

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires 2020

Cahier technique et méthodologique

Pour tout renseignement concernant l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) et les données statistiques dont il dispose, s'adresser à :

Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1R 5T4

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

Site Web : statistique.quebec.ca

Ce document est disponible seulement en version électronique.

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
2^e trimestre 2022
ISBN 978-2-550-91773-1 (en ligne)

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2022

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

Mai 2022

Publication réalisée à l'Institut de la statistique du Québec par :	Mathieu Baillargeon, statisticien
Avec la collaboration de :	Geneviève Renaud, économiste
Sous la coordination de :	Luc Belleau, coordonnateur
Sous la direction de :	Éric Gagnon, directeur
Révision linguistique et édition :	Direction de la diffusion et des communications
Travaux méthodologiques :	Mathieu Baillargeon, statisticien Valérie Roy, statisticienne
Enquête sous la responsabilité de :	Direction générale des statistiques et de l'analyse économiques Institut de la statistique du Québec
Enquête financée par :	Ministère de l'Économie et de l'Innovation du Québec
Pour tout renseignement concernant le contenu de cette publication :	Direction de la méthodologie 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) Site Web : statistique.quebec.ca

Remerciements

Nous tenons à remercier les membres de l'équipe de la Direction de la gestion de la collecte pour leur précieuse collaboration dans le cadre du projet, soit Steeve Tremblay (chargé de collecte), Joëlle Poulin (coordonnatrice), David Bélanger (technicien en soutien) ainsi que tous les intervieweurs et interviewés principaux qui ont participé à la collecte des données de l'enquête.

Notice bibliographique suggérée

BAILLARGEON, Mathieu (2022). *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires 2020. Cahier technique et méthodologique*, [En ligne], avec la collaboration de Geneviève RENAUD, Québec, Institut de la statistique du Québec, 43 p. [statistique.quebec.ca/fr/fichier/enquete-integration-internet-processus-affaires-cahier-technique-methodologique-2020.pdf].

Table des matières

Introduction	5
1 Plan d'échantillonnage	8
1.1 Population visée	8
1.2 Base de sondage	8
1.3 Stratification	9
1.4 Répartition de l'échantillon	10
2 Collecte des données	11
2.1 Prétest	11
2.2 Questionnaire	11
2.3 Déroulement de l'enquête	12
2.4 Résultats	13
3 Estimations	14
3.1 Pondération	14
3.2 Ajustement particulier pour la non-réponse	14
3.3 Méthode d'estimation	15
4 Qualité des estimations	16
4.1 Erreurs dues à l'échantillonnage	16
4.2 Erreurs non dues à l'échantillonnage	17
5 Confidentialité des résultats	19
6 Appréciation globale	20
Annexe Questionnaire de l'Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires, édition 2020	21

Introduction

Contexte

L'Institut de la statistique du Québec (ISQ) a été mandaté par le ministère de l'Économie et de l'Innovation pour reconduire *l'Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires* en 2020. Cette enquête, qui en est à sa quatrième édition¹, a pour objectif de dresser un portrait de l'adoption et de l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information et des communications dans les entreprises d'un employé et plus de tous les secteurs d'activité au Québec.

Le questionnaire de l'enquête s'inspire notamment de la *Community Survey on ICT Usage and e-Commerce in Enterprises* d'Eurostat, de *l'Enquête sur le commerce électronique et la technologie*, 2007 et de *l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet*, 2019 de Statistique Canada et du *Guide to Measuring the Information Society* de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Pour que les résultats obtenus soient comparables dans le temps, le questionnaire de l'édition 2020 a peu changé par rapport à celui de l'édition 2018. Il compte un peu plus d'une soixantaine de questions portant sur l'utilisation de l'ordinateur, l'accès à Internet, l'accès mobile à Internet, la présence sur Internet, la pratique du commerce électronique, l'utilisation des services gouvernementaux en ligne, l'utilisation de diverses technologies, les renseignements sur les clients, les pratiques de partage automatique de l'information et l'investissement dans les technologies de l'information et des communications. Exceptionnellement, le questionnaire contient également une section sur les effets de la pandémie de COVID-19. Il peut être consulté à l'annexe 1 du cahier technique et méthodologique.

L'Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires a été conçue pour produire des résultats représentatifs de la situation des entreprises au Québec, détaillés pour 5 catégories de taille en termes de nombre d'employés et pour 14 regroupements industriels, et dont le niveau de précision favorise la détection de différences significatives entre les divers groupes d'entreprises. Les résultats de l'édition 2020 ainsi que ceux des éditions précédentes sont disponibles sur le [site Web de l'ISQ](#).

Population visée

La population visée par l'enquête est constituée des entreprises d'un employé et plus, ce qui exclut les travailleurs autonomes, dans 16 industries du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) de 2017² :

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse (SCIAN 11) ;
- Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (SCIAN 21) ;
- Services publics (SCIAN 22) ;
- Construction (SCIAN 23) ;
- Fabrication (SCIAN 31-33) ;
- Commerce de gros (SCIAN 41) ;
- Commerce de détail (SCIAN 44-45) ;
- Transport et entreposage (SCIAN 48-49) ;
- Industrie de l'information et industrie culturelle (SCIAN 51) ;
- Finance et assurances (SCIAN 52) ;
- Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53) ;

1. L'édition 2020 est précédée des éditions 2012, 2016 et 2018.

2. Les quatre secteurs composés en tout ou en partie d'entreprises ou d'organisations non commerciales sont donc exclus de la population visée : Services d'enseignement (SCIAN 61) ; Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62) ; Autres services, sauf les administrations publiques (SCIAN 81) ; et Administrations publiques (SCIAN 91).

- Services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 54);
- Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55);
- Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56);
- Arts, spectacles et loisirs (SCIAN 71);
- Hébergement et services de restauration (SCIAN 72).

Cette population était estimée à près de 179 000 entreprises en 2020.

Présentation des résultats

Les résultats de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires* sont ventilés selon la taille de l'entreprise et l'industrie.

Taille de l'entreprise

Afin de dégager des différences dans les comportements des entreprises selon leur taille, on a produit des résultats pour les cinq regroupements suivants :

- 1 à 4 employés ;
- 5 à 9 employés ;
- 10 à 49 employés ;
- 50 à 249 employés ;
- 250 employés et plus.

Industrie

Afin de s'assurer d'obtenir des résultats avec la précision désirée, on a regroupé certaines industries du SCIAN parmi les 16 couvertes par l'enquête. Ainsi, les services publics (SCIAN 22) sont regroupés avec les services administratifs, de soutien, de gestion des déchets et d'assainissement (SCIAN 56). De même, le secteur de la finance et des assurances (SCIAN 52) est regroupé avec les services immobiliers et les services de location et de location à bail (SCIAN 53) et la gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55).

D'autre part, le secteur de la fabrication a été divisé en deux selon un regroupement des catégories composant la classification par niveau technologique élaborée par l'OCDE. Ainsi, les sous-secteurs de la fabrication de produits chimiques (SCIAN 325), de machines (SCIAN 333), de produits informatiques et électroniques (SCIAN 334), de matériel, d'appareils et de composants électriques (SCIAN 335) et de matériel de transport sauf la construction de navires et d'embarcations (SCIAN 336 sauf 3366) ont été regroupés pour former le secteur de la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie. De son côté, la fabrication de moyenne-faible et de faible technologie comprend tous les autres sous-secteurs de la fabrication.

En conséquence, les résultats de l'enquête sont ventilés selon les regroupements industriels suivants :

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse (SCIAN 11);
- Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (SCIAN 21);
- Services publics (SCIAN 22) et Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56);
- Construction (SCIAN 23);
- Fabrication – haute et moyenne-haute technologie (SCIAN 325, 333, 334, 335 et 336 sauf 3366);
- Fabrication – moyenne-faible et faible technologie (autres sous-secteurs du SCIAN 31-33);
- Commerce de gros (SCIAN 41);
- Commerce de détail (SCIAN 44-45);
- Transport et entreposage (SCIAN 48-49);
- Industrie de l'information et industrie culturelle (SCIAN 51);
- Finance et assurances (SCIAN 52), Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53) et Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55);
- Services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 54);
- Arts, spectacles et loisirs (SCIAN 71);
- Hébergement et services de restauration (SCIAN 72).

Organisation du cahier technique et méthodologique

Ce cahier technique et méthodologique présente les grandes lignes méthodologiques de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*. Il traite notamment de la population visée, de la base de sondage utilisée, du plan de sondage, du déroulement de la collecte des données, et de la méthodologie employée pour produire les estimations. Il traite également de la qualité des estimations, de leur comparabilité et de la confidentialité des résultats, et il comporte une appréciation globale de l'enquête. Le cahier technique et méthodologique présente également l'édition 2020 du questionnaire de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*.

1 Plan d'échantillonnage

1.1 Population visée

L'Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires visait toutes les entreprises qui respectaient les critères ci-dessous en 2020 et au moment où elles ont répondu au questionnaire :

- Être située au Québec ;
- Avoir au moins un employé (selon le relevé 1 de Revenu Québec)³ ;
- Évoluer dans un secteur d'activités **autre que les suivants** :
 - Administrations publiques (SCIAN 91)⁴ ;
 - Services d'enseignement (SCIAN 61) ;
 - Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62) ;
 - Autres services, sauf les administrations publiques (SCIAN 81).

L'enquête ne vise pas les travailleurs autonomes.

1.2 Base de sondage

La base de sondage utilisée pour l'enquête a été construite à partir de la Base de données du registre des entreprises (BDRE) de Statistique Canada mise à jour en juin 2020, dont on a extrait les entreprises appartenant à la population visée par l'enquête.

