qu'avantage concurrentiel versus la concurrence?

**Figure 12 : Quelles sont, d'après vous, les valeurs coopératives qui sont un avantage concurrentiel parmi les suivantes?**



À la question suivante: *croyez-vous que les valeurs coopératives portent un projet de société particulier?*, les répondants ont mentionné à 55 % oui et à 44 % non. (Voir figure 12) L'objectif de cette question était d'amener le répondant à réfléchir différemment et à évaluer l'impact qu'aurait le mouvement coopératif sur une société. Les coopératives ayant des valeurs propres et des principes coopératifs pourraient devenir une base de projet de société.

**Figure 13 : Croyez-vous que les valeurs coopératives portent un projet de société particulier?**



De ce que l'on peut constater au Tableau 2, les gens ont une bonne connaissance du fonctionnement de leur coopérative. Malgré cette observation, il aurait été intéressant de placer les questions sur la perception et le fonctionnement interne d'une coopérative au début du sondage. Nous continuons à soumettre l'hypothèse que les réponses auraient probablement été différentes si nous avions questionné au départ les gens sur le fonctionnement de leur entreprise coopérative et qu'ensuite on leur avait demandé leur degré de satisfaction sur les produits et services qu'offre la coopérative. Ce qui nous amène à nous poser les questions suivantes : quel rôle éducatif cette façon de faire pourrait-elle avoir comme impact sur les réponses? Est-ce que ce moyen pourrait être utilisé comme moyen d'éducation par la coopérative?

#### **4.7 Adéquation avec l'objectif**

Globalement, l'objectif de ce travail était de connaître le niveau de satisfaction des membres de COOPSCO-UQAC sur les produits et services et de connaître leurs connaissances sur les coopératives. À partir des données recueillies, nous nous sommes questionnés sur les liens entre la connaissance des gens sur le modèle et le fait que la coopérative soit dans une institution scolaire qui a comme rôle de former des gens dans différents domaines d'études. Le fait de connaître le modèle est un bon début pour devenir un membre informé et actif dans sa coopérative. Ce travail ne nous a pas permis de pousser plus loin la question de la participation des membres à l'intérieur de la coopérative. Mais

d'après COOPSCO UQAC, le taux de participation aux assemblées générales des membres n'atteignaient pas plus qu'une trentaine de personnes. (Des données non écrites, mais mentionnées oralement par le directeur général de la coopérative)

#### **4.8 Lien avec les écrits**

Nous pouvons constater que l'information sur le fonctionnement interne est comprise, cependant, en plus d'avoir interrogé le directeur, nous avons demandé aux employés ce qu'ils expliquaient aux membres lors de leur adhésion à la coopérative. Lorsqu'ils parlaient aux futurs membres, ils leur mentionnaient que pour devenir membre, le coût de l'adhésion était bas, il y aurait une partie remboursée s'il quittait la coopérative et ils obtiendraient des rabais substantiels. De ce constat, si les coopératives ne prennent pas le temps de réellement expliquer ce qui les distingue fondamentalement des autres entreprises et qu'elles ne mentionnent que les rabais ou dans d'autres cas la ristourne, cela démontre que l'éducation coopérative est loin d'être comprise. Cette façon de divulguer l'information sur les coopératives n'occasionne bien souvent que de vives déceptions face au modèle coopératif.

De plus, de nombreuses expériences démontrent que la non-participation et le manque d'intercoopération peuvent suffire pour affaiblir tout projet coopératif quelle qu'en soit la taille. (CIRIEC, 1982 : 37) Pour y remédier, cela prend de l'information, de la formation et un sentiment d'appartenance dans la coopérative. (CIRIEC, 1982) Ces termes nous amènent d'une façon ou d'une autre vers un changement. Mais l'obstacle majeur dans la conception du changement et de l'avenir provient « de la difficulté psychologique des individus à accepter la nature dynamique et transformatrice de la réalité, ce qui demande en quelque sorte un certain degré de renonciation à la sécurité actuelle ». (CIRIEC, 1982 : 42) Lorsque l'on forme ou éduque des personnes, le défi est de leur permettre de faire face à leurs problèmes quotidiens, en développant des habiletés qui leur permettront de fonctionner de manière efficace, non seulement dans le moment présent, mais dans l'avenir. (CIRIEC, 1982) Ceci permettra de développer leur personnalité, qui, à son tour, impliquera un changement de mentalité et un engagement majeur dans le processus décisionnel. C'est précisément cette participation aux décisions de la part des sociétaires qui facilite à long terme la transformation des structures dans le cadre d'une coopérative. (CIRIEC, 1982)

