

Science, technologie et innovation

Numéro 20 | Novembre 2024

Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise 2022

Survol des résultats pour le Québec

Christine Lessard, agente de recherche

Ce bulletin présente en survol une analyse des résultats spécifiques pour le Québec tirés de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise (EISE) 2022*, réalisée par Statistique Canada au cours du premier trimestre de 2023.

Bien que l'année de référence de cette enquête soit 2022, plusieurs des questions posées, notamment en ce qui concerne l'innovation, se rapportent à la période 2020-2022. Cette période est d'un grand intérêt, puis qu'elle coïncide avec la période pandémique. La comparaison des données de 2020-2022 avec celles de 2017-2019, recueillies lors de l'édition 2019 de l'enquête, est révélatrice du choc subi par les entreprises et des ajustements qu'elles sont dû mettre en œuvre.

Pour cette raison, l'analyse présentée dans ce bulletin met l'accent sur la comparaison dans le temps en mettant en regard les données de l'EISE 2022 et celles de l'EISE 2019 chaque fois que cela est possible et à propos. Dans certains cas, les données de l'EISE 2017 sont aussi mises à profit.

On doit noter que les comparaisons dans le temps ne sont pas toujours possibles, notamment en raison de modifications

Faits saillants

Innovation

- En 2020-2022, au Québec, 70,0 % des entreprises ont innové, soit moins qu'en 2017-2019 (77,9 %). L'innovation en matière de produits (45,2 % c. 51,3 %) et l'innovation en matière de processus d'affaires (60,5 % c. 71,0 %) ont toutes deux subi un recul.
- En 2022, une entreprise sur deux (50,5 %) a mené une ou plusieurs activités d'innovation, soit un peu moins qu'en 2019 (54,4 %).
- Cependant, au titre des activités d'innovation, la recherche-développement, les activités de propriété intellectuelle pour la réalisation de projets d'innovation ainsi que les activités de développement de logiciels et de bases de données ont été menées en 2022 dans une mesure équivalente voire supérieure à celle observée en 2019.
- La collaboration avec une entreprise parente pour des activités d'innovation a été plus répandue en 2020-2022 qu'en 2017-2019.
- De même, le recours à des programmes gouvernementaux d'aide à l'innovation a été plus répandu en 2020-2022 qu'en 2017-2019.

Stratégies d'entreprise

- Le positionnement des biens ou des services constitue la stratégie à long terme (2023-2028) la plus importante pour 54,9 % des entreprises. Pour 40,3 % des entreprises, il s'agit plutôt de mettre l'accent sur les bas prix et la domination du marché par les coûts.

Suite à la page 2

apportées au questionnaire : d'une édition de l'enquête à l'autre, des questions ou des choix de réponse sont ajoutés ou retirés. Par exemple, des questions concernant les effets de la COVID-19 ont été ajoutées en 2022 et seront retirées lors de la prochaine édition de l'enquête parce qu'elles n'auront plus raison d'être.

Il arrive aussi que des changements fondamentaux surviennent et fassent obstacle à la comparaison. Par exemple, on a adopté dans le cadre de l'EISE de 2019 les concepts et les définitions du *Manuel d'Oslo* qui venait d'être révisé¹. Ce manuel, publié conjointement par l'OCDE et Eurostat, énonce des lignes directrices pour la communication et l'utilisation des données sur l'innovation. Dans sa version de 2018, le *Manuel* distingue deux types d'innovations d'entreprise – les innovations de produit et les innovations de processus d'affaires – alors qu'il en distinguait quatre² dans sa version antérieure. Les données sur l'innovation de l'EISE 2019, conforme à la récente édition du *Manuel*, ne se comparent donc pas à celles de l'EISE 2017.

Les résultats de l'EISE 2022 présentés et comparés dans les pages qui suivent sont regroupés en quatre sections. La première est introductive et consiste en un portrait des entreprises représentatif de la population cible de l'enquête (décrite dans les notes méthodologiques à la fin du bulletin).

Chaînes de valeur mondiales

- En 2022, une entreprise sur dix a réalisé des travaux de fabrication, de transformation ou d'assemblage pour le compte de clients non canadiens.
- La même année, 37,5 % des entreprises étaient importatrices ; parmi elles, 44,1 % ont acheté à l'étranger des biens et des services qu'elles ont revendus « tel quels » au Canada.
- Un peu plus du quart des entreprises (26,8 %) étaient exportatrices ; parmi elles, 17,3 % ont tenté d'exporter vers de nouveaux marchés, mais sans succès et 15,1 % ont tenté d'exporter d'autres biens ou services, mais sans succès.

Les autres sections sont thématiques. Elles abordent successivement : l'adaptation à la conjoncture et les stratégies d'entreprises ; l'innovation et les activités d'innovation ; la participation aux chaînes de valeur mondiales.

Au fil du texte, lorsqu'il est question « des entreprises », on doit comprendre qu'il s'agit essentiellement de celles qui appartiennent à la population cible de l'enquête et qu'il s'agit d'entreprises du Québec, même lorsque ce n'est pas précisé.

À noter que les différences entre les estimations, qu'elles soient relevées dans l'analyse ou simplement apparentes dans les tableaux et figures, ne sont pas nécessairement significatives statistiquement.

Portrait des entreprises

En 2022, 7,6 % des entreprises du Québec étaient affiliées à une entreprise mère étrangère³. Dans un cas sur deux (51,0 %), la société mère était située aux États-Unis et dans 44,7 % des cas, en Europe. Les industries dont les entreprises étaient proportionnellement les plus nombreuses à être affiliées à une entreprise mère étrangère étaient les services publics (17,7 %), l'industrie de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz (15,5 %), les services professionnels, scientifiques et techniques (15,4 %), l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (12,6 %), le commerce de gros (12,5 %), la fabrication (11,1 %) et la gestion de sociétés et d'entreprises (9,3 %)⁴.

Partenariat fédéral-provincial pour l'amélioration de la qualité des estimations

Dans le cadre de *l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise 2022*, Développement économique Canada pour les régions du Québec, Innovation, Science et Développement économique Canada, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie du Québec, le ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale du Québec, la Commission des partenaires du marché du travail et le Conseil de l'innovation du Québec se sont joints à l'Institut de la statistique du Québec pour financer un échantillon supplémentaire d'entreprises ayant leur siège social au Québec dans le but d'améliorer la qualité des estimations.

1. OCDE et EUROSTAT (2019), *Mesurer les activités scientifiques, technologiques et d'innovation, Manuel d'Oslo 2018. Lignes directrices pour le recueil, la communication et l'utilisation de données sur l'innovation*, [En ligne], 4^e édition, Paris, Éditions OCDE, 284 p. [doi.org/10.1787/c76f1c7b-fr].

2. L'innovation de produit, l'innovation de procédé, l'innovation d'organisation et l'innovation de commercialisation.

3. Soit une « entité capable d'exercer le contrôle de l'entité déclarante en détenant ou en contrôlant plus de 50 % des droits de vote de cette entreprise en dernier ressort ».

4. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0148-01, Affiliation à une entreprise mère étrangère, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310014801-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Environ une entreprise sur vingt (5,9 %) avait des filiales situées à l'étranger. Dans 72,6 % des cas, il s'agissait d'entreprises ayant au moins une filiale étrangère à participation majoritaire. Ce n'était pas le cas des autres (21,4 %), à moins qu'elles ne le sachent pas (5,9 %)⁵. Les industries dont les entreprises étaient proportionnellement les plus nombreuses à détenir des filiales situées à l'étranger étaient les services publics (42,9 %)⁶, la gestion de sociétés et d'entreprises (18,3 %)⁷, les services professionnels scientifiques et techniques (17,8 %), l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (12,8 %), la fabrication (8,4 %), le commerce de gros (7,9 %), la finance et les assurances (excluant les autorités financières) (7,4 %), le transport et l'entreposage (7,4 %) et l'industrie de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz (6,7 %).

En 2022, la part des entreprises qui ont elles-mêmes produit ou fabriqué les biens ou services qu'elles ont vendus a diminué par rapport à 2019

En 2022, trois entreprises sur dix (30,0 %) ont déclaré ne vendre que des biens et 33,6 %, ne vendre que des services. Les autres entreprises (34,6 %) ont déclaré vendre à la fois des biens et des services⁸.

À la question de savoir si elles avaient produit ou fabriqué les biens ou services vendus, 40,0 % des entreprises ont répondu par l'affirmative. En 2019, la proportion était de 54,5 %⁹.

En 2022, les services les plus fréquemment offerts par les entreprises en complément de la vente de biens ont été la personnalisation (41,1 % des entreprises), le service après-vente d'entretien ou de réparation

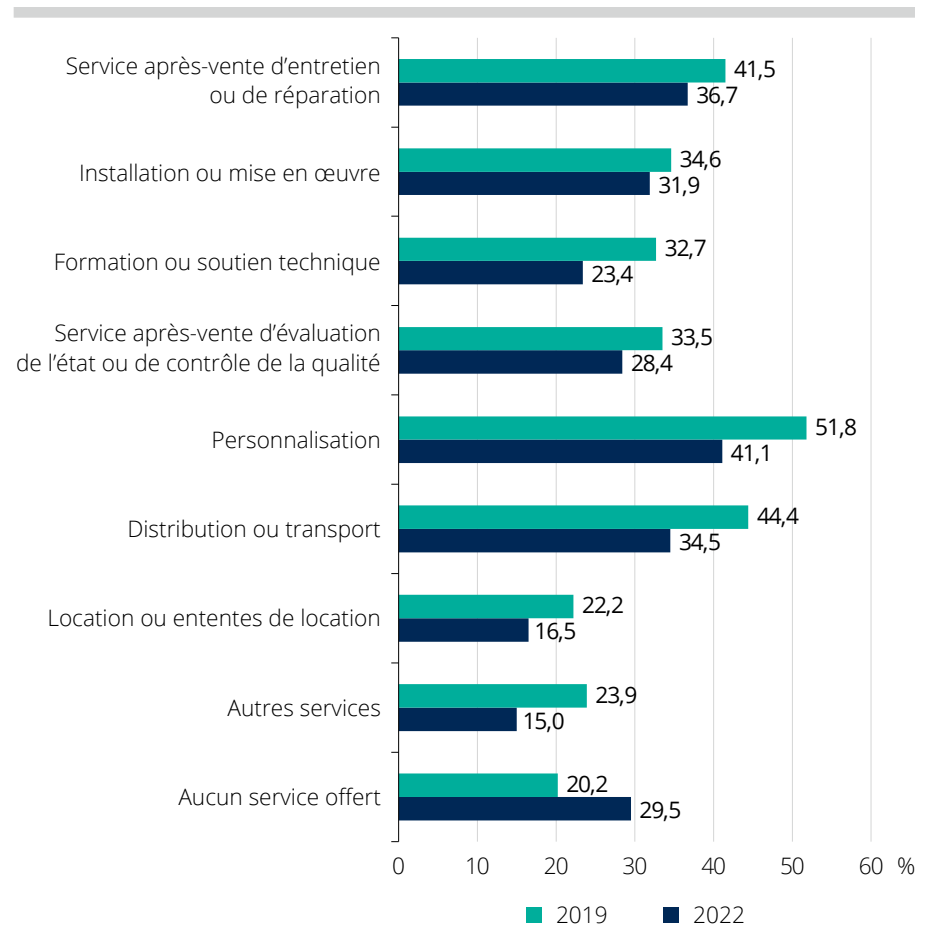
(36,7 %), la distribution ou le transport (34,5 %), l'installation ou la mise en œuvre (31,9 %) et le service après-vente d'évaluation de l'état ou de contrôle de la qualité (28,4 %). C'est dans une moindre mesure que la formation ou le soutien technique (23,4 %) ainsi que la location ou les ententes de location (16,5 %) ont été offerts. Tous les

types de service offerts en complément de la vente de biens l'ont été dans une moindre mesure en 2022 qu'en 2019 (figure 1).