Par rapport à d'autres sources d'information sur les entreprises, publiques ou privées, la BDRE présente de nombreux avantages. Les plus importants sont sans doute sa mise à jour régulière et le fait qu'elle soit conçue

spécialement pour la réalisation d'enquêtes. Les autres principaux avantages sont la désagrégation de la structure des sociétés jusqu'à l'emplacement et la présence d'une classification industrielle à jour et assez précise (SCIAN). On y trouve aussi une variable catégorielle estimant le nombre d'employés (1-4, 5-9, etc.) au Québec de chacune des entreprises, qui peut s'avérer précieuse pour l'élaboration du plan de sondage.

Dans cette enquête, des estimations pour les entreprises québécoises doivent être produites. Contrairement à l'édition 2012, mais tout comme aux éditions de 2016 et 2018, aucun résultat par région ne doit être produit. Rappelons qu'en 2012, étant donné qu'un des objectifs de l'enquête était de produire des résultats par région quant à l'accès à Internet et que les sièges sociaux des entreprises sont situés, principalement pour les grosses entreprises, dans les grandes régions métropolitaines, un volet « établissements » avait dû être intégré à l'enquête. Ce volet permettait de tenir compte, pour les estimations en régions plus éloignées, des entreprises présentes dans ces régions, mais dont le siège social est situé ailleurs au Québec. Dans l'édition 2020, un volet « entreprises » permet à lui seul de répondre aux objectifs de l'enquête.

La base de sondage ainsi construite inclut 178 859 entreprises. Ces entreprises sont situées au Québec et satisfont aux critères d'inclusion dans la population visée relatifs au nombre d'employés et à l'industrie. Les critères d'inclusion dans la population visée ont été validés auprès des répondants lors de la collecte afin que l'enquête ne soit pas menée auprès des entreprises non admissibles.

-
3. Ce relevé doit être rempli par tout employeur (ou payeur) ayant versé à ses employés des sommes à titre de salaires, gratifications, pourboires, honoraires, bourses d'études, commissions ou autres.
 4. Le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), qui permet d'organiser les données économiques selon l'industrie, est utilisé par le Canada, le Mexique et les États-Unis. La version de 2017 est utilisée dans cette enquête.

1.3 Stratification

Le plan de sondage devait permettre d'obtenir un nombre de répondants suffisant pour produire des estimations par taille (nombre d'employés) et par industrie. Pour cette raison, une stratification de la population a été effectuée (5 tailles et 14 regroupements industriels). Une stratification efficace assure à la fois une meilleure représentativité de l'ensemble de la population et l'obtention d'une certaine précision pour chaque strate. Les variables de stratification employées sont détaillées dans le tableau 1.1.

Étant donné que le secteur de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière, et de l'extraction de pétrole et de gaz (secteur 2) contient un nombre minime d'entreprises, un recensement des entreprises a été fait afin de se rapprocher le plus possible de la précision désirée. Pour la même raison, les entreprises comptant 250 employés et plus et appartenant au secteur 1 (agriculture, foresterie, pêche et chasse) ont également été recensées. Le plan de sondage comptait ainsi 70 strates au total (5 tailles * 14 regroupements industriels).

Tableau 1.1

Variables de stratification et domaines d'estimation pour lesquels un niveau de précision fixé est demandé

Variable	Catégorie
Taille d'entreprise en termes de nombre d'employés	1 : 1 à 4
	2 : 5 à 9
	3 : 10 à 49
	4 : 50 à 249
	5 : 250 et plus
Industrie (SCIAN à 2 positions)	1 : Agriculture, foresterie, pêche et chasse (11)
	2 : Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (21)
	3 : Services publics (22) et Services administratifs, de soutien et de gestion des déchets et d'assainissement (56)
	4 : Construction (23)
	5 : Fabrication – haute et moyenne-haute technologie (325, 333, 334, 335, 336 sauf 3366)
	6 : Fabrication – moyenne-faible et faible technologie (autres SCIAN dans le 31-33)
	7 : Commerce de gros (41)
	8 : Commerce de détail (44-45)
	9 : Transport et entreposage (48-49)
	10 : Industrie de l'information et industrie culturelle (51)
	11 : Finance et assurances (52), Services immobiliers et services de location et de location à bail (53) et Gestion de sociétés et d'entreprises (55)
	12 : Services professionnels, scientifiques et techniques (54)
	13 : Arts, spectacles et loisirs (71)
	14 : Hébergement et services de restauration (72)

Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*, 2020.

1.4 Répartition de l'échantillon

La taille de l'échantillon de l'enquête a été fixée à 12 339 entreprises. Pour arriver à cette taille, on a posé des hypothèses relativement au taux de réponse et au taux d'admissibilité à l'enquête (entreprises fermées, hors population, en double, etc.) attendus. Sur la base de l'édition 2018, un taux de réponse de 75 % pour les entreprises de 1 à 4 employés et de 80 % pour les entreprises de 5 employés ou plus et un taux d'admissibilité de 77 % pour les entreprises de 1 à 4 employés, de 88 % pour les entreprises de 5 à 9 employés et de 93 % pour les entreprises de 10 ou plus semblaient probables pour

l'ensemble de l'échantillon. On a réparti l'échantillon dans les 70 strates en visant, dans la mesure du possible, un coefficient de variation (CV) de 10 % pour les proportions estimées de 15 % ou plus dans chacune des catégories de taille et d'industrie. Cela a été possible pour toutes les catégories, à l'exception de l'industrie de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière, et de l'extraction de pétrole et de gaz (2) pour laquelle la taille populationnelle est plus petite. Le tableau 1.2 présente la taille de la population et de l'échantillon ainsi que la fraction de sondage par taille et par industrie.

Tableau 1.2
Taille de la population et de l'échantillon des entreprises

Variable (provenant de la BDRE, sans correction de la part du répondant)	Population	Échantillon	Fraction de sondage
	n		%
Taille d'entreprises en termes de nombre d'employés			
1 à 4	96 081	5 239	5,5
5 à 9	34 813	2 600	7,5
10 à 49	38 142	2 618	6,9
50 à 249	8 584	1 279	14,9
250 et plus	1 239	603	48,7
Industrie (SCIAN à 2 positions)			
1 : Agriculture, foresterie, pêche et chasse (11)	12 426	1 022	8,2
2 : Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (21)	297	297	100,0
3 : Services publics (22), Services administratifs, de soutien et de gestion des déchets et d'assainissement (56)	10 459	928	8,9
4 : Construction (23)	31 463	1 014	3,2
5 : Fabrication – haute et moyenne-haute technologie (325, 333, 334, 335, 336 sauf 3366)	2 638	718	27,2
6 : Fabrication – moyenne-faible et faible technologie (autres SCIAN dans le 31-33)	10 364	862	8,3
7 : Commerce de gros (41)	10 736	898	8,4
8 : Commerce de détail (44-45)	23 935	919	3,8
9 : Transport et entreposage (48-49)	13 012	1 036	8,0
10 : Industrie de l'information et industrie culturelle (51)	2 893	819	28,3
11 : Finance et assurances (52), Services immobiliers et services de location et de location à bail (53) et Gestion de sociétés et d'entreprises (55)	13 659	1 030	7,5
12 : Services professionnels, scientifiques et techniques (54)	24 693	1 065	4,3
13 : Arts, spectacles et loisirs (71)	4 464	840	18,8
14 : Hébergement et services de restauration (72)	17 820	891	5,0
Ensemble du Québec	178 859	12 339	6,9

Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*, 2020.

2

Collecte des données

2.1 Prétest

Puisqu'il s'agissait de la quatrième édition de l'enquête et que le questionnaire était très semblable à ceux des éditions de 2016 et 2018, il a été décidé qu'un prétest n'était pas nécessaire pour l'édition 2020.

2.2 Questionnaire

Le questionnaire est semblable à ceux des versions 2012, 2016 et 2018 de l'enquête. Il a été élaboré à partir des questionnaires de la *Community Survey on ICT Usage and E-Commerce in Enterprises* d'Eurostat, de l'*Enquête sur le commerce électronique et la technologie* effectuée par Statistique Canada en 2007, de l'édition 2019 de l'*Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet* de Statistique Canada et du *Guide to Measuring the Information Society* de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Notons que la question 27, portant sur les types de consommateurs effectuant des commandes par Internet, a été ajoutée à la section 5 du questionnaire pour l'édition 2020. De plus, la question 29 de l'édition 2020, qui porte sur les types de produits commandés en ligne, a été modifiée et permet désormais d'obtenir de l'information sur la proportion de biens et de services vendus sur le Web. Deux sections ont également été ajoutées pour l'édition actuelle. La section 8 porte à présent sur les renseignements sur les clients, et la section 11 porte sur les effets de la pandémie de COVID-19. Le questionnaire de l'édition 2020 est présenté à l'annexe 1 du présent document.

Le questionnaire de l'édition 2020 comporte 14 sections :

- l'utilisation de l'ordinateur ;
- l'accès à Internet ;
- l'accès mobile à Internet ;
- la présence sur Internet ;
- le commerce électronique ;
- l'utilisation des services gouvernementaux en ligne ;
- l'utilisation des technologies de l'information et des communications (TIC) ;
- les renseignements sur les clients ;
- le partage automatique de l'information ;
- les investissements dans les TIC ;
- les effets de la pandémie de COVID-19 ;
- les renseignements généraux sur l'entreprise ;
- les renseignements supplémentaires ;
- les commentaires.

2.3 Déroutement de l'enquête

Filtre téléphonique

Afin de vérifier l'admissibilité des entreprises, de déterminer quelle personne était en mesure de répondre au questionnaire, à savoir un responsable des services informatiques ou un dirigeant de l'entreprise, et d'obtenir les coordonnées de ce dernier, un filtre téléphonique a été effectué avant l'expédition des documents de l'enquête (lettre d'introduction et questionnaire). Ce filtre s'est déroulé sur la même période que la collecte des données étant donné la grande quantité d'entreprises visées. Lors du filtre, on offrait aux répondants de recevoir les documents par courriel ou par la poste. Environ deux mois avant la fin de la collecte, les documents d'enquête ont été expédiés aux 3 630 entreprises qui n'avaient pas pu être jointes après plusieurs appels. La taille de l'entreprise et l'industrie étaient alors validées avant l'entrevue téléphonique ou au début du questionnaire Web.