Pour y parvenir, les coopératives devront changer leur façon d'éduquer, de former et d'informer les membres. Les coopératives peuvent de par les valeurs qui les sous-tendent, être un véritable moteur de changement dans la société, mais elles doivent commencer par changer leur propre vision interne. En

définitive, l'éducation coopérative est primordiale et peut concrètement faire avancer les choses, dans la mesure où on prend le temps de bien le faire, et où on ne l'escamote pas au profit de formules plus gagnantes à court terme.

Donc, la vision que les coopératives devraient avoir de l'éducation, comme nous enseigne Edgard Morin, devrait nous permettre surtout d'avoir une réflexion à long terme sur la globalité du cheminement humain et la recherche du sens de nos actions collectives, sinon l'éducation n'est plus éducative. Elle n'est que formatrice. (Molina, Martin, Lafleur 2007 : 4-5)

Alors est-ce que nous visons de faire de l'éducation ou de la formation coopérative? Comme je l'ai mentionné plus haut, les deux façons de faire ont chacune leur place, il faut seulement toujours se rappeler de leur définition propre.

Néanmoins, certaines coopératives misent réellement sur une compréhension des valeurs et sur une connaissance des principes coopératifs. Ces coopératives, bien ancrées dans leur milieu et réellement soucieuses de faire comprendre à leurs membres la nature d'une coopérative, sont porteuses d'une vraie éducation coopérative et ont le pouvoir, au sens positif du terme, de faire changer les mentalités et d'ouvrir les esprits.

#### **4.9 Retombées escomptées de l'étude**

Il pourrait y avoir une meilleure compréhension et intégration des termes sur l'éducation, la formation et la distinction coopérative. En proposant un nouveau sondage qui inverserait les questions (question sur le fonctionnement interne de la coopérative avant celles sur la satisfaction des produits et services) et qui adopterait un langage plus coopératif (par exemple, membre plutôt que client, etc.), nous pourrions sûrement constater des réponses différentes. Mettre de l'avant sa distinction coopérative est une forme d'éducation coopérative. Aussi, il faut que les gens puissent comprendre la réalité que vivent les coopératives scolaires face aux besoins des membres versus la distinction coopérative. Même si les membres étaient conscients du modèle coopératif, il n'en reste pas moins que leur objectif est d'acheter leurs livres obligatoires à bas prix et dans certains cas, ce qui est disponible qu'à la coopérative.

## V. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Comme recommandation, il serait suggéré de faire le même sondage, mais en inversant les questions. Donc, prioriser celles portant sur la coopérative et son fonctionnement interne et ensuite poser des questions sur la satisfaction de la clientèle sur les produits et services (voir le questionnaire, annexe 1). Nous aurions un point de vue dit plus éducatif et même qu'en changeant les termes utilisés (par exemple, membre plutôt que client) nous pourrions teinter ce nouveau sondage de la coopération. Ce qui est suggéré est en fait un idéal coopératif qui suggère une réflexion dans une optique de coopération et d'éducation coopérative. Évidemment, l'éducation coopérative est une solution déjà entamée, mais plus précisément il faut axer sur la communication du modèle auprès des membres et de la communauté universitaire.

Généralement, par le biais de l'éducation, les coopératives auront l'opportunité de rester visibles auprès de leurs membres et de les amener à s'impliquer dans celle-ci. Bien entendu, il faut aller au-delà de la simple éducation et il faut développer une attitude plus audacieuse pour faire valoir le modèle autant auprès des membres que de la société. Donc, se faire voir et oser affirmer sa différence coopérative sera une prémisses à une éducation qui valorise le modèle. On pourrait constater des résultats de ces efforts par l'augmentation de la visibilité auprès des membres ou bien par une valorisation donnée par des instances décisionnelles qui sont extérieures au modèle coopératif. Si le modèle est reconnu par des instances extérieures et même véhiculées par eux, le même message serait entendu par les membres et il serait plus facile à appliquer.