De fait, une entreprise sur dix a déclaré n'avoir pas offert de service en complément de la vente de biens en 2022, soit davantage qu'en 2019 (20,1 %)¹⁰.

Figure 1

Entreprises qui offrent des services en complément de la vente de biens, selon le type de service, Québec, 2019 et 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 33-10-0166-01, Services offerts en complément de la vente de biens, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310016601-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310016601-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

5. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0149-01, Entreprises ayant des entreprises affiliées à l'étranger, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310014901-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310014901-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.
6. Estimation à utiliser avec prudence.
7. *Idem*.
8. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0158-01, Types de produits (biens ou services) vendus, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310015801-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310015801-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.
9. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0159-01, Production ou fabrication de biens vendus, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310015901-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310015901-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.
10. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0166-01, Services offerts en complément de la vente de biens, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310016601-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310016601-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Trois entreprises sur dix (30,1 %) ont onze concurrents ou plus dans leur marché principal

Huit entreprises sur dix ont déclaré qu'en 2022, leur marché principal était le marché local¹¹. C'est dans des proportions égales que les autres entreprises ont déclaré qu'il s'agissait du reste du Canada (8,5 %) ou des États-Unis (8,0 %), tandis qu'une proportion beaucoup plus faible a évoqué le reste du monde (3,7 %), dont l'Europe (1,6 %)¹².

Une faible part des entreprises, soit 3,2 %, ont déclaré n'avoir aucun concurrent dans leur marché principal. Trois sur dix (30,1 %) ont déclaré en avoir onze ou plus, 15,4 %, de six à dix, 19,6 %, de quatre à cinq, 15,4 % de deux à trois et 1,9 %, un seulement¹³.

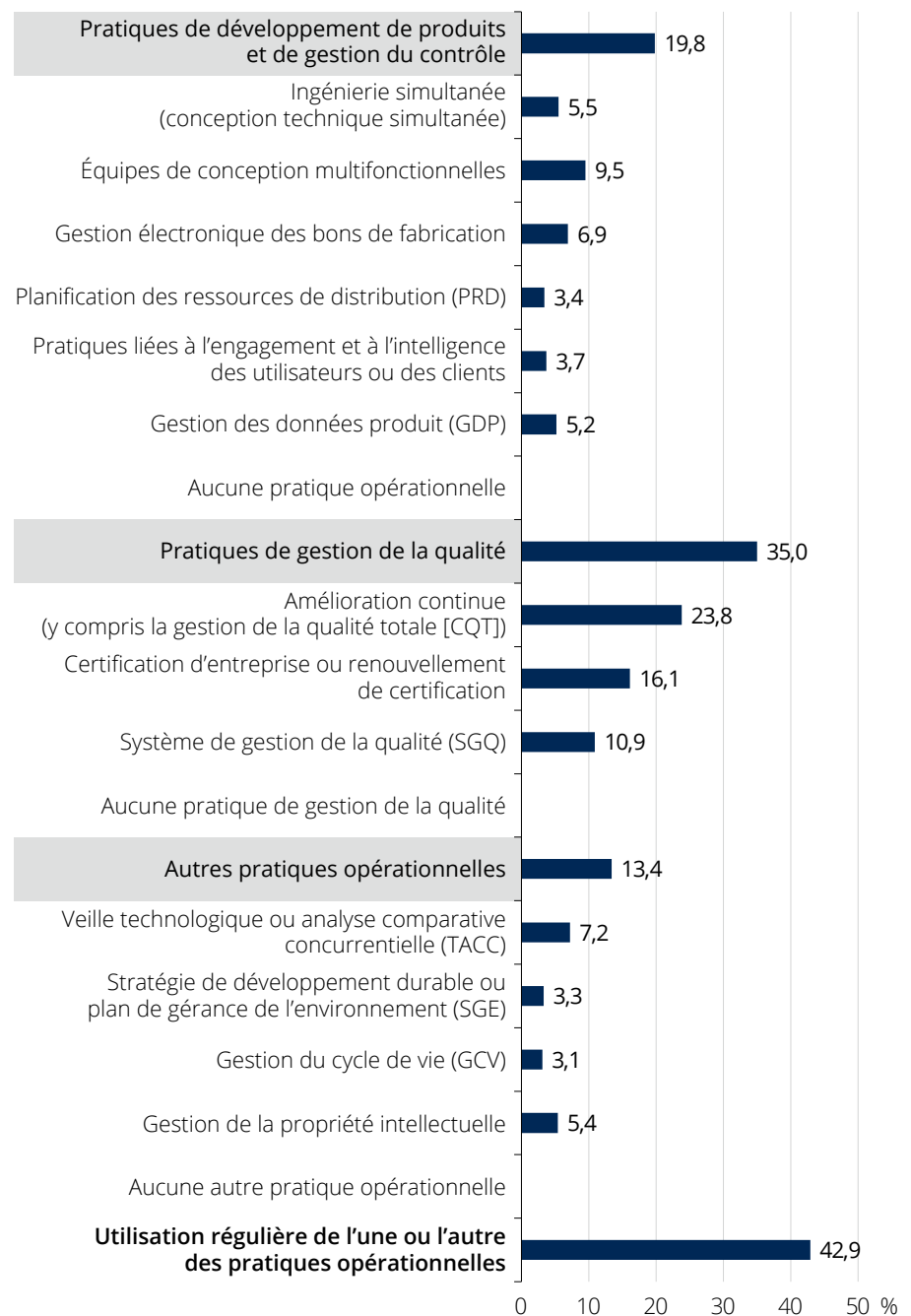
L'amélioration continue est la pratique opérationnelle de gestion de la qualité la plus répandue

En 2022, 42,9 % des entreprises ont utilisé régulièrement l'une ou l'autre pratique opérationnelle mentionnée au questionnaire d'enquête : 35,0 % ont utilisé une ou des pratiques de gestion de la qualité, 19,8 %, une ou des pratiques de développement de produits et de gestion du contrôle et 13,4 %, au moins une autre pratique opérationnelle (figure 2).

Au titre des pratiques de gestion de la qualité, l'amélioration continue s'avère la pratique la plus répandue (23,8 % des entreprises). Parmi les pratiques de développement de produits et de gestion du contrôle, ce sont les équipes de conception multifonctionnelles qui sont les plus fréquentes (9,5 %) et dans la catégorie des autres pratiques opérationnelles, la veille technologique ou analyse comparative concurrentielle (TACC) est la pratique évoquée le plus souvent (7,2 %).

Figure 2

Entreprises selon les pratiques opérationnelles qu'elles utilisent régulièrement, Québec, 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 33-10-0193-01, Recours régulier à des pratiques opérationnelles, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310016601-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310016601-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

11. Le marché local étant compris comme étant « la région où ont lieu les principales activités de l'entreprise au Canada ».

12. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0303-01, Principal marché de l'entreprise, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310030301-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310030301-fra) (Consulté le 5 septembre 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

13. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0174-01, Nombre de concurrents dans le marché géographique principal, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310017401-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310017401-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

En 2022, une entreprise sur deux signale un besoin de compétences en gestion

Lors de l'enquête, les répondants devaient indiquer si, en 2022, l'entreprise avait besoin de compétences dans un certain nombre de domaines. Une entreprise sur deux (50,3 %) a indiqué avoir besoin de compétences en gestion et environ deux sur cinq, de compétences numériques de base (42,7 %), de compétences dans le domaine des affaires (42,6 %) ou de compétences en technologies de l'information (40,9 %) (figure 3).

Un peu plus du tiers des entreprises (35,1 %) a mentionné un besoin de compétences en informatique, environ trois sur dix (29,3 %), un besoin de compétence dans le domaine des métiers spécialisés et un peu plus du quart (26,6 %), un besoin de compétences en coaching et mentorat pour répondre aux besoins de l'entreprise. Environ une entreprise sur cinq a évoqué le besoin de compétence en commerce électronique ou numérique (21,0 %).

C'est dans une moindre proportion que les entreprises ont fait état d'un besoin de compétences en conception (16,5 %), de compétences générales en science et en analyse des données (15,9 %), en affaires internationales (12,7 %) ou en sciences naturelles et génie (10,8 %).

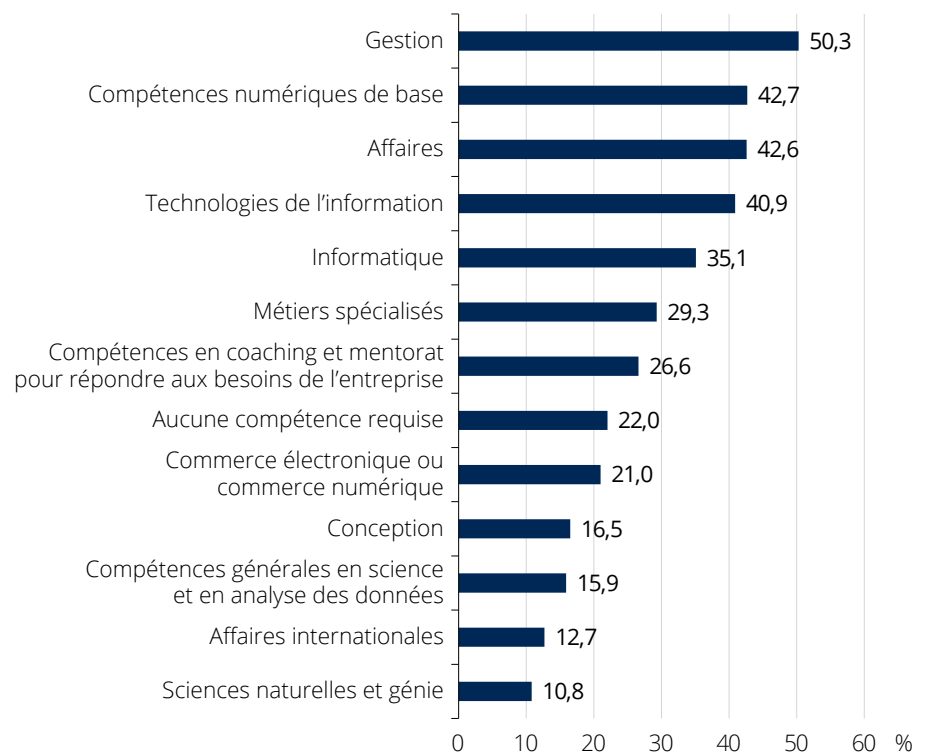
Environ le cinquième des entreprises a indiqué n'avoir besoin d'aucune compétence.

Les deux tiers des entreprises offrent de la formation sur mesure¹⁴

En 2022, le type de formation ou de perfectionnement le plus répandu chez les entreprises est la formation sur mesure, offerte par les deux tiers d'entre-elles (66,8 %). Dans une moindre mesure, les entreprises offrent le coaching et le mentorat pour les

Figure 3

Entreprises selon les compétences dont elles ont besoin, Québec, 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 33-10-0299-01, Compétences requises, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310029901-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310029901-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

employés (41,7 %), de la formation en gestion (31,3 %), de la formation sur les nouvelles technologies (29,0 %) ou d'autres types de formation ou de perfectionnement que ceux mentionnés au questionnaire d'enquête (23,3 %). Les formations en compétences numériques (14,3 %), sur les nouvelles pratiques commerciales (10,7 %), en littératie en matière de données (3,5 %) ou en affaires internationales (1,8 %) sont nettement moins répandues.

À noter que 14,6 % des entreprises ont déclaré n'avoir offert aucune activité de formation ou de perfectionnement à ses employés en 2022¹⁵.

Les marques de commerce sont les actifs de propriété intellectuelle les plus répandus

En 2022, environ une entreprise sur cinq (19,7 %) possédait au moins un type d'actifs de propriété intellectuelle, au Canada ou à l'étranger.

Les marques de commerce sont le type d'actif possédé par le plus grand pourcentage d'entreprises (12,8 %). Du plus au moins répandu parmi les entreprises, les autres types d'actifs sont les brevets (6,4 %), les accords de non-divulgence (4,3 %), les droits d'auteur (2,5 %) les secrets commerciaux (1,8 %) et le dessin industriel (1,7 %). D'autres types de propriété intellectuelle sont possédés par 2,1 % des entreprises¹⁶.