Lors du filtre, on demandait de parler à la personne responsable de l'entreprise. On validait alors avec cette personne l'admissibilité de l'entreprise selon les critères préétablis. Les entreprises qui confirmaient qu'elles avaient moins de 10 employés en 2019 se faisaient poser la question « En date d'aujourd'hui, avez-vous au moins un employé ? » Cette question a été ajoutée à l'édition 2018 par souci de cohérence avec la définition de la population visée. Les coordonnées de la personne ainsi que celles de l'entreprise étaient également mises à jour lorsque nécessaire.

Collecte des données

Tout comme à l'édition de 2018, toutes les entreprises échantillonnées à l'édition 2020 avaient le choix de répondre par téléphone ou sur le Web. Un questionnaire et une lettre contenant un identifiant et un lien vers le questionnaire Web ont été envoyés par courriel ou par la poste à tous les participants, selon leur préférence s'ils avaient été filtrés. La collecte des réponses pouvait cependant se faire par téléphone si désiré. Des suivis par courriel et par téléphone ont été effectués afin de maximiser le nombre de répondants.

L'envoi du questionnaire par courriel ou par la poste a permis aux participants d'effectuer toutes les recherches préalables nécessaires pour bien le remplir. Les critères de validation (propres à la cohérence et à la logique) ont été programmés dans le logiciel utilisé par les intervieweurs et celui utilisé sur le Web. Ainsi, les réponses du participant pouvaient être validées au moment où il répondait au questionnaire. Cela évitait d'avoir à le rappeler pour valider des données incohérentes ou manquantes.

La collecte des données s'est effectuée du 24 novembre 2020 au 11 avril 2021. La participation des entreprises sélectionnées était obligatoire en vertu de la Loi sur l'Institut de la statistique du Québec, qui confère au statisticien en chef de l'ISQ le droit de déterminer qu'une demande de renseignements a un caractère obligatoire s'il est d'avis que cela est nécessaire pour assurer la fiabilité des statistiques produites.

2.4 Résultats

Au total, 8 356 entreprises ont répondu à l'enquête et, de celles-ci, 7 888⁵ ont répondu sur le Web. Le taux de réponse global pondéré⁶ est de 77,9 %. Parmi les 12 339 entreprises échantillonnées, 1 692 ont été considérées comme inadmissibles à l'enquête, puisqu'elles n'appartenaient pas à la population visée. Le taux d'admissibilité global pondéré est de 84,0 %. Les taux de réponse et d'admissibilité pondérés obtenus par taille et par industrie sont présentés au tableau 2.1.

Parmi les répondants, 49 entreprises ont rempli un seul questionnaire pour plusieurs entités, car le répondant affirmait qu'il était impossible de fournir des réponses distinctes pour chacune d'elles. Ainsi, les réponses de ces 49 entreprises ont aussi servi à 73 autres entreprises qui y étaient reliées. Les réponses ont simplement été reportées dans chacun des questionnaires concernés. Certains répondants étaient aussi en mesure de fournir des réponses propres à chaque entreprise pour certaines questions, même si les réponses aux autres questions étaient identiques.

Tableau 2.1

Nombre d'entreprises répondantes, taux d'admissibilité et de réponse pondérés

Variable validée par le répondant	Nombre de répondants	Taux d'admissibilité	Taux de réponse
	n	%	
Taille d'entreprise en termes de nombre d'employés			
1 à 4	3 042	78,1	74,4
5 à 9	1 798	87,1	79,4
10 à 49	2 016	93,0	82,2
50 à 249	1 045	96,7	85,7
250 et plus	455	96,7	78,2
Industrie (SCIAN à 2 positions)			
1 : Agriculture, foresterie, pêche et chasse (11)	708	86,8	77,3
2 : Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz (21)	214	87,8	82,1
3 : Services publics (22), Services administratifs, de soutien et de gestion des déchets et d'assainissement (56)	612	81,6	77,4
4 : Construction (23)	710	84,7	78,4
5 : Fabrication – haute et moyenne-haute technologie (325, 333, 334, 335, 336 sauf 3366)	555	91,2	85,2
6 : Fabrication – moyenne-faible et faible technologie (autres SCIAN dans le 31-33)	608	87,4	79,7
7 : Commerce de gros (41)	625	85,6	80,6
8 : Commerce de détail (44-45)	642	85,5	80,1
9 : Transport et entreposage (48-49)	663	84,4	71,6
10 : Industrie de l'information et industrie culturelle (51)	574	88,8	78,1
11 : Finance et assurances (52), Services immobiliers et services de location et de location à bail (53) et Gestion de sociétés et d'entreprises (55)	651	79,0	77,4
12 : Services professionnels, scientifiques et techniques (54)	778	80,6	84,5
13 : Arts, spectacles et loisirs (71)	539	86,0	78,2
14 : Hébergement et services de restauration (72)	477	81,7	65,9
Ensemble du Québec	8 356	84,0	77,9

Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*, 2020.

5. Ce nombre inclut 1 284 entreprises ayant rempli une partie du questionnaire sur le Web pour ensuite le compléter par téléphone.
6. Comme les entreprises n'avaient pas toutes la même probabilité d'être choisies dans l'échantillon, il est préférable d'examiner les taux de réponse sur la base de données pondérées par l'inverse de cette probabilité. La pondération est abordée à la section 3.1.

3 Estimations

3.1 Pondération

La pondération a pour objectif fondamental de permettre l'inférence des résultats observés à la population étudiée, en respectant le plan de sondage. En fait, le poids accordé à une entreprise reflète le nombre d'entreprises qu'elle « représente » dans la population. Ce poids est donc fonction de deux réalités : il représente l'inverse de la probabilité de sélection d'une entreprise dans sa strate, puis il tient compte de la structure de la non-réponse de classes qui seront formées à partir de différentes caractéristiques de l'entreprise. On suppose alors que le profil des non-répondants est semblable à celui des répondants pour chacune de ces classes.

Par ailleurs, pour effectuer une pondération adéquate, il faut être en mesure d'estimer le nombre total d'entreprises inadmissibles dans la population. Seul le statut d'admissibilité des non-répondants à l'enquête est inconnu. Pour cette raison, l'hypothèse suivante a été utilisée : certains des non-répondants à l'enquête peuvent être considérés comme inadmissibles. On peut déterminer un nombre de non-répondants inadmissibles, d'une part, en examinant la nature de la non-réponse par strate et, d'autre part, en utilisant la répartition des répondants inadmissibles à l'intérieur de chacune des strates. Une fois ce nombre déterminé, on l'additionne au nombre de répondants inadmissibles pour obtenir le nombre total d'entreprises inadmissibles de l'échantillon.

3.2 Ajustement particulier pour la non-réponse

Une étude de la non-réponse permet d'établir des classes expliquant la variation dans la non-réponse selon les caractéristiques des entreprises. Entre autres, les entreprises ne répondent pas dans les mêmes proportions selon leur appartenance à une strate. Par exemple, les entreprises de 1 à 4 employés ont un taux de réponse inférieur à celles comptant de 50 à 249 employés. Pour cette raison, il est pertinent de tenir compte de la structure de la non-réponse dans l'ajustement de la pondération. Pour l'édition 2020, la taille de l'entreprise et le secteur d'activité ont été utilisés pour caractériser la non-réponse.

Une fois la structure de la non-réponse établie, on suppose que les profils des non-répondants et des répondants d'une classe donnée sont semblables. Ainsi, les poids des répondants, tant admissibles qu'inadmissibles, sont ajustés à l'intérieur de chacune des classes afin de représenter les non-répondants à l'enquête. Dans la présente enquête, nous avons obtenu un total de 8 356 répondants admissibles, 1 692 répondants inadmissibles, 1 387 non-répondants admissibles et 904 non-répondants dont le statut d'admissibilité est inconnu.

Pour effectuer une pondération adéquate, il faut, lors de l'ajustement des poids pour la non-réponse, tenir compte du fait qu'une partie des entreprises non répondantes sont probablement inadmissibles. En fonction du taux d'admissibilité observé à l'intérieur de chacune des classes du modèle d'ajustement pour la non-réponse, les poids des non-répondants au statut d'admissibilité inconnu ont été redistribués proportionnellement entre les répondants inadmissibles et les répondants admissibles.

3.3 Méthode d'estimation

Les types d'estimation

Les estimations effectuées dans le cadre de la présente enquête respectent les particularités du plan de sondage et sont exposées sous forme de tableaux de fréquence. Les estimations de proportions (par exemple pour la question 1) et de moyennes (par exemple pour la question 10) sont accompagnées de leur précision estimée. Elles ont été produites à partir des données pondérées et peuvent donc être inférées à la population visée. L'intervalle de confiance et le coefficient de variation accompagnant les estimations ont été calculés selon le plan de sondage stratifié à l'aide du logiciel SUDAAN.

Toutes les estimations sont produites selon un domaine qui diffère en fonction de la question puisque certaines entreprises n'avaient pas à répondre à certaines questions. Le domaine sur lequel porte une estimation est indiqué clairement dans chacun des tableaux produits.

Les tests d'association et l'analyse des résultats

Un test du khi-carré avec ajustement de Satterthwaite a été effectué pour chacun des tableaux croisés. Cet ajustement tient compte du plan de sondage. Le seuil de signification statistique a été fixé à 5 % pour tous les tests.

Les analyses sont uniquement bivariées, c'est-à-dire que chaque question est mise en relation avec une seule variable de croisement à la fois. Chaque question a été analysée selon la taille de l'entreprise et l'industrie.