Il est important de mettre de l'avant les actions faites par les coopératives, car ces actes peuvent amener des pistes de solutions au défi de l'éducation coopérative. Les coopératives utilisent déjà l'éducation et la sensibilisation auprès des coopérateurs. Néanmoins, à travers leurs pratiques, il serait important de rehausser les valeurs coopératives en vue d'une réaffirmation de l'identité coopérative et ainsi s'inscrire comme un modèle avec une finalité différente. Ceci pourrait se concrétiser en renforçant le lien d'usage, en amenant une participation plus active dans la coopérative et en favorisant l'augmentation de l'adhésion des gens. En ayant, pour atteindre ces objectifs, des modèles d'éducation coopérative adaptés et une volonté de faire de l'intercoopération. Il est pertinent de se pencher sur ces points, car si ceci est fait dans une optique de renforcer le modèle coopératif et de faire ancrer les valeurs coopératives dans



la pratique; ceci pourrait être un moyen de relever ce défi et de ne pas minimiser le risque de perdre l'identité coopérative dans tout ce processus.

### **Recommandations faites à la COOPSCO de l'UQAC**

À ma grande surprise, les recommandations qui ont été faites auprès de la COOPSCO-UQAC ont été considérées et suivies pour la plupart :

- Démystifier le prix auprès de la clientèle, malgré les affiches il y a une méconnaissance des rabais auprès du membre. (C'est un point important relevé durant cette étude)
- Rafraîchir l'aspect de la coopérative pour attirer le client vers nos articles méconnus à la partie papeterie et informatique.
- Ouvrir plus tôt lors des rentrées scolaires
- Feuillet explicatif à donner lors de l'adhésion à la coopérative (à l'intérieur explication des rabais, des instances décisionnelles, l'implication d'être copropriétaires d'une coopérative, l'implication dans la vie universitaire) ou développer ces explications sur le site internet!
- Développer une approche différente pour changer la perception du client face au service de l'informatique soit par l'agencement des produits ou bien la disposition de ceux-ci. Garder dans l'optique d'amener le client à percevoir la même marchandise, mais d'une façon plus attrayante. Varier ou exposer les produits informatiques sur internet avec photos.
- Malgré une satisfaction de la rapidité à la caisse, il est suggéré de réorganiser l'emplacement des caisses pour amener à une meilleure utilisation de la surface de la coopérative. Puisque c'est l'attente qui dérange les gens, peut être en délimitant des zones ou bien mettre les caisses qui pourront permettre une sortie à droite de la coopérative ainsi qu'à la gauche.
- En ce qui concerne l'éducation coopérative, aucune suggestion n'a été faite officiellement auprès de la COOPSCO-UQAC lors de la présentation devant le conseil d'administration. Il a seulement été mentionné de faire une meilleure éducation auprès des employés par la suite, une description de la coopérative de consommateur a été donnée à la direction pour la diffuser auprès de ceux-ci et auprès des membres.