14. Nous utilisons le terme ici en remplacement de « formation spécifique à l'emploi » qui apparaît au questionnaire.

15. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0302-01, Activités de formations ou de conceptions organisées ou fournies par l'entreprise aux employés, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310030201-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310030201-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

16. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0758-01, Possession des actifs de propriété intellectuelle, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310075801-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310075801-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Adaptation à la conjoncture et stratégies des entreprises

Au cours de la période 2020-2022, une majorité d'entreprises ont accru leur capacité d'offrir des services en complément de la vente de biens

Au cours de la période 2020-2022, une majorité d'entreprises du Québec déclarent avoir accru leur capacité d'offrir divers services en complément de la vente de biens. C'est toutefois dans une proportion moindre qu'en 2017-2019 qu'elles l'ont fait, peu importe le type de service.

Selon le type de service complémentaire à la vente de biens, le pourcentage d'entreprises qui indiquent avoir accru leur capacité varie de 51,3 %, dans le cas du service après-vente d'évaluation de l'état ou de contrôle de la qualité, à 65,0 %, dans le cas de la personnalisation¹⁷.

Une entreprise sur deux considère que la concurrence s'est accrue sur son marché principal en 2022

Lors de l'enquête, une entreprise sur deux (50,0 %) a déclaré que le comportement concurrentiel de ses concurrents existants sur leur marché principal s'était accentué au cours de l'année 2022, et c'est dans une proportion de 15,1 % que les entreprises ont indiqué que ce comportement s'était atténué (figure 4).

Par ailleurs, 30,8 % des entreprises ont observé l'entrée de nouveaux concurrents sur leur marché principal et 24,7 %, la sortie de concurrents.

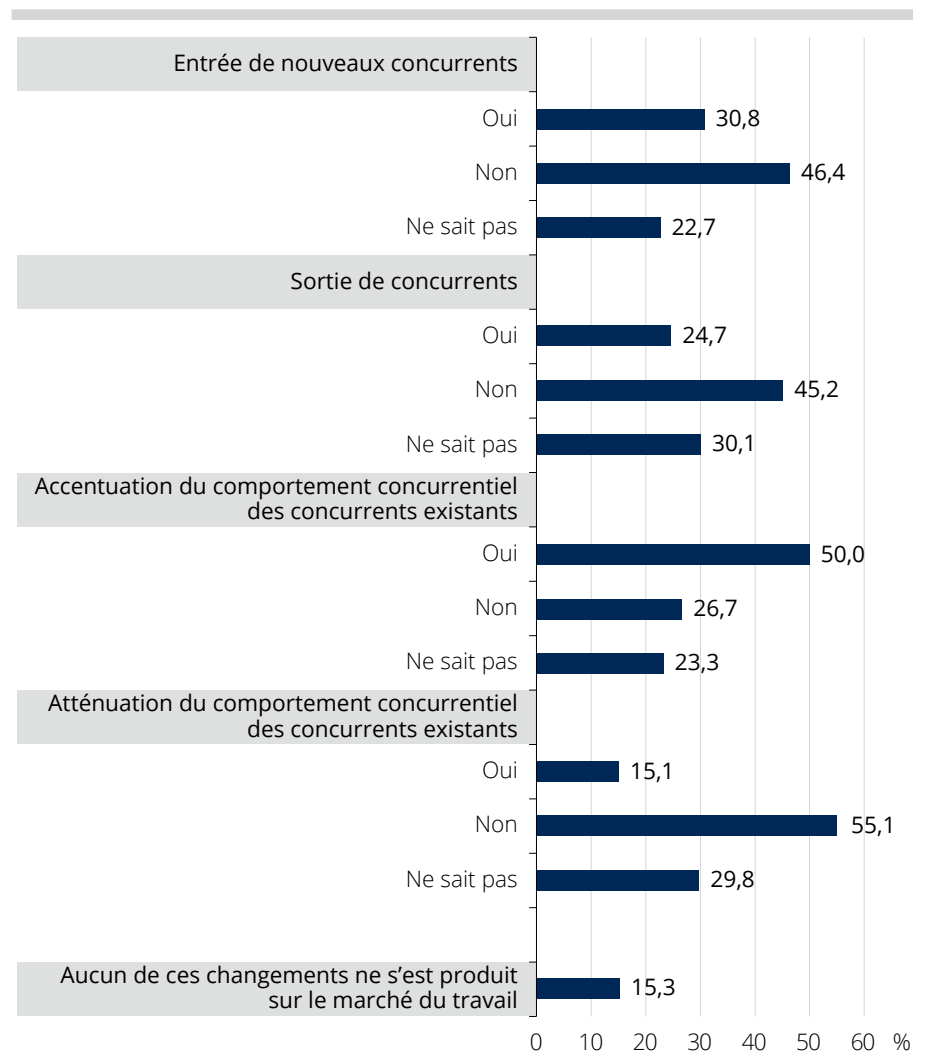
Cependant, 15,3 % des entreprises ont déclaré qu'aucun de ces changements n'était survenu sur leur marché principal et on doit noter que selon le type de changement évoqué, de 22,7 % à 30,1 % des entreprises ont indiqué ne pas savoir s'il était survenu.

Les réactions à l'évolution de la concurrence, de la part des entreprises, ont été variées. Les deux tiers d'entre elles (67,3 %) indiquent qu'elles ont modifié les prix de leurs biens ou de leurs services, 58,3 %, qu'elles ont modifié des dépenses ou des stratégies de marketing, 46,3 % qu'elles ont adopté une nouvelle technologie ou un

nouveau procédé, 37,9 % qu'elles ont modifié la qualité des biens ou des services, 32,6 % qu'elles ont exécuté ou accéléré le lancement de nouveaux biens ou services et 31,1 %, qu'elles ont adopté d'autres mesures. Une entreprise sur dix déclare n'avoir apporté aucun changement¹⁸.

Figure 4

Entreprises selon les changements survenus sur leur marché principal, Québec, 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 33-10-0176-01, Changements sur le marché géographique principal, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310017601-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310017601-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

17. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0167-01, Accroissement de la capacité d'offrir des services en complément de la vente de biens, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310016701-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310016701-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

18. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0177-01, Réaction à l'évolution de la concurrence sur le marché géographique principal, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/3310017701-fra\]](https://doi.org/10.25318/3310017701-fra) (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Plus des trois quarts des entreprises qui avaient besoin de compétences en métiers spécialisés ont fait face à des pénuries dans ce domaine

En 2022, les entreprises ont dû composer avec des pénuries de compétences. Le domaine de compétences dans lequel *les entreprises concernées*¹⁹ ont été les plus nombreuses, en proportion, à déclarer une pénurie est celui des métiers spécialisés. Pas moins de 77,8 % d'entre elles ont déclaré une pénurie dans ce domaine. Du plus au moins répandu, les domaines ou types de compétences dans lesquels au moins une entreprise concernée sur cinq ont déclaré des pénuries sont la gestion (30,0 %), les sciences naturelles et génie (24,0 %), les compétences générales en sciences et en analyse des données (22,5 %), la conception (22,2 %), l'informatique (20,7 %) et les affaires (20,5 %).

C'est donc dans une moindre mesure que les entreprises concernées ont déclaré des pénuries dans le domaine des technologies de l'information (16,7 %), du commerce électronique ou numérique (13,8 %) et des compétences numériques de base (11,0 %), notamment²⁰

Pour pallier les pénuries rencontrées, 54,5 % des entreprises ont formé du personnel

Pour pallier les pénuries de compétences, *les entreprises qui en ont rencontré dans au moins un domaine* (57,0 % des entreprises)

ont pris différentes mesures. Une majorité d'entre elles ont formé du personnel (54,5 %) ou mis en place une stratégie de rétention (51,6 %). Une sur deux (49,6 %) a adopté un processus de recrutement ciblé. D'autres mesures ont été adoptées, mais sont moins répandues : l'attraction de talents à l'échelle mondiale (18,2 %)²¹, l'externalisation du travail au Canada (17,8 %), l'utilisation d'une main-d'œuvre délocalisée (basée dans un pays étranger) (14,4 %) ou d'autres mesures (10,9 %) ou autres programmes gouvernementaux (7,1 %). Une très faible proportion (2,7 %) déclare n'avoir pris aucune mesure pour pallier les pénuries de compétences rencontrées²².

Le positionnement des biens ou des services constitue la stratégie à long terme la plus importante pour une majorité d'entreprises

Pour les années 2023-2028, soit une perspective de long terme, 54,9 % des entreprises ont indiqué que la stratégie la plus importante pour elles sera de mettre l'accent sur le positionnement des biens et des services. C'est dans une mesure un peu moindre (40,3 %) que les entreprises ont jugé qu'il s'agira plutôt de mettre l'accent sur les bas prix et la domination du marché par les coûts.

Moins d'une entreprise sur vingt (4,8 %) a indiqué que les deux stratégies avaient autant d'importance l'une que l'autre²³.

Viser la croissance des biens ou des services existants constitue l'orientation stratégique la plus répandue en ce qui concerne les biens et services

Lors de l'enquête, les répondants ont été invités à sélectionner, parmi quelques énoncés, ceux qui décrivaient le mieux l'orientation stratégique de l'entreprise en ce qui concerne ses biens et services, pour les années 2023 à 2028.

La majorité (56,7 %) a choisi « Viser la croissance des ventes de biens ou de services existants » en indiquant, dans la plupart des cas (83,2 %), que cette orientation stratégique à long terme n'avait pas changé en raison de la COVID-19.

Un peu plus du quart des entreprises (27,2 %) ont plutôt choisi l'énoncé « Maintenir les ventes de biens ou de services existants » en indiquant, dans la plupart des cas (73,8 %), que cette orientation n'avait pas changé en raison de la COVID-19.

C'est dans une moindre mesure que les entreprises ont choisi l'énoncé « Procéder régulièrement au lancement de biens ou de services nouveaux ou améliorés » (10,8 %) ou encore « Réduire l'attention à un marché de niche ou un ensemble réduit de produits » (1,5 %).

À noter que 3,8 % des entreprises ont répondu « ne sait pas » à la question posée²⁴.

19. Soit les entreprises qui avaient signalé qu'elles avaient besoin des compétences en question.

20. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0300-01, Pénuries de compétences, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310030001-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

21. Notamment par le biais de programmes de travailleurs temporaires.

22. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0301-01, Mesures prises pour pallier des pénuries de compétences, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310030101-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

23. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0153-01, Stratégies à long terme les plus importantes, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310015301-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

24. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0154-01, Orientation stratégique en ce qui concerne les biens ou services (produits), selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310015401-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Innovation et activités d'innovation

Au Québec, sept entreprises sur dix (70,0 %) ont innové au cours de la période 2020-2022, soit moins qu'en 2017-2019 (77,9 %)

Au cours de la période 2020-2022, alors que sévissait la pandémie de COVID-19, 70,0 % des entreprises du Québec²⁵ ont innové, c'est-à-dire qu'elles ont soit :

- introduit sur le marché un bien ou un service nouveau ou amélioré qui différerait considérablement des biens ou des services qu'elles avaient offerts précédemment ;
- mis en œuvre un processus d'affaires nouveau ou amélioré, relatif à une ou plusieurs de leurs activités de base (production de biens ou de services) ou de soutien, et qui différerait de manière significative des processus qu'elles avaient employés précédemment (figure 5).

Définitions¹

Une **innovation d'entreprise** désigne un produit ou un processus d'affaires nouveau ou amélioré (ou une combinaison de ces deux éléments) qui diffère sensiblement des produits ou processus précédents de l'entreprise et a été commercialisé ou mis en œuvre par celle-ci.

Une **innovation de produit** désigne l'introduction sur le marché d'un bien ou d'un service nouveau ou amélioré qui diffère sensiblement des biens ou services proposés jusque-là par une entreprise.