Dans le cas où le test du khi-carré était significatif, c'est-à-dire lorsqu'une association entre une question et une variable de croisement était détectée, des tests de comparaisons multiples ont été effectués afin de tester, deux par deux, les modalités de la variable de croisement entre elles.

4 Qualité des estimations

Tout résultat tiré d'enquête ou de recensement est potentiellement entaché d'erreurs. Ces erreurs se répartissent en deux catégories. D'une part, il y a les erreurs dues à l'échantillonnage, c'est-à-dire celles découlant du fait que seule une partie de la population visée est sondée par échantillon aléatoire. Ces erreurs sont contrôlables a priori par la définition du plan de sondage et la détermination de la taille de l'échantillon. De plus, elles sont quantifiables a posteriori et permettent de prendre en considération la variabilité des estimations produites lors de leur analyse.

D'autre part, il y a les erreurs qui ne sont pas dues à l'échantillonnage, notamment les différents types de biais pouvant influencer sur les résultats : biais causé par la non-réponse, biais dû aux activités ou au mode de collecte, biais de réponse, surcouverture ou sous-couverture de la population par la base de sondage, etc. Les erreurs non dues à l'échantillonnage, elles, ne sont pas formellement quantifiables. Il est donc important de tenter le plus possible de détecter leur présence et d'évaluer, le cas échéant, leur ampleur et leur incidence.

On peut statuer sur la qualité des estimations en examinant certaines statistiques, notamment la précision et la fiabilité des estimations. Les taux de réponse, au total et par question, permettent en outre de porter un jugement éclairé sur la fiabilité des résultats obtenus. Par ailleurs, la marge d'erreur (ME) et le coefficient de variation (CV) d'une estimation permettent de juger de la précision de celle-ci. En fonction de ces observations, l'utilisateur peut juger de l'importance des erreurs de mesure, des risques de biais et de la portée possible de l'inférence statistique.

4.1 Erreurs dues à l'échantillonnage

Les erreurs dues à l'échantillonnage sont mesurées à l'aide de l'intervalle de confiance et du CV. L'intervalle de confiance illustre l'étendue approximative des valeurs que peut prendre la variable étudiée dans la population. Cela signifie que si l'échantillonnage était reproduit un très grand nombre de fois, chaque échantillon produisant son propre intervalle de confiance, alors au seuil de 5 %, 19 intervalles sur 20 contiendraient la vraie valeur du paramètre.

Le CV est une mesure qui permet de quantifier la précision de l'estimation et s'obtient en divisant l'erreur-type de l'estimation par la valeur de l'estimation. Plus le CV est élevé, moins l'estimation est précise et vice versa. Il faut être très prudent lors de l'utilisation d'estimations dont le CV est élevé (supérieur ou égale à 25 %), puisque cela indique une très grande variabilité. Ces estimations devraient être fournies à titre indicatif seulement. Le CV sert également à comparer la précision de différentes estimations. Afin que le lecteur puisse juger rapidement de la valeur d'une estimation, dans les tableaux de résultats, les CV sont remplacés par des cotes de précision. Ces cotes sont définies au tableau 4.1.

Tableau 4.1
Relation entre la valeur d'un coefficient de variation et la précision de l'estimation associée

Coefficient de variation	Symbole	Précision de l'estimation
< 5 %	A	Excellente
5 % ≤ CV < 10 %	B	Très bonne
10 % ≤ CV < 15 %	C	Bonne
15 % ≤ CV < 25 %	D	Passable
≥ 25 %	E	Faible

Source : Institut de la statistique du Québec.

Dans le cadre de cette enquête, les objectifs de précision ayant trait aux CV ont été atteints pour l'ensemble du Québec et pour les catégories de taille d'entreprise et d'industrie, à part pour l'industrie Finance et assurances, Services immobiliers et services de location et de location à bail et Gestion de sociétés et d'entreprises (11). En effet, le nombre d'entreprises répondantes nécessaires à l'obtention des CV prévus pour ces catégories a été dépassé, sauf pour cette industrie dont le taux d'admissibilité est plus faible que celui des autres.

La grande majorité des estimations de proportions et de moyennes produites pour l'ensemble des entreprises ont un CV inférieur à 15 %, ce qui signifie qu'elles sont assez précises et qu'elles peuvent être utilisées sans crainte. Toutefois, lorsque l'estimation d'une proportion est très petite, sa précision tend à être moins satisfaisante (CV \geq 15 %). Également, les estimations de proportions, de totaux, de ratios ou de moyennes portant sur des domaines particuliers sont parfois moins précises (CV \geq 15 %) en raison du nombre moindre de répondants admissibles. La prudence est alors de mise dans l'interprétation des résultats. Ces estimations devraient toujours être accompagnées de leur CV exprimé en signe ou de leur intervalle de confiance.

4.2 Erreurs non dues à l'échantillonnage

Comme mentionné précédemment, les erreurs non dues à l'échantillonnage peuvent être de différentes natures : un mauvais taux de réponse (global ou partiel), des questions difficiles à interpréter, des erreurs de saisie, des erreurs d'interprétation de l'intervieweur ou des fausses réponses (données volontairement ou non).

Le taux de réponse global et la non-réponse partielle

Le taux de réponse global à une enquête est un indicateur de sa qualité, notamment au regard des biais attribuables à la non-réponse qui pourraient être introduits dans les estimations. En effet, plus la non-réponse est élevée, plus il y a de risque que des biais soient introduits dans les estimations qu'on infère à la population, car les non-répondants peuvent présenter des caractéristiques

différentes de celles des répondants. L'ISQ veille à limiter les risques de biais dans toutes ses enquêtes. C'est pourquoi il cherche à atteindre le meilleur taux de réponse possible, et s'abstient de procéder à l'inférence statistique lorsque ce taux n'atteint pas un niveau satisfaisant. Dans un tel cas, on analyse les biais afin de mesurer les risques d'erreur, et on apporte des corrections avant de produire les estimations.

Dans le cas présent, l'enquête a obtenu un taux de réponse global satisfaisant, soit de 77,9 %. Les taux de réponse par taille d'entreprise et par industrie sont aussi satisfaisants : un seul taux est inférieur à 70 %, soit celui du secteur de l'hébergement et des services de restauration (65,9 %). Ces taux nous permettent d'être relativement rassurés quant aux risques de biais potentiels, surtout si l'on prend en considération l'analyse de la non-réponse effectuée, qui tient compte des différentes caractéristiques des répondants et des non-répondants dans l'ajustement des poids.

La non-réponse partielle est faible pour la majorité des questions. Toutefois, elle dépasse 5 % pour la question 25, dont l'énoncé principal était « En 2019, quel pourcentage de la valeur des commandes reçues par Internet de votre entreprise provenait des plateformes suivantes ? », et dont les sous-énoncés correspondaient, dans l'ordre, au site Web de l'entreprise, à un site Web d'une autre organisation, aux médias sociaux et aux autres plateformes.

Aucun traitement n'a été effectué pour réduire le risque de biais associé à cette non-réponse, l'hypothèse sous-jacente étant que les non-répondants ont répondu de la même façon que les répondants. Il est à noter que le taux de non-réponse ne dépasse que très légèrement 5 % pour cette question (5,95 %).

La base de sondage

Bien qu'efficace, la base de sondage comporte quelques problèmes. Tout d'abord, si l'on peut supposer qu'elle contient la presque totalité des entreprises qui étaient en activité au moment de sa mise à jour (juin 2020), il est aussi certain que certaines de ces entreprises ont cessé leurs activités. Ce phénomène est connu sous le nom de surcouverture.

La surcouverture fait en sorte qu'il est difficile de connaître la taille exacte de la population étudiée. Bien entendu, on peut faire des hypothèses : dans certaines enquêtes, il est possible de déceler toutes les unités échantillonnées qui ne sont pas admissibles et d'extrapoler ce résultat à l'ensemble de la population étudiée.

Dans la présente enquête, il n'a pas été possible de déterminer le statut de toutes les entreprises. Dans certains cas de non-réponse, il n'était pas facile d'attribuer un statut d'admissibilité à l'enquête. Voici quelques exemples de non-réponse où le statut était ambigu : pas de réponse au numéro composé, mauvais numéro de téléphone, ligne occupée. Il fallait donc faire l'hypothèse suivante : parmi ces cas se trouvent un certain nombre de cas admissibles et un certain nombre de cas inadmissibles. Ces nombres ont pu être estimés à l'intérieur de chaque classe du modèle d'ajustement pour la non-réponse à l'aide de la répartition des entreprises dont le statut était connu. En déterminant un nombre de non-répondants admissibles, il a été possible de donner un poids aux répondants pour qu'ils représentent tous les cas admissibles de l'échantillon. De cette façon, une estimation de la population admissible à l'enquête a été produite.

L'interprétation des questions

En général, les répondants ont semblé bien comprendre les questions posées, et les réponses fournies étaient pertinentes. Toutefois, ils avaient plus de difficulté à répondre aux questions 4 et 5 concernant les types de connexion à Internet et la vitesse de connexion la plus rapide étant donné que cette information n'est pas toujours connue des entreprises. Il est à noter que les deux nouvelles sections du questionnaire, la section 8 sur les renseignements sur les clients et la section 11 sur les effets de la pandémie de COVID-19, n'ont pas posé de problème, bien qu'elles n'aient pas été testées avant d'être intégrées au questionnaire.

Les erreurs de saisie

Tout au long de la collecte, des contrôles de qualité ont été effectués afin d'assurer le respect des normes de confidentialité et de qualité de l'ISQ. La collecte des données a été réalisée à l'aide du logiciel Interviewer de Voxco (de type ITAO [interview téléphonique assistée par ordinateur] et de type IWAO [interview Web assistée par ordinateur]). Ce logiciel permet d'effectuer les sauts de questions de façon automatique, de sorte que selon la réponse donnée à une question, le participant n'a à répondre qu'aux questions subséquentes le concernant. L'intervieweur doit valider la réponse saisie pour chaque question avant de passer à la question suivante. Lors de l'entrevue, plusieurs types de validation permettent de confirmer certaines données auprès du répondant, entre autres, des validations pour le total des pourcentages (par exemple à la question 25) ou des vérifications de la cohérence entre les questions. Une telle validation apparaît notamment à la question 22 : les réponses doivent être cohérentes avec celles de la question 16. Par exemple, si le répondant a inscrit oui à la question 22 a), il doit avoir inscrit oui à la question 16 c).