## Bibliographie

- ALLIANCE DES COOPÉRATIVES INTERNATIONALE (2012) *Les 7 principes coopératifs*, [En ligne], <http://ica.coop/>
- ALLIANCE DES COOPÉRATIVES INTERNATIONALE (2013) *Les 7 principes coopératifs*, [En ligne], <http://ica.coop/>
- BÉLAND, Claude (2012), *L'évolution du coopératisme dans le monde et au Québec*, Montréal, FIDES pages 264-273
- CENTRE INTERUNIVERSITAIRE DE RECHERCHE, D'INFORMATION ET D'ENSEIGNEMENT SUR LES COOPÉRATIVES (1982) *L'éducation coopérative : Utopie et réalité*, Revue du CIRIEC .vol. 14, no 1981-1982, 261 p.
- CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA COOPÉRATION ET DE LA MUTUALITÉ (2012) *Définition de la coopérative et de ses prémisses*. [En ligne], <http://www.coopquebec.coop/fr/accueil.aspx>
- COOPÉRATIVE DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL QUÉBEC-APPALACHES (2012) *Définition coopérative, ses principes et ses valeurs*, Document de formation interne et [En ligne], <http://www.cdrqa.coop/>
- COOPÉRATIVE ÉTUDIANTE DE L'UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À CHICOUTIMI (2010). Organisation et mission de la coopérative [En ligne] <http://www.coopuqac.com/fr/Accueil> (Page consultée le 27 janvier 2010)
- GOUVERNEMENT DU QUÉBEC (2012) *Loi sur les coopératives* [En ligne] [http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C\\_67\\_2/C\\_67\\_2.html](http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/C_67_2/C_67_2.html) (page consultée 10 décembre 2012)
- ENCARTA (2010) *Définition de l'éducation* [En ligne], [http://fr.encarta.msn.com/dictionary\\_2016004605/éducation.html](http://fr.encarta.msn.com/dictionary_2016004605/éducation.html) (page consultée le 20 juin 2010)
- MARENGO, Michel s.d. *Un humanisme inconnu : le coopératisme*, IRECUS
- MARTIN, André (2009). « Le paradigme coopératif : une réponse nécessaire aux enjeux de la société d'aujourd'hui. » tenu le 15 avril 2009, Document PowerPoint (55 diapositives) Note de cours : Éducation et formation coopérative, IRECUS, Université de Sherbrooke
- MARTIN, André, Ernesto MOLINA et Michel LAFLEUR (2008). *Le paradigme coopératif : proposition renouvelée pour répondre aux attentes de la société actuelle*, Sherbrooke, Cahiers de l'IRECUS 01-08 [En ligne] [http://www.usherbrooke.ca/irecus/centre\\_documentation/cahiers\\_irecus/01-08.pdf](http://www.usherbrooke.ca/irecus/centre_documentation/cahiers_irecus/01-08.pdf)
- REBOUL, Olivier (1977), *L'endocritisme*, France, Presses Universitaires de France, 197 p.

## **Annexe 1**

# **Étude sur la satisfaction de la clientèle COOPSCO-UQAC**

## **Profil sociodémographique du répondant**

Veillez encercler la réponse qui décrit le mieux votre situation

1. Sexe du répondant
  - a) Féminin
  - b) Masculin
2. Âge
  - a) 24 ans et moins
  - b) 25-34 ans
  - c) 35-49 ans
  - d) 50-64 ans
  - e) 65 ans et plus
3. Avez-vous un emploi?
  - a) Oui
  - b) Non

Si oui :

  - a) Temps plein (30 heures et plus)
  - b) Temps partiel (moins de 30 heures)
4. Statut du répondant
  - a) Étudiant à temps complet
  - b) Étudiant à temps partiel
  - c) Personnel enseignant
  - d) Autre personnel de l'UQAC (excluant les enseignants)
  - e) Autre
5. Êtes-vous membre de la Coopérative étudiante de l'UQAC?
  - a) Oui
  - b) Non

Veillez encercler les réponses pour les sections suivantes.

### **Librairie**

6. Avez-vous déjà acheté des livres à la librairie à la Coopérative de l'UQAC? Si oui, veuillez continuer à la question 7, si non veuillez vous rendre à la question 9.
- a) Oui b) Non
7. Est-ce que la section librairie (les livres seulement) offre une gamme de produits diversifiés?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins  
d) Pas du tout
8. Comment qualifieriez-vous le rapport qualité/prix des livres de la Coopérative de l'UQAC comparé à celui de la concurrence ?
- a) Très satisfait  
b) Plutôt satisfait  
c) Plutôt insatisfait  
d) Très insatisfait