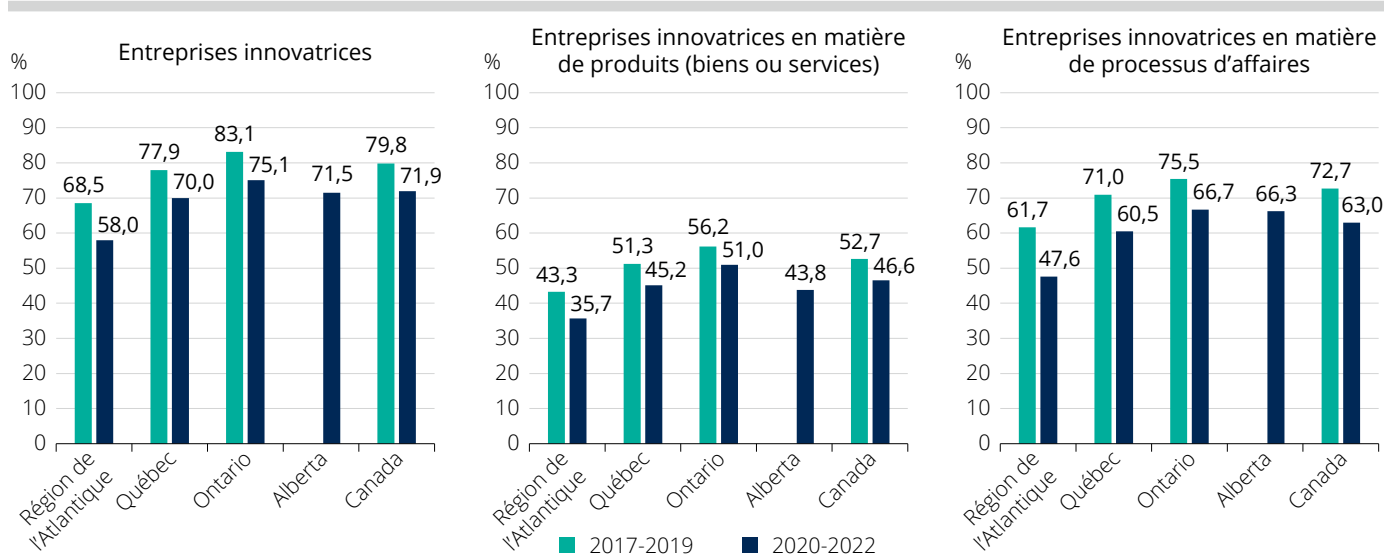
Une **innovation de processus d'affaires** désigne un processus d'affaires nouveau ou amélioré pour une ou plusieurs fonction(s), qui diffère sensiblement des processus d'affaires antérieurs de l'entreprise et qu'elle a mis en œuvre.

Les **activités d'innovation d'une entreprise** désignent l'ensemble des activités de développement, financières et commerciales menées par une entreprise et ayant [comme] vocation de déboucher sur une innovation pour ladite entreprise.

1. OCDE et EUROSTAT (2019), *Mesurer les activités scientifiques, technologiques et d'innovation. Manuel d'Oslo 2018. Lignes directrices pour le recueil, la communication et l'utilisation de données sur l'innovation*, [En ligne], 4^e édition, Paris, Éditions OCDE, 284 p. [doi.org/10.1787/c76f1c7b-fr], respectivement aux pages 72, 73, 75 et 77.

Figure 5

Entreprises innovatrices, en matière de produits et en matière de processus d'affaires, région de l'Atlantique¹, Québec, Ontario, Alberta² et Canada, 2017-2019 et 2020-2022



1. La région de l'Atlantique comprend Terre-Neuve-et-Labrador, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick.

2. Les estimations pour l'Alberta ne sont pas disponibles pour la période 2017-2019.

Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0361-01, Introduction de différents types d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710036101-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

25. Rappelons qu'il s'agit des entreprises faisant partie de la population cible de l'enquête. Voir les notes méthodologiques au début du bulletin.

La part des entreprises innovatrices a ainsi reculé par rapport à la période 2017-2019, où elle atteignait 77,9 %. Les entreprises innovatrices en matière de produits (biens ou services), tout comme les entreprises innovatrices en matière de processus d'affaires, ont été proportionnellement moins nombreuses en 2020-2022 qu'en 2017-2019 :

- 45,2 % des entreprises ont innové en matière de produits (c. 51,3 %);
- 60,5 % ont innové en matière de processus d'affaires (c. 71,0 %).

D'une période à l'autre, le recul de l'innovation dans les entreprises est généralisé au Canada ; on l'observe notamment dans la région de l'Atlantique ainsi qu'en Ontario.

De 2017-2019 à 2020-2022, le taux d'innovation au Québec a toutefois conservé sa position relative : il est plus élevé que celui de la région de l'Atlantique, mais moindre que ceux de l'Ontario et du Canada dans son ensemble. La constatation est la même qu'il s'agisse d'innovation en matière de produits ou d'innovation en matière de processus d'affaires.

L'innovation en matière de services (31,0 %) surpasse l'innovation en matière de biens (27,1 %)

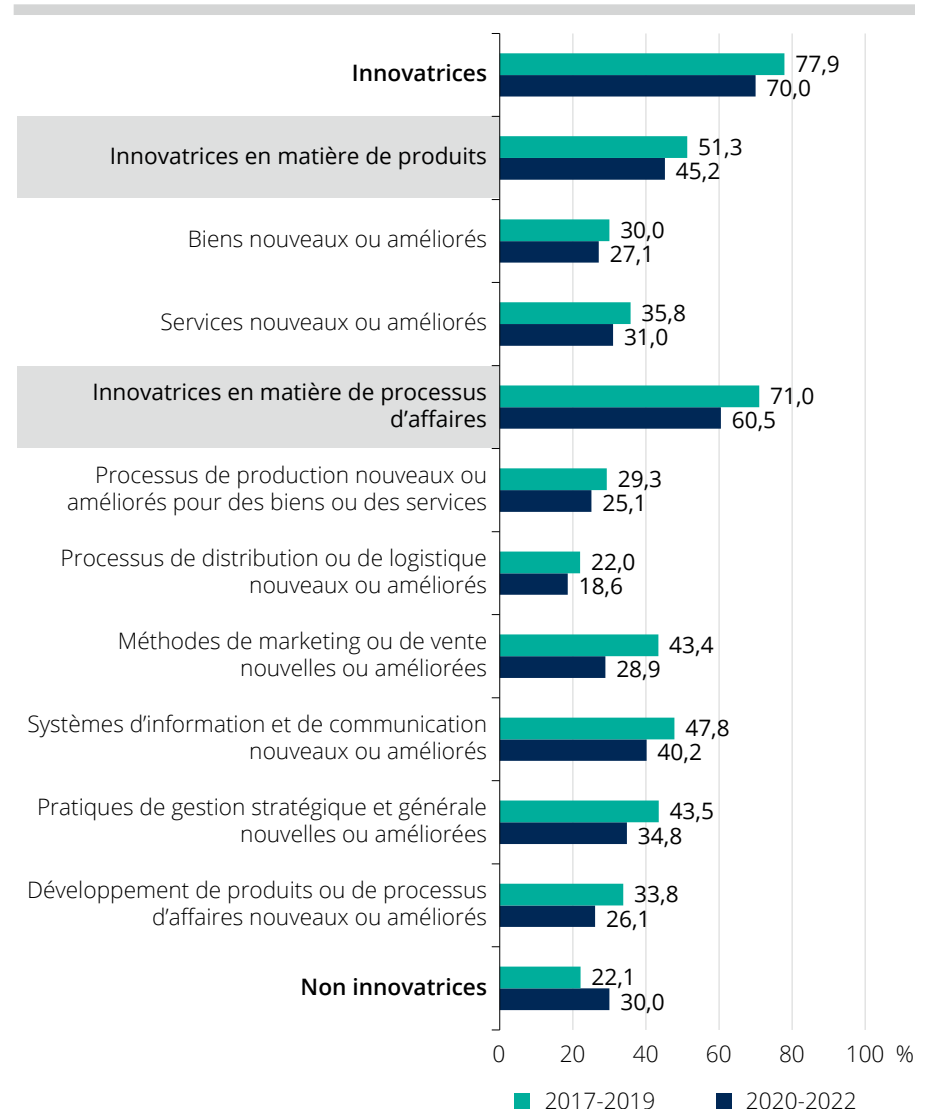
En 2020-2022, les entreprises qui ont innové en matière de biens ou en matière de services l'ont fait dans une moindre mesure qu'en 2017-2019, quel que soit le type d'innovation (figure 6). Tout comme en 2017-2019, toutefois, l'innovation en matière de services (31,0 % des entreprises) a surpassé l'innovation en matière de biens (27,1 %).

En ce qui a trait aux processus d'affaires, comme c'était le cas lors de la période précédente, les entreprises ont été proportionnellement plus nombreuses à avoir mis en œuvre des systèmes d'information et de communication nouveaux ou améliorés (40,2 %) que tout autre type de processus novateur. Un peu plus du tiers a déclaré avoir mis en œuvre des pratiques de gestion stratégique et générale nouvelles ou

améliorées (34,8 %), et un pourcentage un peu moindre a déclaré avoir innové en matière de méthodes de marketing ou de vente (28,9 %) ou de développement de produits ou de processus d'affaires novateurs (26,1 %). Une entreprise sur quatre, ou moins, a innové en matière de processus de production pour des biens ou des services (25,1 %) ou en matière de processus de distribution ou de logistique (18,6 %).

Figure 6

Entreprises innovatrices selon le type d'innovation, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, Tableau 27-10-0361-01, Introduction de différents types d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710036101-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Les industries les plus innovatrices de 2017-2019 affichent des taux d'innovation relativement élevés en 2020-2022 malgré un ressac

En 2020-2022 presque toutes les industries affichent des taux d'innovation inférieurs à ceux de 2017-2019 (tableau 1). Font exception : les services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (81,9 %

c. 70,4 %), qui affichent le taux d'innovation le plus élevé ; les services publics (69,6 % c. 61,1 %)²⁶ ; les services immobiliers et services de location et de location à bail (75,1 % c. 67,9 %)²⁷ ; ainsi que la gestion de sociétés et d'entreprises (65,1 % c. 63,2 %)²⁸. Les industries les plus innovatrices de 2017-2019 affichent des taux d'innovation relativement élevés en 2020-2022 malgré un ressac :

- l'industrie de l'information et industrie culturelle (77,6 % c. 81,8 % en 2017-2019) ;

- le commerce de gros (75,7 % c. 82,5 %) ;
- la fabrication (75,5 % c. 83,7 %) ;
- la finance et les assurances (73,7 % c. 83,8 %) ;
- les services professionnels, scientifiques et techniques (73,1 % c. 87,0 %) – cette industrie, cheffe de file en 2017-2019, étant celle où le taux d'innovation recule le plus.

Tableau 1

Entreprises innovatrices, en matière de produits et en matière de processus d'affaires, par industrie, Québec, 2017-2019 et 2020-2022

Industries (SCIAN)	Innovatrices		En matière de produits		En matière de processus d'affaires	
	2017-2019	2020-2022	2017-2019	2020-2022	2017-2019	2020-2022
%						
Total, toutes les industries sondées	77,9	70,0	51,3	45,2	71,0	60,5
Agriculture, foresterie, pêche et chasse [11]	67,1	56,7 ^E	31,7	25,3	61,2 ^E	48,7 ^E
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz [21]	75,7	49,0	37,4	24,4	70,7	41,8
Services publics [22]	61,1	69,6 ^E	45,0	69,6 ^E	61,1	56,8 ^E
Construction [23]	78,1	66,3 ^E	51,7 ^E	37,2 ^E	63,1	59,1 ^E
Fabrication [31-33]	83,7	75,5	60,2	47,6	76,3	65,1
Total, industries de services sélectionnées	76,6	69,9	49,4	47,5	71,4	60,1
Commerce de gros [41]	82,5	75,7	59,8	49,5	76,9	67,9
Commerce de détail [44-45]	73,9	62,5	40,6 ^E	44,3 ^E	69,2	51,8 ^E
Transport et entreposage [48-49]	69,4	63,9	38,4	28,2	62,4	60,6
Industrie de l'information et industrie culturelle [51]	81,8	77,6	59,7	55,3	75,8	67,3
Finance et assurances excluant les autorités monétaires	83,8	73,7	67,7	54,1	80,9	68,5
Services immobiliers et services de location et de location à bail [53]	67,9 ^E	75,1	43,1 ^E	39,1 ^E	61,8 ^E	68,1 ^E
Services professionnels, scientifiques et techniques [54]	87,0	73,1	72,6	60,1	84,5	60,4
Gestion de sociétés et d'entreprises [55]	63,2	65,1 ^E	43,3	39,9 ^E	61,7	65,1 ^E
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement [56]	70,4	81,9	37,6	51,7 ^E	62,0	69,0

E À utiliser avec prudence.

Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0361-01, Introduction de différents types d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/2710036101-fra\]](https://doi.org/10.25318/2710036101-fra) (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

26. Toutefois, le pourcentage en 2020-2022 est de faible précision et doit être utilisé avec prudence.

27. Toutefois, le pourcentage en 2017-2019 est de faible précision et doit être utilisé avec prudence.

28. Toutefois, le pourcentage en 2020-2022 est de faible précision et doit être utilisé avec prudence.

Certaines des innovations de produits ou de processus d'affaires ont été développées pour répondre à la pandémie de COVID-19 dans 34,1 % des entreprises innovatrices en produits et dans 37,8 % des entreprises innovatrices en processus d'affaires

Au Québec, 9,6 % des entreprises innovatrices en matière de produits ont indiqué que *toutes* les innovations de ce type introduites en 2020-2022 ont été élaborées pour répondre à la pandémie de COVID-19. Le pourcentage est supérieur à celui observé en Ontario (3,7 %) ou au Canada dans son ensemble (5,1 %). Toutefois, au Québec, c'est dans un moindre pourcentage que dans ces deux territoires les entreprises innovatrices en matière de produits ont déclaré que *certaines de leurs innovations seulement* avaient été développées pour répondre à la pandémie de COVID-19 (34,1 % c. 42,7 % en Ontario et 38,8 % au Canada dans son ensemble)²⁹.

Par ailleurs, c'est dans une mesure à peu près semblable que les entreprises innovatrices en matière de processus d'affaires du Québec (5,4 %), de l'Ontario (4,4 %) et du Canada (4,8 %) ont déclaré avoir élaboré *tous* leurs processus d'affaires novateurs pour répondre à la pandémie de COVID-19. Cependant, c'est dans un moindre pourcentage au Québec qu'en Ontario et qu'au Canada dans son ensemble que les entreprises innovatrices en matière de processus d'affaires ont déclaré que *certaines de leurs innovations seulement* avaient été développées pour répondre à la pandémie de COVID-19 (37,8 % c. 44,3 % en Ontario et 41,4 % au Canada dans son ensemble).

Par rapport à 2017-2019, une moindre proportion d'entreprises a introduit sur le marché un produit nouveau ou amélioré qui constituait une nouveauté sur l'un de ses marchés

Au Québec, en 2020-2022, une moindre proportion d'entreprises qu'en 2017-2019, mais également qu'en 2015-2017, a déclaré avoir introduit sur le marché un produit nouveau ou amélioré qui constituait une nouveauté :

- sur l'un de ses marchés (36,8 % c. 45,3 % en 2017-2019 et 49,5 % en 2015-2017) ;
- uniquement au sein de l'entreprise (45,2 % c. 49,7 % et 51,3 %) ;
- de l'un ou l'autre type (16,6 % c. 19,0 % et 25,5 %)³⁰.

Par rapport à 2017-2019, une moindre proportion d'entreprises a introduit sur le marché ou mis en œuvre des innovations offrant des avantages pour l'environnement

En 2020-2022, environ une entreprise sur deux (50,8 %) a introduit sur le marché ou mis en œuvre une ou des innovations offrant des avantages quelconques pour l'environnement (figure 7). Le pourcentage est moindre que pour la période 2017-2019 (63,4 %). Toutes les grandes catégories d'innovations présentant des avantages pour l'environnement accusent un recul :

- celles qui présentent des avantages environnementaux découlant de la production fondée sur une utilisation efficace des ressources (44,3 % des entreprises c. 57,5 % en 2017-2019) ;

- celles qui présentent des avantages environnementaux découlant de l'augmentation des activités de protection de l'environnement (23,6 % c. 26,3 %) ;
- celles qui présentent des avantages environnementaux découlant de l'utilisateur final ou du consommateur (32,1 % c. 37,2 %).

Cependant, dans le cas de certaines catégories, la variation d'une période à l'autre est minimale³¹, les pourcentages observés étant pour ainsi dire du même ordre. C'est le cas, notamment, lorsqu'il s'agit des innovations dont les avantages consistent en :

- l'amélioration de l'efficacité environnementale par la réduction de la consommation d'énergie par unité de production (20,9 % en 2020-2022 c. 21,9 % en 2017-2019) ;
- l'usage de carburants renouvelables (6,3 % c. 6,8 %) ;
- la réduction des émissions de gaz à effet de serre (17,1 % c. 17,2 %) ;
- la réduction de la pollution de tous types (21,1 % c. 20,8 %) ;
- la réduction de la pollution de tous types *de la part de l'utilisateur final ou du consommateur* (13,9 % c. 14,1 %) ;
- la réduction des émissions de gaz à effet de serre *de la part de l'utilisateur final ou du consommateur* (12,3 % c. 11,2 %).

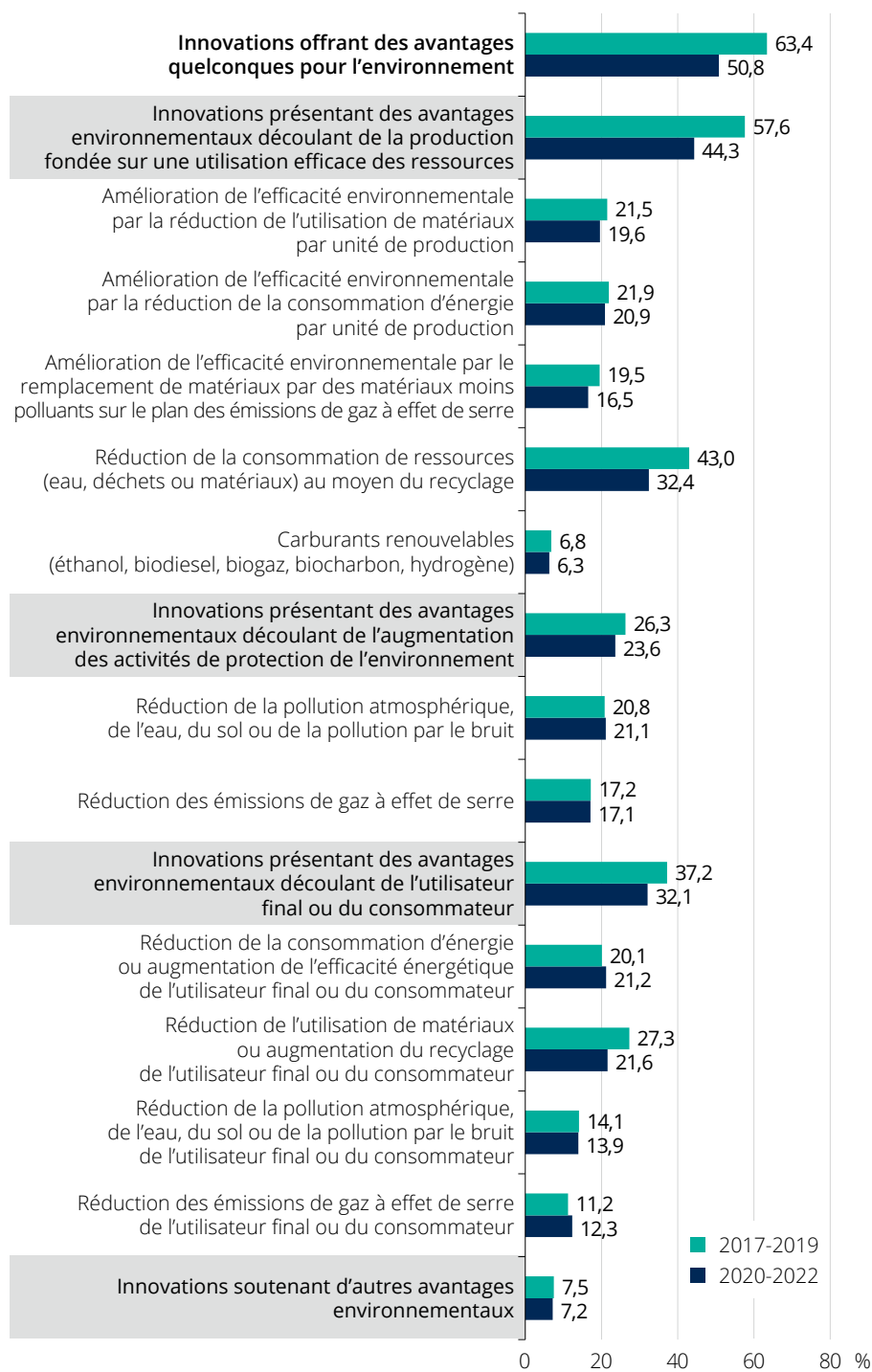
29. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0720-01, Innovations développées pour répondre aux défis ou aux opportunités liés à la pandémie de COVID-19, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310072001-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

30. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0179-01, Introduction de produits (biens ou services) constituant une nouveauté, par industrie et taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310017901-fra] (Consulté le 5 septembre 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

31. Rappelons que les différences relevées ne sont pas nécessairement significatives statistiquement.

Figure 7

Entreprises qui ont introduit des innovations offrant des avantages pour l'environnement, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0402-01, Innovations offrant des avantages pour l'environnement, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710040201-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Le plus souvent, la mise au point des innovations est assurée principalement par l'entreprise elle-même, l'entreprise mère, une entreprise affiliée ou une filiale

En 2020-2022, la mise au point des innovations est le plus souvent assurée *principalement* par l'entreprise elle-même, l'entreprise mère, une entreprise affiliée ou une filiale. C'est ce qu'ont déclaré 80,4 % des entreprises innovatrices en matière de produits et 82,9 % des entreprises innovatrices en processus d'affaires. L'élaboration *principalement* en collaboration est donc plus rare (10,7 % des premières et 13,7 % des secondes), tout comme l'élaboration *principalement* par d'autres entreprises ou organisations (3,4 % et 8,9 %)³².

Environ la moitié des entreprises innovatrices de produits qui ont développé leurs innovations et qui en ont protégé la propriété intellectuelle ont eu recours à la marque de commerce

En 2020-2022, un peu plus de la moitié des entreprises innovatrices en matière de produits (55,4 %) ont développé *elles-mêmes* les innovations qu'elles ont introduites sur le marché et 40,3 % d'entre elles ont protégé la propriété intellectuelle des innovations qu'elles avaient développées. Les moyens de protection de la propriété intellectuelle auxquels elles ont eu recours varient :

- environ une sur deux (49,4 %) a déposé une marque de commerce ;
- le tiers (33,9 %) a conclu un accord de non-divulgence ;
- un peu moins d'une sur trois (28,3 %) a déposé un brevet ;
- 13,9 % a eu recours au secret commercial ;
- 7,5 %, a déposé un droit d'auteur ;
- 7,4 % a déposé un design industriel
- 22,1 % a eu recours à d'autres formes de protection de la propriété intellectuelle³³.

32. Statistique Canada, *Tableau 27-10-0402 - 01, Élaborateurs d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310080501-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

33. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0721-01, Demandes déposées pour protéger la propriété intellectuelle liée aux innovations, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310072101-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Les entreprises innovatrices en matière de processus d'affaires déclarent avoir réalisé des économies en raison de la mise en œuvre de leurs innovations dans une proportion de 43,8 %

Les entreprises innovatrices en matière de processus d'affaires en 2020-2022 déclarent avoir réalisé des économies sur les coûts de production de biens ou services ou sur les dépenses globales de soutien des affaires dans une proportion de 43,8 % ; le tiers (32,5 %) déclare ne pas avoir fait d'économies, tandis qu'environ une sur cinq (19,4 %) indique ne pas savoir si elle en a fait.