Par ailleurs, un programme informatique a été conçu afin de valider, à la fin du processus de collecte, toutes les données recueillies.

Grâce à toutes ces précautions, il n'y a pas lieu de craindre outre mesure que des erreurs de saisie aient biaisé les résultats.

Les réponses volontairement faussées

Il n'existe pas de moyen absolu de valider la véracité de toutes les réponses reçues habituellement dans les enquêtes. Cependant, rien ne laisse supposer que des répondants ont délibérément fourni des réponses erronées dans cette enquête. Néanmoins, quelques questionnaires présentant plusieurs incohérences jugées importantes ont été rejetés lors de la validation des données. Ces répondants ont donc été considérés comme des non-répondants à l'enquête.

5

Confidentialité des résultats

L'ISQ est tenu de protéger la confidentialité des renseignements fournis par les répondants. Les risques de divulgation des résultats produits sous forme de tableaux sont donc examinés. Il est possible de déceler deux types de risque de divulgation : 1) une cellule d'un tableau contient peu de répondants, 2) un petit nombre de répondants contribue à un grand pourcentage d'une estimation présentée dans le tableau. Cependant, puisqu'aucun total n'a été produit lors de la présente enquête, aucune vérification pour le second type de divulgation n'a été nécessaire.

L'examen des tableaux produits pour la présente enquête a permis de déterminer que le premier type de divulgation se produisait. Afin d'éliminer ces risques, des cellules de tableaux ont été masquées.

6

Appréciation globale

En tenant compte des résultats et des explications fournis dans les sections précédentes, on peut conclure que le potentiel d'analyse des données est très bon et qu'il n'existe pas de problème apparent à inférer les résultats à la population étudiée. Comme c'est le cas pour toute enquête, il y a lieu de faire preuve de prudence dans l'utilisation des résultats qui sont accompagnés d'un coefficient de variation supérieur ou égale à 15 %. Il est important de mettre les bémols appropriés dans l'analyse et la présentation de ces données lorsque nécessaire.

Annexe

**Questionnaire de l'*Enquête sur
l'intégration d'Internet aux processus
d'affaires*, édition 2020**

Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires

À propos de l'enquête

L'Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires est réalisée à la demande du ministère de l'Économie et de l'Innovation. Cette enquête a pour objectif de dresser un portrait de l'accès à Internet et de son utilisation dans les entreprises situées au Québec, ainsi que de l'utilisation qu'elles font des technologies de l'information et des communications (TIC).

À l'instar de l'électricité, l'utilisation d'Internet est omniprésente dans la société d'aujourd'hui. Afin de comprendre les effets et les répercussions d'Internet sur les façons de faire des entreprises, il faut d'abord savoir quel type d'entreprises s'en sert et comment il est utilisé.

Les résultats regroupés de cette enquête seront utilisés par le gouvernement pour élaborer et adapter ses politiques et ses programmes destinés aux entreprises québécoises. Ils seront également utilisés à des fins d'analyse par le secteur privé et les chercheurs.

Participation obligatoire

Votre entreprise a été sélectionnée pour participer à cette enquête. Compte tenu de l'importance des résultats de cette enquête, la participation de votre entreprise est obligatoire, et ce, conformément à la Loi sur l'Institut de la statistique du Québec (RLRQ, chapitre I-13.011).

Confidentialité

Les renseignements doivent être transmis à l'Institut de la statistique du Québec (Statistique Québec) comme il vous est demandé dans ce questionnaire. Statistique Québec garantit la confidentialité des renseignements fournis par votre entreprise dans le cadre de cette enquête.

Ces renseignements pourraient être appariés par Statistique Québec avec des renseignements provenant d'autres enquêtes ou avec des données administratives afin de tirer le maximum d'information statistique de cette enquête. Les renseignements ainsi regroupés seront gardés strictement confidentiels et ne seront utilisés qu'à des fins statistiques.

Pour des fins de qualité et de formation, les conversations téléphoniques avec les agents de Statistique Québec sont enregistrées. Si une personne ne souhaite pas que la conversation soit enregistrée, elle peut signifier son refus à l'agent dès le début de l'appel.

Assistance

Pour toute assistance, veuillez communiquer avec la Direction de la gestion de la collecte, au numéro 1 800 561-0213 ou par courriel à collecte_internet@stat.gouv.qc.ca.

Directives

- ▶ **Ne retournez pas le questionnaire par la poste ou par télécopieur.**
- ▶ **Veillez remplir le questionnaire d'ici deux semaines.**
- ▶ Cette enquête porte sur la situation du Québec; veuillez ne tenir compte que de la portion de votre entreprise qui se situe au Québec pour répondre.
- ▶ Répondez au mieux de vos connaissances. Si vous n'avez pas l'information exacte pour certaines parties du questionnaire, veuillez fournir la meilleure estimation possible.
- ▶ Il est possible que la collaboration de plus d'une personne de votre entreprise soit nécessaire pour répondre à toutes les questions.

Définitions

Ces définitions se rapportent aux termes marqués d'un astérisque (*) dans le questionnaire.

Téléphone intelligent

Téléphone cellulaire qui inclut des fonctionnalités supplémentaires, par exemple, la navigation Web, le courrier électronique, l'agenda, le calendrier, le système de positionnement GPS, etc. Il permet également l'installation d'applications additionnelles développées par le fabricant ou un autre éditeur de logiciel.

Tablette numérique

Appareil portatif qui ne comporte pas de clavier ni de souris et qui a pour seule interface un écran tactile. Ses fonctionnalités sont similaires à celles d'un ordinateur, et il permet d'accéder à Internet via une connexion WiFi ou via les réseaux de téléphonie mobile.

Connexion DSL

Type de connexion qui permet de transporter des données sous forme numérique sur une ligne téléphonique ordinaire. La technologie DSL permet d'utiliser Internet et le téléphone en même temps.

Accès commuté sur une ligne téléphonique incluant les connexions RNIS

Type de connexion qui permet de transporter des données sous forme numérique sur une ligne téléphonique ordinaire. Cette connexion est de type commuté; il n'est donc pas possible d'utiliser Internet et le téléphone en même temps.

Connexion haute vitesse mobile avec au moins une technologie 3G

Génération de normes de technologie de téléphonie mobile qui permet l'utilisation de fonctionnalités supplémentaires sur un téléphone cellulaire, par exemple, la navigation Web, la visioconférence, le téléchargement et le visionnement de vidéos, etc. Elle comprend les normes LTE, HSPA, etc.

Logiciel libre

Logiciel dont le code source est accessible de façon à ce que l'utilisateur puisse légalement le copier, le modifier et le redistribuer.

Progiciel de gestion intégré

Type de logiciel permettant une gestion intégrée d'au moins deux fonctions de l'entreprise (p. ex. la production, les ventes, la comptabilité, les ressources humaines) grâce à l'utilisation d'un système d'information centralisé (p. ex. logiciel SAP).

Logiciel de logistique ou de traçabilité

Logiciel qui analyse les informations transmises via des identifiants intégrés à des produits (p. ex. des codes à barres ou des étiquettes d'identification par radiofréquence EIRF ou RFID).

Logiciel de gestion des relations avec les clients

Logiciel qui permet de compiler ou d'analyser l'information des clients actuels et potentiels à des fins de marketing.

Impression 3D

Procédé de fabrication additive qui permet de produire un objet réel avec un logiciel de conception assistée par ordinateur (CAO). Le dessin en trois dimensions est découpé en tranches à l'aide du logiciel avant d'être imprimé couche par couche jusqu'à l'obtention de l'objet final. L'impression 3D est utilisée pour le prototypage rapide et pour la fabrication de pièces.

Robotique

Utilisation de machines automatiques ou de robots pour effectuer des tâches, par exemple dans le cadre d'un procédé de fabrication ou dans un environnement difficile pour l'humain (dangereux, pollué, etc.).

Applications analytiques

Type d'applications qui utilisent la statistique descriptive, l'analyse prédictive et l'analyse prescriptive pour analyser les données de l'entreprise (notamment celles des clients, des fournisseurs et des partenaires) en vue d'orienter ses décisions.

Données massives

Les données massives, aussi appelées *big data* ou mégadonnées, sont générées par les activités exécutées électroniquement et/ou entre machines (p. ex. données issues des médias sociaux et des processus de production). L'analyse des données massives fait référence à l'utilisation de techniques, de technologies, d'algorithmes et de logiciels pour valoriser les données volumineuses de l'entreprise ou d'autres sources.

Apprentissage automatique (*machine learning*)

L'apprentissage automatique (*machine learning*), fait partie du champ d'études de l'intelligence artificielle. Elle implique la conception, l'analyse, le développement et l'implémentation de méthodes qui permettent à une machine ou à une application logicielle d'évoluer par elle-même pour exécuter des tâches complexes.

Internet des objets

L'Internet des objets consiste à connecter Internet à des choses et à des lieux du monde physique. Les échanges d'informations et de données se font entre dispositifs présents dans le monde réel vers le réseau Internet dans le but de simplifier les opérations et de faciliter la prise de décision (p. ex. compteurs intelligents, suivi à distance).

Infonuagique (*cloud computing*)

Pratique qui consiste à déporter sur des serveurs accessibles via Internet le stockage de données et le traitement informatique, habituellement localisés sur des serveurs locaux ou sur le disque dur d'un ordinateur (p. ex. système de courrier électronique sur le Web, stockage de document, utilisation de logiciels bureautiques).