### **Papeterie**

9. Avez-vous déjà acheté des produits de la papeterie (crayon, gomme à effacer, règle, article-cadeau, etc.) à la Coopérative de l'UQAC? Si oui, veuillez continuer à la question 10, si non veuillez vous rendre à la question 12.
- a) Oui b) Non
10. Est-ce que la section papeterie offre une gamme de produits diversifiés?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins  
d) Pas du tout
11. Comment qualifieriez-vous le rapport qualité/prix des articles de la Coopérative de l'UQAC comparé à celui de la concurrence ?
- a) Très satisfait  
b) Plutôt satisfait  
c) Plutôt insatisfait  
d) Très insatisfait

## **Informatique**

12. Avez-vous déjà fait appel au département d'informatique de la Coopérative de l'UQAC? Si oui, veuillez continuer à la question 13, si non veuillez vous rendre à la question 17.
- a) Oui b) Non
13. D'après vous, le conseiller informatique est-il disponible?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins  
d) Pas du tout
14. Est-ce que la section informatique (composante et accessoire) offre une gamme de produits diversifiés?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins  
d) Pas du tout
15. Comment qualifiez-vous le rapport qualité/prix du matériel informatique vendu à la Coopérative de l'UQAC comparé à celui de la concurrence?
- a) Très satisfait  
b) Plutôt satisfait  
c) Plutôt insatisfait  
d) Très insatisfait
16. Êtes-vous satisfait du service après-vente ?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins  
d) Pas du tout

## **Service à la clientèle**

17. Êtes-vous satisfait des heures d'ouverture de la Coopérative de l'UQAC?
- a) Oui b) Non

Commentaires : \_\_\_\_\_

18. Êtes-vous satisfait de l'aménagement et de l'aspect de la Coopérative de l'UQAC?
- a) Tout à fait  
b) Suffisamment  
c) Plus ou moins

d) Pas du tout

19. Êtes-vous satisfait de la rapidité du service à la caisse :

- aux rentrées scolaires (durant les deux premières semaines des sessions)?

a) Oui b) Non

Commentaires : \_\_\_\_\_

- durant les heures régulières?

a) Oui b) Non

Commentaires : \_\_\_\_\_

20. En général, la marchandise en magasin répond-elle à vos attentes ?

a) Tout à fait

b) Suffisamment

c) Plus ou moins

d) Pas du tout

a) Pour vos achats principaux dans la Coopérative de l'UQAC, qu'est-ce qui est le plus important parmi les éléments suivants? (Veuillez encercler une SEULE réponse) Le prix

b) Le choix

c) L'aménagement du magasin

d) L'emplacement du magasin

e) Le service à la clientèle

f) La qualité des produits

21. Pour quelle(s) raison(s) achèteriez-vous certains produits ailleurs qu'à la Coopérative de l'UQAC? (Vous pouvez encercler plus d'une réponse)

a) Prix moindre qu'à la Coopérative

b) Meilleur service qu'à la Coopérative

c) Plus de choix qu'à la Coopérative

d) Plus facile d'accès qu'à la Coopérative

e) On m'a recommandé d'aller ailleurs

f) Je n'achète jamais de produit ailleurs qu'à la Coopérative

22. À quelle fréquence venez-vous acheter à la Coopérative de l'UQAC?

a) Au moins une fois par mois

b) 2 à 3 fois par mois

c) Plus de 4 fois par mois

d) Seulement en début de session

e) J'achète à l'occasion à la Coopérative

23. Avez-vous visité le tout nouveau site Internet de votre coopérative (coopuqac.com)?

a) Oui b) Non

Commentaires : \_\_\_\_\_

24. Sur une échelle de 1 à 6 (ci-dessous), quel est votre degré de satisfaction par rapport aux éléments suivants se rapportant à la Coopérative de l'UQAC:

| <b>ÉCHELLE</b>                                   | <b>1</b><br>Très<br>satisfait | <b>2</b><br>Plutôt<br>satisfait | <b>3</b><br>Neutre | <b>4</b><br>Plutôt<br>insatisfait | <b>5</b><br>Très<br>insatisfait | <b>6</b><br>Ne<br>s'applique<br>pas |
|--|-------------------------------|---------------------------------|--------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| <b>LE PRIX...</b>                                |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des manuels obligatoires (livres scolaires)      |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des livres de littérature générale               |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des ordinateurs                                  |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles-cadeaux (toutou, cadre, etc.)       |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des accessoires informatiques                    |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles promotionnels de l'UQAC             |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| <b>LA DISPONIBILITÉ...</b>                       |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des manuels obligatoires (livres scolaires)      |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des livres de littérature générale               |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des ordinateurs                                  |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des accessoires informatiques                    |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles promotionnels de l'UQAC             |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| <b>LA VARIÉTÉ...</b>                             |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des livres de littérature générale               |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles-cadeaux (toutou, cadre, etc.)       |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des accessoires informatiques                    |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles de papeterie (crayon, ciseau, etc.) |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| des articles promotionnels de l'UQAC             |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| <b>LE SERVICE...</b>                             |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| de commande personnelle de la librairie          |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| de commande personnelle de la papeterie          |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| de commande personnelle de l'informatique        |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |
| de poste (timbre, colis, enveloppe)              |                               |                                 |                    |                                   |                                 |                                     |



## La coopérative

Veillez répondre selon vos connaissances.

25. Pour vous qu'est-ce qu'une Coopérative?

---

---

---

26. Pour vous la Coopérative de l'UQAC c'est : (vous pouvez encercler plus d'une réponse)

- a) Une entreprise riche (qui a beaucoup d'argent)
- b) Une entreprise stable
- c) Une entreprise pauvre (qui a moins d'argent)
- d) Une entreprise qui aide les étudiants
- E) Une entreprise à but non lucratif

27. Croyez-vous qu'il y a une différence entre la Coopérative de l'UQAC et les magasins à grande surface?

- a) Oui b) Non

Si oui, qu'elles sont la ou les différences :

---

---

---

28. Quelles sont, d'après vous, les valeurs coopératives qui sont un avantage concurrentiel parmi les suivantes? (Vous pouvez encercler plus d'une réponse)

- a) La prise en charge par ses membres
- b) La responsabilité personnelle et mutuelle
- c) Un mode de gestion démocratique
- d) L'égalité (1 membre = 1 vote)
- e) L'équité entre les membres
- f) La solidarité envers les autres coopératives et la communauté

29. Croyez-vous que les valeurs coopératives portent un projet de société particulier?

- a) Oui b) Non

Si oui, pourquoi le croyez-vous?

---

---

30. Sur une échelle de 1 à 5, quel est votre degré d'accord ou de désaccord quant aux énoncés suivants se rapportant à la Coopérative de l'UQAC ?

| Échelle   | 1<br>Très en<br>accord | 2<br>Plutôt<br>d'accord | 3<br>Neutre | 4<br>Plutôt en<br>désaccord | 5<br>Très en<br>désaccord |
|---|------------------------|-------------------------|-------------|-----------------------------|---------------------------|
| La Coopérative de l'UQAC est la propriété de ses membres                              |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative est une entreprise dont la propriété est accessible à tous             |                        |                         |             |                             |                           |
| Le conseil d'administration de la Coopérative est majoritairement composé d'étudiants |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative retourne ses surplus aux membres                                       |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative crée des emplois pour les étudiants                                    |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative fait partie du réseau Coopsco  |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative est une entreprise socialement responsable                             |                        |                         |             |                             |                           |
| Il est acceptable que les activités de la Coopérative dégagent des surplus            |                        |                         |             |                             |                           |
| La Coopérative informe de son implication dans le milieu (bilan social)               |                        |                         |             |                             |                           |

31. Avez-vous déjà vu de la publicité sur la Coopérative de l'UQAC ailleurs que dans le magasin?

a) Oui b) Non

Si oui, de quelle façon (journal le Griffonner, Internet, agenda scolaire, etc.) ?

---



---

32. Désirez-vous avoir des infolettres par le biais du courriel @uqac.ca?

a) Oui b) Non

33. Autres commentaires et suggestions sur tous les services de votre Coopérative de l'UQAC :  
(produit, apparence, librairie, diversité, carte de membre, papeterie, informatique, etc.)

---



---



---



---

**Merci de votre participation!**