Le pourcentage des entreprises innovatrices qui déclarent avoir fait des économies au titre du coût global de production de biens ou de services est un peu plus élevé (34,9 %) que celui de celles qui déclarent avoir économisé au titre des dépenses totales sur les fonctions de soutien des affaires (30,3 %)³⁴.

L'obstacle à l'innovation le plus souvent évoqué est le manque de compétences

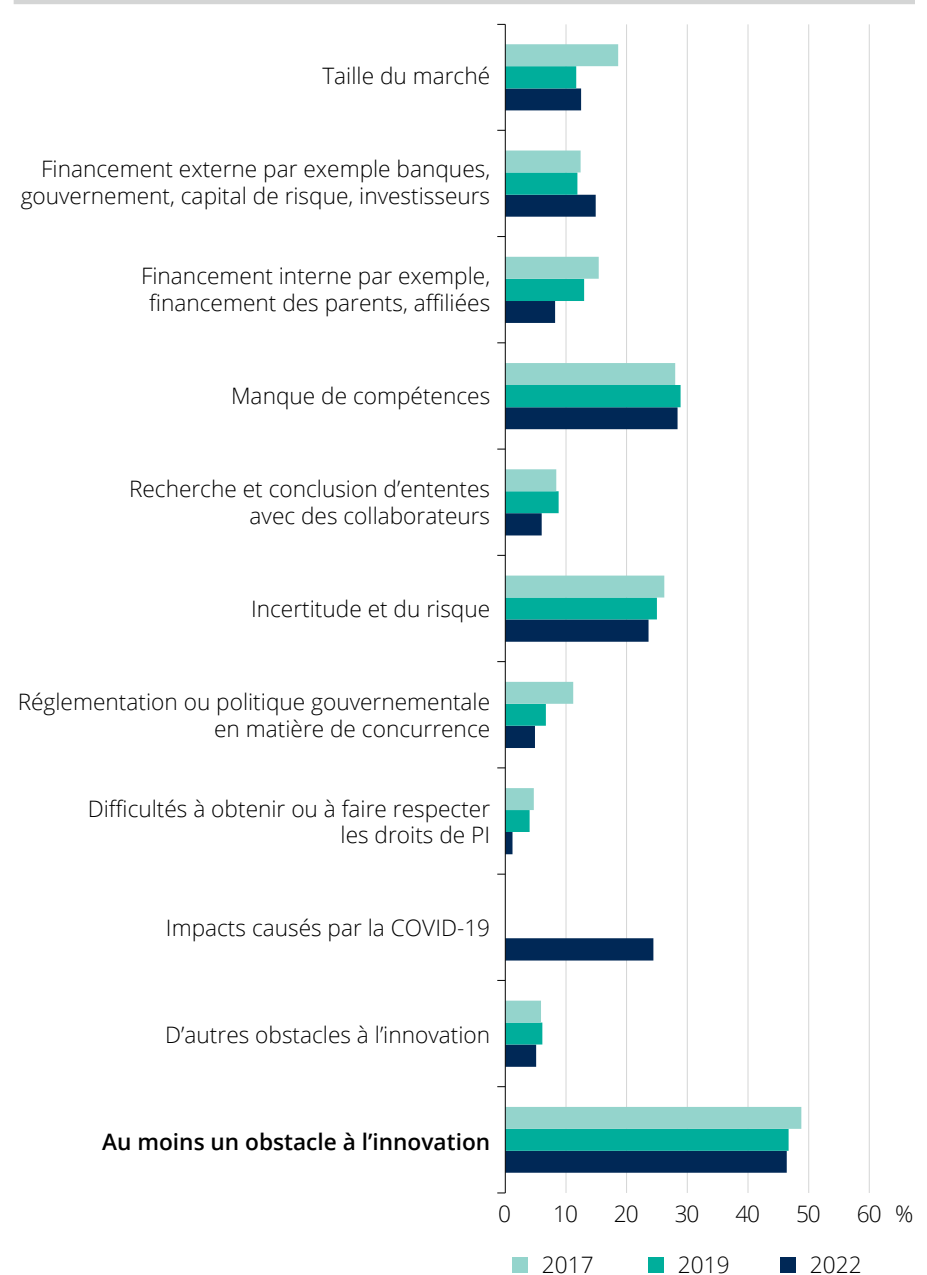
En 2022, 46,4 % des entreprises déclarent avoir rencontré au moins un obstacle à l'innovation (figure 8). Le pourcentage est du même ordre qu'en 2019 (46,7 %) et un peu moindre qu'en 2017 (48,8 %). Les obstacles rencontrés par les plus grands pourcentages d'entreprises sont les mêmes, peu importe l'année : le manque de compétences (28,4 %, 28,9 % et 28,0 % respectivement) et les obstacles liés à l'incertitude et au risque (23,6 %, 25,0 % et 26,2 %). Parmi les autres obstacles rencontrés, on note une déclaration plus fréquente en 2022 de ceux relatifs au financement externe (banques, gouvernement, capital de risque, investisseurs) (14,9 % c. 11,9 % en 2019 et 12,4 % en 2017), mais moins fréquente de ceux relatifs au financement interne (parents, entreprises affiliées) (8,2 % c. 13,0 % en 2019 et 15,4 % en 2017).

Par ailleurs, environ une entreprise sur quatre (24,4 %) déclare avoir rencontré des

obstacles à l'innovation liés aux impacts causés par la COVID-19.

Figure 8

Entreprises qui ont rencontré au moins un obstacle à l'innovation, selon l'obstacle, Québec 2017, 2019 et 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0364-01, Obstacles à l'innovation et mesures prises par industrie et taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710036401-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

34. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0804-01, Économies de coûts engendrées par l'introduction des innovations pour les procédés d'affaires, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310080401-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

En proportion, les entreprises ont été moins nombreuses qu'en 2019 à mener des activités d'innovation

En 2022, une entreprise sur deux (50,5 %) a mené une ou plusieurs activités d'innovation, soit un peu moins qu'en 2019 (54,4 %) (figure 9). Plusieurs activités ont été menées par une proportion variant entre le cinquième et un peu plus du quart des entreprises : l'acquisition ou le développement d'une technologie de pointe (21,5 %), les activités de marketing et de valeur de la marque liées à la mise en marché de nouveaux biens, services ou processus d'affaires (21,6 %), la recherche et le développement expérimental (R-D)³⁵ (22,1 %), la formation des employés propre aux projets d'innovation (25,0 %) et les activités de développement de logiciels et de bases de données (26,6 %).

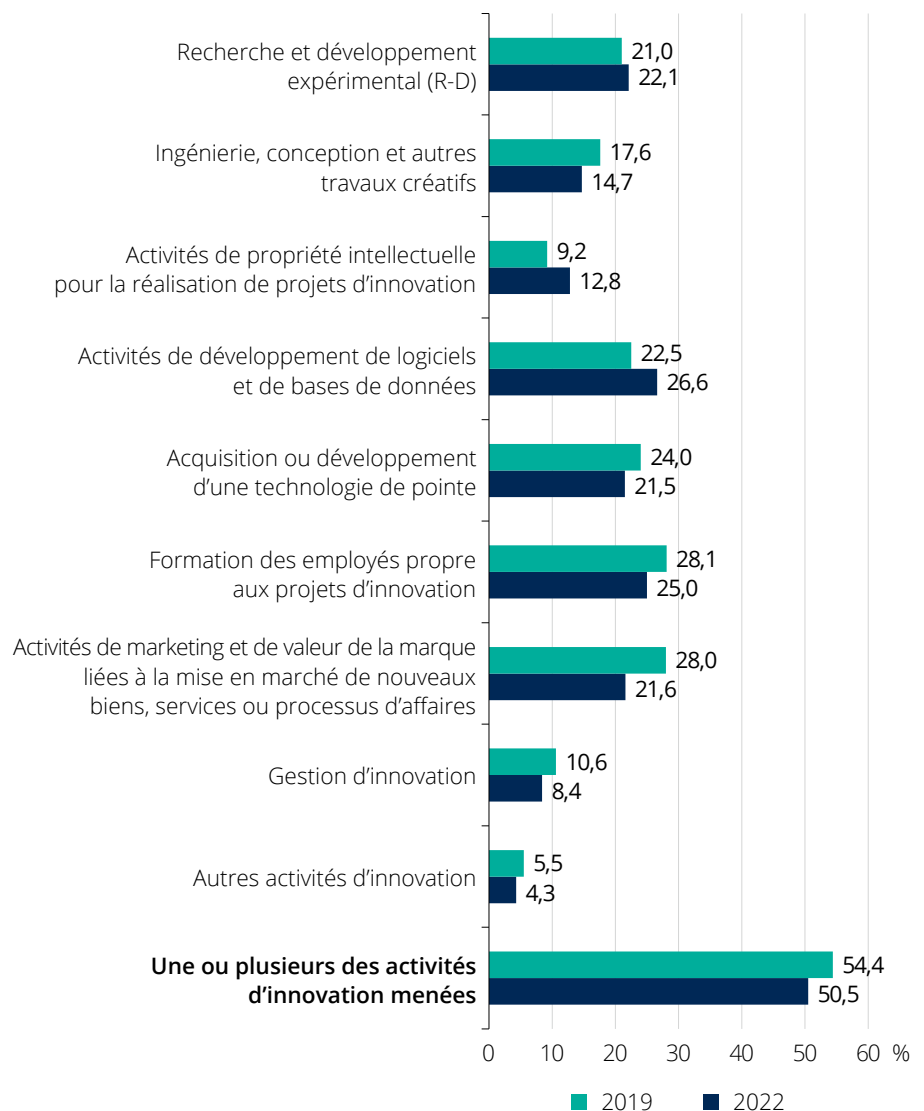
Fait à noter, c'est dans une plus forte proportion qu'en 2019³⁶ que les entreprises ont mené certaines activités d'innovation en 2022 :

- la recherche et le développement (R-D)³⁷ (22,1 % c. 21,0 %);
- les activités de propriété intellectuelle pour la réalisation de projets d'innovation (12,8 % c. 9,2 %).
- les activités de développement de logiciels et de bases de données (26,6 % c. 22,5 %).

Toutefois, c'est dans une moindre mesure qu'elles ont mené la plupart des autres activités d'innovation.

Figure 9

Entreprises qui ont mené des activités d'innovation, par type d'activités, Québec, 2019 et 2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 33-10-0184-01, Activités d'innovation menées, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3310018401\]](http://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3310018401) (Consulté le 5 septembre 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

35. Activité menée tant au sein de l'entreprise que confiée à d'autres organisations.

36. La différence n'est pas nécessairement significative statistiquement.

37. La variation n'est pas nécessairement significative statistiquement.

La collaboration avec une entreprise parente pour des activités d'innovation a été plus répandue en 2020-2022 qu'en 2017-2019

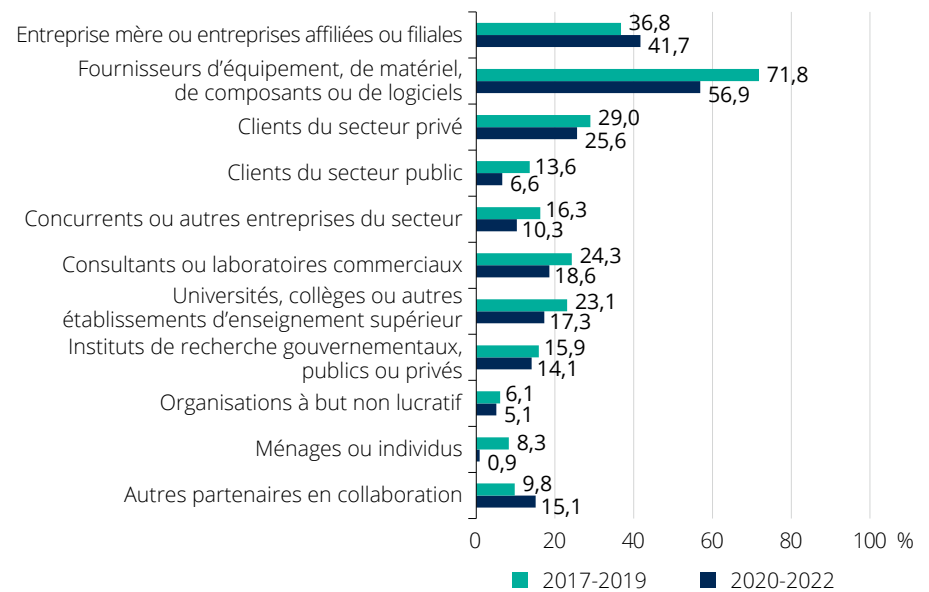
En 2020-2022, une entreprise sur six environ (16,7 %) a mené des activités d'innovation en collaboration. Le pourcentage est moindre qu'en 2017-2019 (18,8 %) ainsi qu'en 2015-2017 (20,5 %).