Exploration de données (*data mining*)

L'exploration de données, aussi connue sous le nom de forage de données ou de *data mining*, consiste en l'extraction de connaissances à partir d'une grande quantité de données (p. ex. données massives*). L'exploration de données permet notamment de déduire des informations qui aideront à prendre des décisions commerciales.

Spécialistes en TIC

Les spécialistes en technologies de l'information et des communications (TIC) ont la responsabilité de concevoir, développer, installer, opérer, soutenir, entretenir, gérer et évaluer les systèmes TIC; les activités TIC constituent leur principale occupation.

Section 1 Utilisation de l'ordinateur

1 Votre entreprise utilise-t-elle :

L'ordinateur du propriétaire ou d'un employé doit être inclus, s'il a été payé par l'entreprise ou s'il est utilisé pour les besoins de l'entreprise.

- | | Oui | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) un ordinateur (p. ex. de bureau ou portable) ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) un téléphone intelligent*, une tablette numérique* ou un autre type d'appareil portable ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

► Si vous avez répondu « Non » à la question 1a et 1b, passez à la question 61. Sinon, poursuivez à la question 2.

2 Quel pourcentage des employés de votre entreprise, incluant les cadres, utilise au moins une fois par semaine un ordinateur ?

L'utilisation peut se faire dans les locaux de l'entreprise ou ailleurs, mais doit se référer à des fins de travail.

Veillez considérer toutes les catégories d'emploi.

_____ %

Section 2 Accès à Internet

3 Votre entreprise a-t-elle une connexion à Internet ?

Veillez inclure les connexions fixes et les connexions mobiles (via les réseaux de téléphonie mobile).

La connexion personnelle du propriétaire ou d'un employé doit être incluse, si elle est en partie payée par l'entreprise ou si elle est utilisée pour les besoins de l'entreprise.

- | | | |
|--|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Oui | → | Veillez poursuivre à la question 4 |
| <input type="checkbox"/> Non, mais le prévoit d'ici 12 mois | → | Veillez passer à la question 11 |
| <input type="checkbox"/> Non, et ne le prévoit pas d'ici 12 mois | → | Veillez passer à la question 11 |

4 Votre entreprise a-t-elle les types de connexion à Internet suivants ?

Veillez répondre par « Oui » ou par « Non » pour chacun des types de connexion.

- | | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Connexion fixe (y compris les connexions fixes sans fil) | | |
| a) Connexion DSL* via une ligne téléphonique (xDSL, ADSL, SDSL, VDSL2, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Connexion par câble (via un câblodistributeur) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Connexion par fibre optique jusqu'à l'entreprise | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Accès commuté sur une ligne téléphonique incluant les connexions RNIS* | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Autre connexion fixe à Internet (Satellite, Ethernet, Wimax, etc.), précisez : _____ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

La connexion mobile implique un contrat avec une compagnie de téléphonie mobile.

Connexion mobile (via les réseaux de téléphonie mobile)

- | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|
| f) Connexion haute vitesse mobile avec au moins une technologie 3G* (p. ex. LTE, HSPA) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|--|--------------------------|--------------------------|

► Si vous avez une connexion mobile uniquement (vous avez répondu « Oui » à la question 4f et « Non » aux questions 4a, 4b, 4c, 4d et 4e), passez à la question 8. Sinon, poursuivez à la question 5.

Vous pouvez trouver cette information sur votre contrat de service ou auprès de votre fournisseur. Sinon, répondez au meilleur de votre connaissance.

Ne vous fiez pas au test de vitesse offert sur Internet, la vitesse varie selon le moment du test.

5 Quelle est la vitesse de téléchargement maximale, selon votre contrat de service, de la connexion Internet la plus rapide de votre entreprise (en Mbit/s) ?

- Moins de 1,5 Mbit/s
- De 1,5 à moins de 5 Mbit/s
- De 5 à moins de 30 Mbit/s
- De 30 à moins de 100 Mbit/s
- 100 Mbit/s et plus → Veuillez passer à la question 8

6 Pour quelles raisons votre entreprise n'utilise-t-elle pas une connexion Internet plus rapide ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Pas de service plus rapide disponible dans notre région
- Qualité du service plus rapide insatisfaisante
- Coût trop élevé
- Pas besoin ou besoin limité
- Autre raison, précisez : _____

7 Votre entreprise a-t-elle l'intention de passer à une vitesse de connexion plus rapide au cours des 12 prochains mois ?

- Oui
- Non

500 Go correspond à une grosse utilisation d'Internet. Les entreprises qui font des utilisations simples d'Internet comme l'utilisation du courriel et la recherche sur Internet ne dépassent probablement pas 500 Go.

8 Les besoins mensuels de transfert de données de votre entreprise sont-ils supérieurs à 500 Go ?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

9 Votre entreprise a-t-elle besoin d'une capacité mensuelle de transfert de données importante pour envoyer des données sur Internet, par exemple pour transférer des fichiers volumineux, gérer le trafic d'un site Web, traiter des transactions en ligne, etc. ?

- Oui
- Non

L'utilisation peut se faire dans les locaux de l'entreprise ou ailleurs, mais doit se référer à des fins de travail.

10 Quel pourcentage des employés de votre entreprise, incluant les cadres, utilise au moins une fois par semaine Internet ?

Veuillez considérer toutes les catégories d'emploi.

_____ %

► Veuillez passer à la question 12.

11 Pour quelles raisons votre entreprise n'a-t-elle pas de connexion à Internet ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Pas de service Internet disponible dans notre région
- Qualité du service disponible insatisfaisante
- Coût trop élevé
- Pas de connaissances suffisantes pour utiliser Internet
- Pas besoin ou besoin limité
- Autre raison, précisez : _____

► Veuillez passer à la question 48.

Section 3 Accès mobile à Internet

12 Votre entreprise fournit-elle à certains de ses employés, incluant les cadres, des appareils portables avec une connexion mobile à Internet à des fins professionnelles ?

Veillez considérer les connexions via les réseaux de téléphonie mobile et non les connexions fixes sans fil (WiFi).

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 13
- Non → Veuillez passer à la question 15

13 Quel est le pourcentage des employés, incluant les cadres, qui disposent d'un appareil portable avec une connexion mobile à Internet fourni par votre entreprise ?

Veillez considérer toutes les catégories d'emploi.

_____ %

14 Pour quelles raisons votre entreprise fournit-elle des appareils portables avec une connexion mobile à Internet à certains de ses employés (incluant les cadres) ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Pour accéder à l'information disponible publiquement sur Internet
- Pour accéder au courrier électronique de l'entreprise
- Pour accéder à des documents de l'entreprise à des fins de consultation ou de modification
- Pour utiliser des applications logicielles dédiées, par exemple pour la gestion des achats ou des ventes
- Pour utiliser les applications mobiles développées spécialement pour votre entreprise
- Pour utiliser une application de géolocalisation (GPS)
- Pour que les employés (incluant les cadres) puissent être facilement rejoints
- Autre raison, précisez : _____

► Veuillez passer à la question 16.

15 Quels sont les obstacles qui limitent ou empêchent votre entreprise de fournir des appareils portables avec une connexion mobile à Internet à certains de ses employés (incluant les cadres)?

Cochez (✓) tous ceux qui s'appliquent

- Pas de service disponible à notre lieu de travail
- Qualité du service offert insatisfaisante
- Coût trop élevé
- Craintes à l'égard de la sécurité
- Pas besoin ou besoin limité
- Autre obstacle, précisez : _____

Section 4 Présence sur Internet

16 Votre entreprise est-elle présente sur le Web par le biais des moyens suivants ?

L'inscription à un annuaire en ligne (p. ex. Canada 411, Pages jaunes) n'est pas considérée comme une présence sur le Web.

	Oui	Non
a) Son propre site Web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Le site Web d'une autre organisation (p. ex. bannière, association industrielle ou régionale)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Les médias sociaux (p. ex. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

► Si vous avez répondu « Oui » à la question 16a, passez à la question 19.
Sinon, poursuivez à la question 17.

17 Votre entreprise a-t-elle l'intention de se doter de son propre site Web au cours des 12 prochains mois ?

- Oui → Veuillez passer à la question 22
- Non → Veuillez poursuivre à la question 18

18 Pour quelles raisons votre entreprise n'a-t-elle pas son propre site Web ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Manque de ressources financières pour développer ou entretenir un site Web
- Manque de personnel qualifié pour développer ou entretenir un site Web
- La présence sur les sites des autres organisations ou les médias sociaux est suffisante
- Pas besoin d'un site Web
- Autre raison, précisez : _____

► Veuillez passer à la question 22.

19 Trouve-t-on les informations ou les fonctionnalités suivantes sur le site Web de votre entreprise ?

	Oui	Non
a) Des renseignements sur les biens ou les services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La commande ou la réservation en ligne sans livraison	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) La commande en ligne avec livraison	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Le paiement en ligne sécurisé (via une page HTTPS)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Un contenu personnalisé pour les clients réguliers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Un affichage des offres d'emploi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Des outils interactifs (p. ex. forums de discussion, blogues)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Le clavardage (p. ex. service à la clientèle en direct, assistance technique en direct)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20 Votre entreprise a-t-elle un site Web mobile, adapté à l'utilisation d'un appareil mobile ?

Un site Web mobile est une version optimisée d'un site Web normal pour les téléphones intelligents et les tablettes numériques.

- Oui
 Non, mais le prévoit d'ici 12 mois
 Non, et ne le prévoit pas d'ici 12 mois

21 Votre entreprise a-t-elle développé ou fait développer une application Web mobile ?

Une application Web mobile est un petit logiciel téléchargeable sur un téléphone intelligent ou une tablette numérique.

- Oui
 Non, mais le prévoit d'ici 12 mois
 Non, et ne le prévoit pas d'ici 12 mois

22 Votre entreprise utilise-t-elle les médias sociaux (p. ex. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram) pour les activités suivantes ?