Un moindre pourcentage d'entreprises ayant mené des activités d'innovation en collaboration ont fait appel aux différents types de partenaires en 2020-2022 qu'en 2017-2019, sauf dans le cas où il s'agissait de l'entreprise mère, d'entreprises affiliées ou de filiales (36,8 % en 2017-2019)³⁸ (figure 10). La propension à faire appel à certains partenaires plutôt qu'à d'autres n'a toutefois pas beaucoup changé par rapport à la période précédente. Les fournisseurs d'équipement, de matériel, de composants ou de logiciels sont demeurés les partenaires auxquels le plus fort pourcentage d'entreprises ont fait appel (56,9 %), suivis de l'entreprise mère, des entreprises affiliées ou des filiales (41,7 %), puis des clients du secteur privé (25,6 %).

Fait à noter, ces partenaires de collaboration sont demeurés ceux que les entreprises, dans une large mesure, considéraient comme les plus avantageux (figure 11). Cependant, c'est dans une plus forte proportion qu'en 2017-2019 (29,3 % c. 19,43 %) que les entreprises ont jugé que l'entreprise mère, les entreprises affiliées ou les filiales étaient le partenaire de collaboration le plus avantageux, mais c'est dans une proportion nettement moindre qu'elles ont jugé qu'il s'agissait des fournisseurs d'équipement, de matériel, de composants ou de logiciels (32,3 % c. 44,8 %).

Figure 10

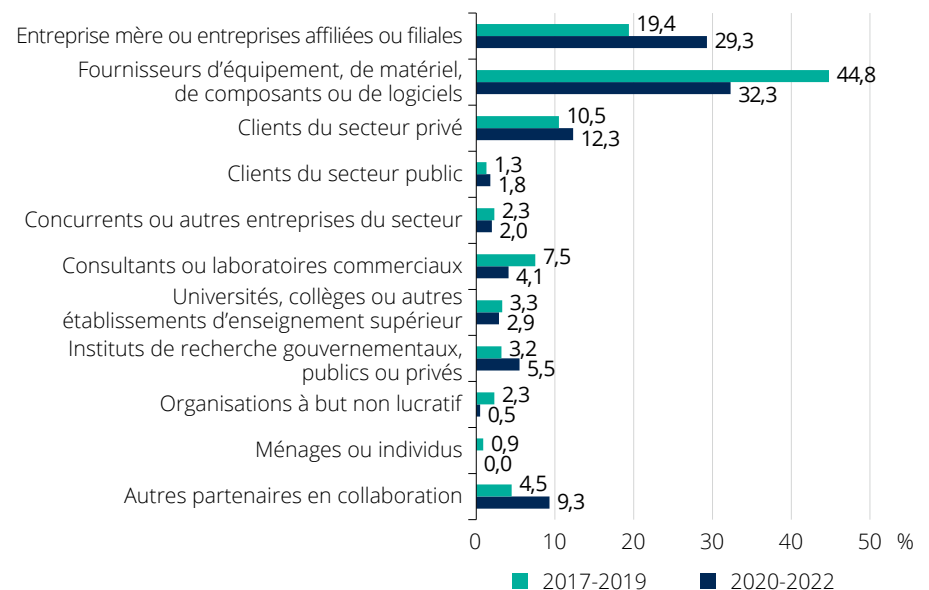
Entreprises qui ont mené des activités d'innovation en collaboration, par type de partenaires, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0178-01, Collaboration à des activités d'innovation, par type et emplacement des partenaires par industrie et taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710017801-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Figure 11

Entreprises qui ont mené des activités d'innovation en collaboration, par type de partenaire jugé le plus avantageux, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0193-01, Partenaire en collaboration le plus essentiel pour les activités d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/2710019301-fra] (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

38. En faisant ici abstraction de la catégorie résiduelle « Autres partenaires en collaboration ».

Le recours à des programmes gouvernementaux d'aide à l'innovation a été plus répandu en 2020-2022 qu'en 2017-2019

En 2020-2022, 42,3 % des entreprises ont eu recours à des programmes gouvernementaux d'aide aux activités d'innovation, soit une proportion plus élevée qu'en 2017-2019 (35,4 %) (figure 12).

C'est dans une même mesure que les entreprises ont eu recours aux programmes d'incitation fiscale ou de crédit d'impôt (22,6 %), aux programmes de subventions et de contributions (22,7 %) et aux programmes gouvernementaux de formation et d'embauche (22,7 %), soit les trois types de programmes les plus utilisés, comme en 2017-2019. C'est dans des proportions beaucoup plus faibles que les entreprises ont eu recours aux marchés publics (2,3 %), aux services consultatifs gouvernementaux (5,2 %) ou à d'autres programmes (3,7 %).

En 2017-2019, environ une entreprise sur cinq avait eu recours aux programmes d'incitations fiscales ou de crédit d'impôt (19,1 %) ou à ceux de formation et d'embauche (20,8 %), les programmes de subventions et de contributions ayant été moins populaires (14,7 %).

Les programmes d'incitation fiscale ou de crédit d'impôt et les programmes de subventions et de contributions ont été jugés les plus essentiels par plus du tiers des entreprises

C'est pratiquement dans la même mesure que les entreprises ont jugé les programmes d'incitation fiscale ou de crédit d'impôt (34,7 % des entreprises) et les programmes de subventions et de contributions (35,2 %) les plus essentiels pour leurs activités d'innovation (figure 13). Les programmes de formation et d'embauche ont été jugés les plus essentiels dans une moindre mesure (23,2 %).

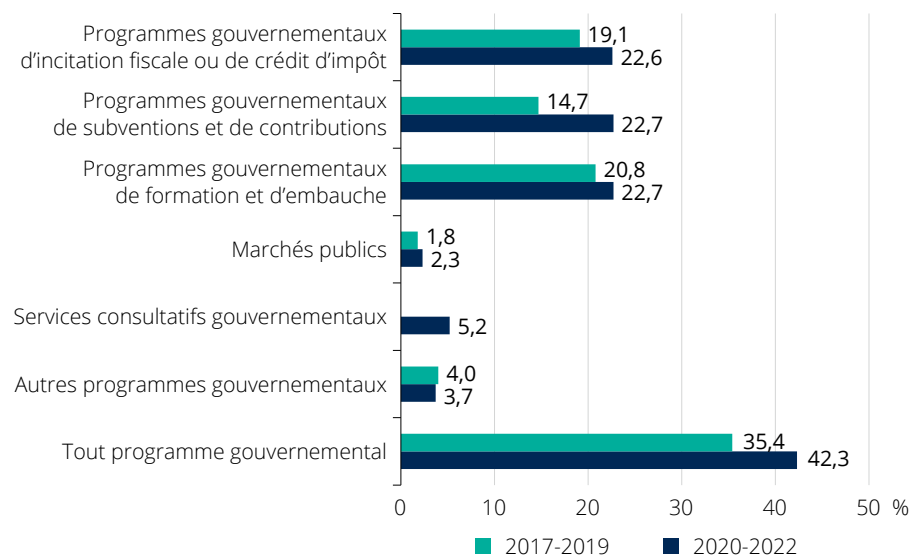
La comparaison avec 2017-2019 révèle peu de changement en ce qui concerne les programmes d'incitation fiscale ou de crédit d'impôt qui avaient été jugés les plus

essentiels par 35,4 % des entreprises. Cependant, c'est dans une mesure semblable (34,4 %) qu'elles avaient jugé les plus essentiels les programmes de formation et

d'embauche (34,4 %), tandis qu'elles étaient moins nombreuses, en proportion, à porter ce jugement à l'égard des programmes de subvention et de contributions (24,8 %).

Figure 12

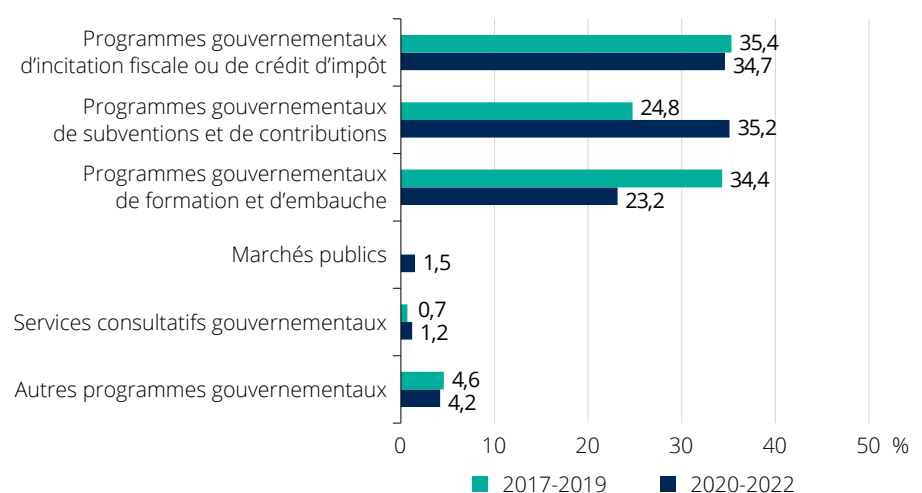
Entreprises qui ont eu recours à des programmes gouvernementaux d'aide aux activités d'innovation, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0238-01, Recours à des programmes gouvernementaux d'aide aux activités d'innovation, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/2710023801-fra\]](https://doi.org/10.25318/2710023801-fra) (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Figure 13

Entreprises selon les programmes gouvernementaux d'aide à l'innovation qu'elles jugent les plus essentiels, Québec, 2017-2019 et 2020-2022



Source : Statistique Canada, *Tableau 27-10-0280-01, Programme gouvernemental le plus essentiel aux activités d'innovation de l'entreprise, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [\[doi.org/10.25318/2710028001-fra\]](https://doi.org/10.25318/2710028001-fra) (Consulté le 12 mars 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Participation aux chaînes de valeur mondiales³⁹

En 2022, une entreprise sur dix a réalisé des travaux de fabrication, de transformation ou d'assemblage pour le compte de clients non canadiens

En 2022, 38,6 % des entreprises avaient des accords avec d'autres entités commerciales à l'extérieur du Canada et 56,3 % n'en avaient pas (5,1 % des répondants ne savaient pas si leur entreprise en avait)⁴⁰. Par ailleurs, environ une entreprise sur dix (10,1 %) a indiqué avoir réalisé des travaux de fabrication, de transformation ou d'assemblage pour le compte de clients non canadiens au cours de l'exercice financier se terminant en 2022. Environ huit sur dix (81,7 %) n'en ont pas réalisé et 8,1 % ont indiqué qu'elles ne savaient pas si cela avait été le cas⁴¹.