	Oui	Non
a) Se faire connaître, via sa propre page ou son propre compte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Échanger avec la clientèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Placer des publicités	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Rechercher de l'information (p. ex. concernant une recrue potentielle, un concurrent)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Vendre ses biens et services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Diffuser de l'information (p. ex. activités, événements, promotions ou nouvelles de l'entreprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Communiquer avec les employés (échanges à l'intérieur de l'entreprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Recruter du personnel (p. ex. affichage d'offres d'emploi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Autre activité, précisez : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Section 5 Commerce électronique

- **RAPPEL:** Cette enquête porte sur la situation du Québec; veuillez ne tenir compte que de la portion de votre entreprise qui se situe au Québec pour répondre. Si votre entreprise a des établissements dans une autre province que le Québec et que vous n'êtes pas en mesure de fournir les pourcentages demandés pour la portion de votre entreprise qui se situe au Québec, veuillez déclarer ces pourcentages pour l'ensemble du Canada.

VENTES EN LIGNE

23 Votre entreprise reçoit-elle des commandes de biens ou services par Internet, excluant les commandes reçues via le courriel conventionnel ?

Veuillez inclure les commandes reçues via le site Web de votre entreprise, les sites Web d'autres entreprises ou organisations, les médias sociaux ou d'autres plateformes.

Les commandes peuvent avoir été payées ou non en ligne.

Les demandes de soumission doivent être incluses uniquement si l'engagement de la vente s'est effectué sur Internet.

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 24
- Non, mais le prévoit d'ici 12 mois → Veuillez passer à la question 32
- Non, et ne le prévoit pas d'ici 12 mois → Veuillez passer à la question 31

24 En 2019, quel pourcentage du chiffre d'affaires de votre entreprise provenait des commandes reçues par Internet ?

_____ %

25 En 2019, quel pourcentage de la valeur des commandes reçues par Internet de votre entreprise provenait des plateformes suivantes ?

- | | |
|---|-------------|
| a) Le site Web de votre entreprise | _____ % |
| b) Le site Web d'une autre organisation
(p. ex. Booking, Amazon, Bonjour Québec, Tuango) | _____ % |
| c) Les médias sociaux | _____ % |
| d) Autres plateformes (p. ex. applications mobiles) | _____ % |
| ▼ | ▼ |
| TOTAL | _____ 100 % |

26 En 2019, quel pourcentage de la valeur des commandes reçues par Internet de votre entreprise provenait des marchés géographiques suivants ?

- | | |
|-----------------------|-------------|
| a) Québec | _____ % |
| b) Ailleurs au Canada | _____ % |
| c) États-Unis | _____ % |
| d) Autres pays | _____ % |
| ▼ | ▼ |
| TOTAL | _____ 100 % |

27 En 2019, quel pourcentage de la valeur des commandes reçues par Internet de votre entreprise provenait des types de consommateurs suivants ?

- a) Individus | | | %
- b) Entreprises | | | %
- c) Gouvernements et autres organisations | | | %
- ▼
- TOTAL | | | 100 %

28 Votre entreprise vend-elle des produits numériques téléchargeables ou accessibles en ligne (p. ex. des documents, de la musique, des vidéos, des logiciels) ?

- Oui → Si oui, veuillez identifier tous les types de produits numériques téléchargeables ou accessibles en ligne vendus par votre entreprise.
 - Documents (p. ex. dans les formats PDF, XLSX, EPUB, DWG)
 - Fichiers audio (p. ex. dans les formats MP3, AAC, WAV, FLAC, ALAC)
 - Vidéos et images (p. ex. dans les formats JPEG, MPEG, AVI)
 - Logiciels ou applications, excluant les jeux vidéo
 - Jeux vidéo
 - Autre type de produits numériques, précisez : | | |
- Non

29 En 2019, quel pourcentage de la valeur des commandes reçues par Internet de votre entreprise provenait des types de produits suivants ?

- a) Biens (p. ex. des marchandises) | | | %
- b) Services (p. ex. hébergement, transport, professionnels) | | | %
- c) Produits numériques téléchargeables ou accessibles en ligne | | | %
- ▼
- TOTAL | | | 100 %

30 Quels bénéfices votre entreprise réalise-t-elle en vendant par Internet ?

- Cochez (✓) tous ceux qui s'appliquent
- Réduction des coûts
 - Augmentation du nombre de clients
 - Élargissement géographique de la clientèle
 - Réduction du temps de commercialisation
 - Accroissement des ventes
 - Meilleure coordination avec les fournisseurs, les clients ou les partenaires
 - Meilleure visibilité pour l'entreprise
 - Autre bénéfice, précisez : | | |
 - Aucun bénéfice

► Veuillez passer à la question 32.

31 Pour quelles raisons votre entreprise ne permet-elle pas la vente de ses biens et services par Internet ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Biens et services ne se prêtent pas à la vente par Internet
- Peu de clients intéressés par la commande sur Internet
- Craintes à l'égard de la sécurité
- Manque d'expertise ou d'argent pour développer ou entretenir la solution technologique
- Peu ou pas d'intérêt
- La vente des biens et services est faite par une autre entreprise ou organisation
- Autre raison, précisez : _____

ACHATS EN LIGNE

32 Votre entreprise commande-t-elle des biens ou des services par Internet, excluant les commandes passées via le courriel conventionnel ?

Les commandes peuvent avoir été payées ou non en ligne.

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 33
- Non → Veuillez passer à la question 34

33 En 2019, quel pourcentage du montant total des achats de biens et services de votre entreprise provenait des commandes passées sur Internet ?

- Moins de 1%
- 1 % à moins de 10%
- 10% à moins de 25%
- 25 % à moins de 50%
- 50 % à moins de 75 %
- 75 % et plus

Section 6 Utilisation des services gouvernementaux en ligne

34 Votre entreprise utilise-t-elle les services en ligne des ministères et organismes du gouvernement du Québec pour les activités suivantes ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Rechercher de l'information (p. ex. coordonnées, documents)
- Remplir et retourner des formulaires en ligne
- Contacter les ministères ou organismes du gouvernement
- Effectuer des paiements en ligne à des ministères ou des organismes du gouvernement
- Utiliser un dossier gouvernemental (p. ex. Mon dossier pour les entreprises, clicSÉQR)
- Participer à un appel d'offres du gouvernement
- Aucune utilisation → Veuillez passer à la question 36

35 Pour quelles raisons votre entreprise utilise-t-elle les services en ligne des ministères et organismes du gouvernement du Québec ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Délais de traitement et de réponse plus rapides
- Facilité d'utilisation
- Flexibilité de l'utilisation (p.ex. accès en tout temps)
- Économie de temps (p. ex. de déplacement)
- L'utilisation de certains services en ligne est obligatoire
- Autre raison, précisez : _____

► Veuillez passer à la question 37.

36 Pour quelles raisons votre entreprise n'utilise-t-elle pas les services en ligne des ministères et organismes du gouvernement du Québec ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Complexité des services en ligne
- Craintes à l'égard de la sécurité des renseignements de l'entreprise
- Pas de connaissances suffisantes pour utiliser les services gouvernementaux en ligne
- Délais de traitement et de réponse insatisfaisants
- Pas besoin ou besoin limité
- Autre raison, précisez : _____

Section 7 Utilisation de technologies

37 Votre entreprise utilise-t-elle les technologies suivantes ?

Au besoin, référez-vous aux définitions au début du questionnaire.

	Oui	Non
Outils de communication et de travail collaboratif		
a) Intranet (un site Web dont l'accès est réservé aux employés)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Extranet (un site Web ou une partie d'un site Web dont l'accès est réservé à des partenaires)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Cyberconférence/vidéoconférence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logiciels et progiciels		
d) Logiciels libres* (p. ex. Linux, Open Office)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Progiciels de gestion intégrés* (p. ex. ERP, GED, logiciels de gestion de projets)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Logiciels de conception (p. ex. PLM, CAO/DAO, 2D/3D, BIM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Logiciels de production (p. ex. MRP, MES, robotique*, imprimante 3D*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Logiciels de logistique et de traçabilité* (p. ex. RFID, NFC)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Logiciels de gestion des relations avec les clients* (CRM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Applications et technologies avancées		
j) Impression 3D*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Robotique*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Applications analytiques* (p. ex. pour analyser les données massives*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Apprentissage automatique (<i>machine learning</i>)*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Internet des objets* (p. ex. compteurs intelligents, suivi à distance)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

38 Votre entreprise utilise-t-elle l'infonuagique* (*cloud computing*) ?

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 39
- Non, mais le prévoit d'ici 12 mois → Veuillez passer à la question 41
- Non, et ne le prévoit pas d'ici 12 mois → Veuillez passer à la question 41

39 Votre entreprise utilise-t-elle les services d'infonuagique* suivants ?

	Oui	Non
a) Courriel sur le Web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Outils logiciels pour le bureau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Applications logicielles pour la finance ou la comptabilité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Logiciels de gestion des relations avec les clients* (CRM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Stockage de données	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Infrastructure (p. ex. réseaux, serveurs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

40 Votre entreprise utilise-t-elle :

	Oui	Non
a) des services d'infonuagique* loués à un fournisseur externe ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) son propre centre de données pour stocker les services auxquels elle accède via l'infonuagique* ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) des services d'infonuagique* gratuits (p. ex. courriel sur le Web) ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

41 Votre entreprise applique-t-elle actuellement l'une ou l'autre des mesures de sécurité informatique suivantes ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Logiciel antivirus ou antiespionnage
- Pare-feu
- Filtre antipourriel (pour éviter les courriels pouvant menacer la sécurité informatique)
- Logiciel de filtrage de contenu Web (p. ex. Websense)
- Logiciel ou matériel d'authentification pour les utilisateurs internes ou externes
- Serveurs Web sécurisés (p. ex. protocole SSL, HTTPS)
- Copies de sauvegarde (*back-up*) des données essentielles aux activités de l'entreprise
- Plan de continuité d'activités informatiques en cas de sinistre
- Autre mesure, précisez : _____
- Aucune mesure de sécurité informatique mise en place

Section 8 Renseignements sur les clients

42 En 2019, votre entreprise a-t-elle obtenu ou recueilli des renseignements sur ses clients ?

Veillez inclure les cas où les renseignements ont été obtenus ou recueillis par une autre entreprise ou organisation.