En 2022, 37,5 % des entreprises se sont procuré des biens destinés à la revente « tels quels »

Aux fins de leurs activités, les entreprises achètent des biens et des services auprès de fournisseurs canadiens et étrangers. Au cours de l'exercice se terminant en 2022, 86,3 % des entreprises ont acheté des biens destinés à être utilisés en tant qu'intrants intermédiaires pour la production intérieure et 37,5 % se sont procuré des biens destinés à la revente « tels quels ».

Presque une entreprise sur deux (47,7 %) a acheté des services professionnels. Une moindre part d'entre elles ont acheté d'autres types de services : des services de

marketing et de ventes (19,7 %) ; des services des technologies de l'information et des communications (17,4 %) ; des services de distribution et de logistique (17,1 %) ; des services d'ingénierie et de recherche et développement (R-D) (13,6 %). À peine plus d'une entreprise sur vingt (5,8 %) a acheté des services de centres d'appels et centres d'aide (5,8 %).

Environ une entreprise sur dix (9,9 %) a acheté d'autres types de biens ou de services que ceux mentionnés au questionnaire⁴².

En 2022, 44,1 % des entreprises importatrices ont acheté à l'étranger des biens et des services qu'elles ont revendus « tels quels » au Canada

En 2022, 37,5 % des entreprises du Québec étaient importatrices, c'est-à-dire qu'elles avaient versé des paiements à des fournisseurs à l'extérieur du Canada pour l'achat de biens ou de services. C'est dans des proportions variables que ces entreprises ont fait les usages suivants des biens ou services importés :

- 58,1 % les ont utilisés pour produire d'autres biens ou services au Canada ;
- 44,1 % les ont revendus « tels quels » au Canada ;
- 32,3 % les ont utilisés pour soutenir les activités opérationnelles liées à des services au Canada ;

- 11,8 % les ont revendus « tels quels » sur les marchés étrangers (y compris les États-Unis), sans altérer les marchandises et sans que les marchandises ne soient entrées au Canada avant la vente ;
- 10,8 % les ont revendus « tels quels » sur les marchés étrangers (y compris les États-Unis), sans altérer les marchandises, celles-ci étant entrées au Canada avant la vente⁴³.

En 2022, 26,8 % des entreprises étaient exportatrices

En 2022, un peu plus du quart des entreprises (26,8 %) étaient exportatrices⁴⁴, c'est-à-dire qu'elles avaient reçu des revenus de clients à l'extérieur du Canada pour la vente de biens ou de services. Parmi les entreprises exportatrices, 17,3 % avaient tenté d'exporter vers d'autres marchés, mais sans succès, et 15,1 % avaient tenté d'exporter d'autres biens ou services, mais sans succès.

C'est dans une très faible proportion (1,4 %) que les entreprises non exportatrices ont tenté d'exporter⁴⁵.

Les frais d'expédition sont l'obstacle à l'exportation jugé difficile ou très difficile à surmonter par la plus grande part d'entreprises

Parmi les obstacles à l'exportation ou à la tentative d'exportation, les frais d'expédition ont été jugés « difficiles » ou « très difficiles »

39. Pour plusieurs questions relatives à cette thématique de l'enquête, les estimations pour le Québec sont de faible précision, voire trop peu fiables pour être diffusées, ce qui nous contraint à limiter les résultats présentés.

40. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0756-01, Ententes de sous-traitance avec des entités commerciales en dehors du Canada, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310075601-fra] (Consulté le 5 septembre 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

41. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0757-01, Travaux de fabrication, de transformation et d'assemblage pour des clients non canadiens, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310075701-fra] (Consulté le 5 septembre 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

42. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0121-01 Achat de biens ou de services, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310012101-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

43. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0107-01, Importation de biens ou de services, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310010701-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

44. La proportion était de 34,3 % en Ontario.

45. Statistique Canada, *Tableau 33-10-0150-01, Exportation de biens ou de services, selon l'industrie et la taille de l'entreprise*. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310015001-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

à surmonter par un peu plus du tiers (34,1%) des entreprises (figure 14) – cette proportion étant nettement en hausse par rapport à 2019 (21,2 %).

C'est dans de moindres pourcentages que les entreprises ont jugé « difficile » ou « très difficile » à surmonter les obstacles suivants :

- les impacts de la pandémie de la COVID-19 par exemple, les perturbations de la chaîne d'approvisionnement (28,4 %);
- trouver des clients étrangers (25,8 %);
- trouver des partenaires, des fournisseurs ou des distributeurs étrangers (18,7 %);

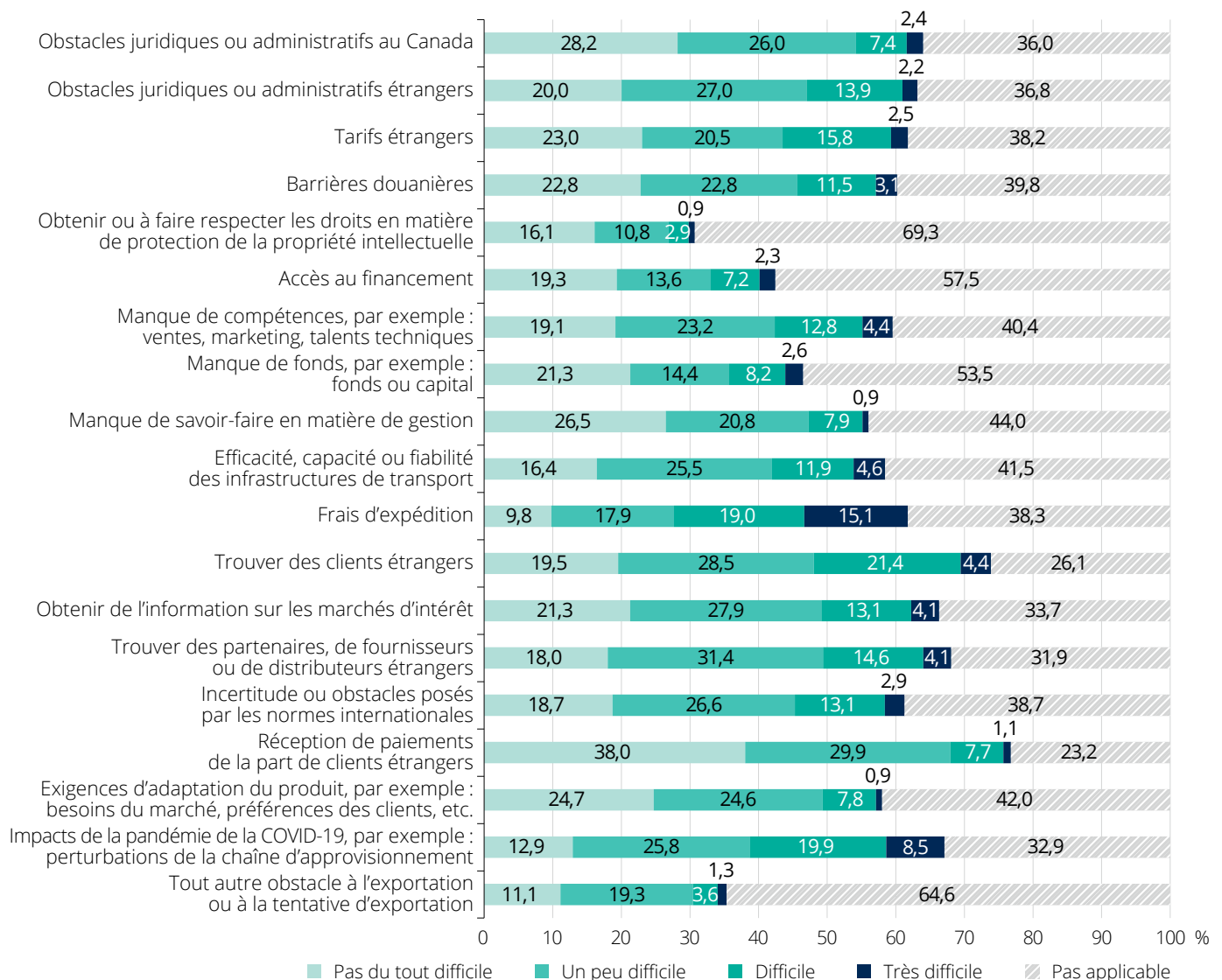
- les tarifs étrangers (18,3 %);
- obtenir de l'information sur les marchés d'intérêt (17,2 %);
- le manque de compétences, par exemple ventes, marketing, talents techniques (17,2 %);
- l'efficacité, la capacité ou la fiabilité des infrastructures de transport (16,5 %);
- les obstacles juridiques ou administratifs étrangers (16,1 %);
- l'incertitude ou les obstacles posés par les normes internationales (16,0 %);

- les barrières douanières (14,6 %);
- le manque de fonds par exemple, fonds ou capital (10,8 %).

Moins d'une entreprise sur dix a jugé « très difficile » ou « difficile » les obstacles juridiques ou administratifs au Canada, le manque de financement, le manque de savoir-faire en matière de gestion, la réception de paiements de la part de clients étrangers, les exigences d'adaptation du produit, obtenir ou à faire respecter les droits en matière de protection de la propriété intellectuelle ou tout autre obstacle à l'exportation ou à la tentative d'exportation.

Figure 14

Entreprises selon le degré de difficulté qu'elles associent aux obstacles à l'exportation, Québec, 2022



Source : Statistique Canada, Tableau 33-10-0104-01, Difficulté associée aux obstacles à l'exportation ou à la tentative d'exportation de biens ou de services, selon l'industrie et la taille de l'entreprise. [En ligne]. [doi.org/10.25318/3310010401-fra] (Consulté le 30 avril 2024). Adaptation par l'Institut de la statistique du Québec.

Notes méthodologiques

Les estimations de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprises (EISE) 2022* présentées et commentées dans ce bulletin sont tirées de tableaux diffusés par Statistique Canada les 20 février, 30 avril et 31 juillet 2024. Dans ces tableaux, les estimations sont accompagnées d'indicateurs de qualité basés sur l'erreur-type et le nombre d'observations. Ces indicateurs s'interprètent de la façon suivante :

- A excellente qualité des données
- B très bonne qualité des données
- C bonne qualité des données
- D qualité des données acceptable
- E à utiliser avec prudence

Seul l'indicateur « E » est mentionné dans les tableaux et figures, afin de ne pas les alourdir inutilement.

Comme en 2017 et en 2019, la population cible de l'EISE 2022 comprend les entreprises d'au moins 20 employés ayant un chiffre d'au moins 250 000 \$ et appartenant aux secteurs d'activités suivants (SCIAN 2017) :

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse (11);
- Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (21);
- Services publics (22);
- Construction (23);
- Fabrication (31-33);
- Commerce de gros (41);
- Commerce de détail (44-45);
- Transport et entreposage (48-49);
- Industrie de l'information et industrie culturelle (51);
- Finance et assurances (52) à l'exclusion des autorités financières et des entités à vocation spéciale;
- Services immobiliers et services de location et de location à bail (53);
- Services professionnels, scientifiques et techniques (54);
- Gestion de sociétés et d'entreprises (55) à l'exclusion des compagnies de portefeuille;
- Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (56).

Notice bibliographique suggérée

LESSARD, Christine (2024). « Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise 2022. Survol des résultats pour le Québec », *Science, technologie et innovation*, [En ligne], n° 20, novembre, Institut de la statistique du Québec, p. 1-20. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/enquete-innovation-strategies-entreprise-2022-resultats.pdf].

Ce bulletin a été réalisé à l'Institut de la statistique du Québec par :

Christine Lessard, agente de recherche

Direction des statistiques sectorielles et du développement durable :

Patrick Monsengo, directeur

Révision linguistique et édition :

Direction de la diffusion et des communications

Pour plus de renseignements :

Centre d'information et de documentation
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4

Téléphone :
418 691-2401
1 800 463-4090 (Canada et États-Unis)

Courriel : cjd@stat.gouv.qc.ca

Site Web : statistique.quebec.ca

Dépôt légal

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
4^e trimestre 2024
ISSN 2563-1373 (en ligne)

© Gouvernement du Québec
Institut de la statistique du Québec, 2005

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec. statistique.quebec.ca/fr/institut/nous-joindre/droits-auteur-permission-reproduction