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 43
- Non → Veuillez passer à la question 47

43 À partir de quelles sources votre entreprise a-t-elle obtenu ou recueilli des renseignements sur ses clients ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Directement auprès des clients
- Exploration de données* (*data mining*)
- Autre entreprise ou organisation sous contrat
- Programme de fidélisation ou de récompense
- Autre source, précisez : _____

44 Votre entreprise stocke-t-elle électroniquement des renseignements sur ses clients ?

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 45
- Non → Veuillez passer à la question 46

45 À quel endroit se trouvent les serveurs sur lesquels les renseignements sont stockés ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Au Québec
- Ailleurs au Canada
- À l'extérieur du Canada
- Ne sait pas

46 Quelles méthodes votre entreprise a-t-elle utilisées pour protéger les renseignements des clients qu'elle avait recueillis ou stockés électroniquement en 2019 ?

Cochez (✓) toutes celles qui s'appliquent

- Stockage de données hors ligne
- Accès aux données restreint à certains employés
- Chiffrement des données
- Protection par une autre entreprise ou organisation
- Autre méthode, précisez : _____
- Aucune méthode utilisée

Section 9 Partage automatique de l'information

47 Votre entreprise partage-t-elle électroniquement de l'information dans un format standardisé avec les partenaires suivants ?

L'information peut être transmise via un site Web ou d'autre méthode de transfert électronique de données, mais exclut les messages transmis via le courriel conventionnel.

	Oui	Non
a) Clients (p. ex. factures, inventaires)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Fournisseurs (p. ex. factures, inventaires)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Institutions financières (p. ex. opérations de paiement)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Administrations fédérale et provinciale (p. ex. déclaration d'impôt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

48 Lorsque votre entreprise reçoit des commandes (par voie électronique ou non), l'information pertinente est-elle partagée automatiquement en format électronique avec les fonctions suivantes de l'entreprise ?

	Oui	Non
a) La gestion des inventaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La comptabilité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) La gestion de la production	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) La gestion de la distribution	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

49 Lorsque votre entreprise commande des biens et services (par voie électronique ou non), l'information pertinente est-elle partagée automatiquement en format électronique avec les fonctions suivantes de l'entreprise ?

	Oui	Non
a) La gestion des inventaires	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La comptabilité	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Section 10 Investissements dans les technologies de l'information et des communications (TIC)

Veuillez inclure le matériel informatique, les logiciels (licences, logiciels acquis, personnalisés ou développés à l'interne, etc.) et les autres équipements TIC. Veuillez ne pas considérer les dépenses courantes telles que les frais de réparation et d'entretien et les coûts des salaires.

50 En 2019, votre entreprise a-t-elle effectué des dépenses pour l'acquisition ou le développement de technologies de l'information et des communications (TIC) ?

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 51
 Non → Veuillez passer à la question 52

51 En 2019, quel pourcentage des dépenses totales de votre entreprise a été alloué à l'acquisition ou au développement de technologies de l'information et des communications (TIC) ?

_____ % des dépenses totales

52 Votre entreprise a-t-elle recours aux ressources suivantes pour le développement ou la gestion de ses technologies de l'information et des communications (p. ex. l'infrastructure technologique, les serveurs, le site Web, la sécurité informatique, les applications logicielles) ?

	Oui	Non
a) Employés ou cadres spécialistes en TIC* (incluant ceux travaillant dans un autre établissement de votre entreprise)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Autres catégories d'employés ou de cadres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ressources externes, pour des services-conseils	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ressources externes, pour le développement de TIC	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Ressources externes, pour l'impartition de certains services TIC (p. ex. services d'hébergement Web)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Autre ressource, précisez : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

53 En 2019, votre entreprise a-t-elle embauché ou tenté d'embaucher des employés spécialistes en technologies de l'information et des communications (TIC) ?

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 54
 Non → Veuillez passer à la question 55

54 En 2019, votre entreprise a-t-elle rencontré des difficultés pour embaucher des employés spécialistes en technologies de l'information et des communications (TIC) ?

- Oui
 Non

55 En 2019, votre entreprise a-t-elle offert de la formation pour développer ou améliorer les compétences liées aux technologies de l'information et des communications (TIC) des types d'employés suivants ?

- | | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| a) Employés ou cadres spécialistes en TIC*
(cochez non si votre entreprise n'emploie pas de spécialistes en TIC) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Autres catégories d'employés ou de cadres | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

► Si vous avez répondu « Non » aux questions 55a et 55b, passez à la question 57. Sinon, poursuivez à la question 56.

56 En 2019, quel pourcentage des employés de votre entreprise, incluant les cadres, ont reçu de la formation pour développer ou améliorer leurs compétences liées aux technologies de l'information et des communications (TIC) ?

Veillez considérer toutes les catégories d'emploi.

_____ %

57 Votre entreprise a-t-elle l'intention d'offrir de la formation pour développer ou améliorer les compétences liées aux technologies de l'information et des communications (TIC) des types d'employés suivants au cours des 12 prochains mois ?

- | | Oui | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) Employés ou cadres spécialistes en TIC* (cochez non si votre entreprise n'emploie pas de spécialistes en TIC) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Autres catégories d'employés ou de cadres | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

58 Par quels moyens votre entreprise favorise-t-elle l'adoption des nouvelles technologies de l'information et des communications (TIC) par ses employés ?

Cochez (✓) tous ceux qui s'appliquent

- Plan de diffusion pour informer les employés
- Formation des employés (veuillez inclure la formation donnée par les pairs, l'autoformation, etc.)
- Redéfinition des rôles et des tâches
- Autre moyen, précisez : _____
- Aucun moyen utilisé

59 a) Votre entreprise a-t-elle adopté une technologie de l'information et des communications (TIC) qui a transformé ses processus d'affaires au cours des dernières années?

- Oui → Veuillez poursuivre à la question 59b.
- Non → Veuillez passer à la question 60

b) Quelle est cette technologie?

Section 11 Effets de la pandémie de COVID-19

60 En raison de la pandémie de COVID-19, votre entreprise a-t-elle apporté les changements suivants ?

Veillez répondre par « Oui » ou par « Non » pour chacun des types de changement.

Au Québec, les mesures de confinement et de distanciation destinées à lutter contre la propagation de la COVID-19 ont été imposées à la suite de la déclaration de l'état d'urgence sanitaire le 13 mars 2020.

	Oui	Non
Communications		
a) Introduire l'utilisation d'outils ou de logiciels pour communiquer virtuellement à l'interne ou avec l'externe (p. ex. avec les clients ou les fournisseurs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Augmenter l'utilisation des communications virtuelles à l'interne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Augmenter l'utilisation des communications virtuelles avec l'externe (p. ex. avec les clients ou les fournisseurs)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Organisation du travail		
d) Introduire le télétravail ou le travail à distance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Offrir à plus d'employés la possibilité de faire du télétravail ou de travailler à distance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Faire des investissements pour améliorer la sécurité des systèmes de télétravail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Automatiser certaines tâches (p. ex. en utilisant la robotique* ou des applications analytiques*)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ventes en ligne		
h) Introduire la vente en ligne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Augmenter la capacité de vente en ligne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Médias sociaux		
j) Augmenter l'utilisation des médias sociaux pour vendre ses biens et services	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Augmenter l'utilisation des médias sociaux pour échanger avec la clientèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre changement		
l) Autre changement, précisez : _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Section 12 Renseignements généraux sur l'entreprise

- **RAPPEL:** Veuillez estimer ces données pour la portion de votre entreprise qui se situe au Québec.
Tous les renseignements recueillis seront gardés strictement confidentiels et ne seront utilisés qu'à des fins statistiques.

61 Veuillez fournir une approximation du chiffre d'affaires (ventes totales) pour le dernier exercice financier complet de votre entreprise.

_____ \$

62 Quel pourcentage du chiffre d'affaires déclaré à la question 61 provenait des marchés géographiques suivants ?

Si votre entreprise se situe proche d'une frontière et que vous n'êtes pas en mesure de répartir le chiffre d'affaires selon la provenance de la clientèle, veuillez indiquer 100 % au Québec.

a) Québec	_____	%
b) Ailleurs au Canada	_____	%
c) États-Unis	_____	%
d) Autres pays	_____	%
▼	▼	
TOTAL	_____	100 %

63 Votre entreprise est-elle :

	Oui	Non
a) une filiale d'une autre entreprise ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) un franchisé, une bannière ou un réseau d'enseigne ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) principalement un sous-traitant pour d'autres entreprises ou organisations ?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

64 Veuillez estimer le pourcentage d'employés de votre entreprise qui ont les types de diplômes suivants.

Le diplôme n'a pas besoin d'être directement lié à l'emploi.

a) Diplôme universitaire	_____	%
b) Diplôme d'études collégiales ou une attestation d'études collégiales, sans diplôme universitaire	_____	%

Section 13 Autres renseignements

- ▶ Les renseignements suivants permettront à Statistique Québec de combiner les renseignements fournis dans le cadre de cette enquête avec ceux provenant d'autres enquêtes ou de données administratives. Les renseignements ainsi regroupés seront gardés strictement confidentiels et ne seront utilisés qu'à des fins statistiques.

Il s'agit du numéro composé de 10 chiffres (commençant par 1, 2 ou 3) qui est attribué à votre entreprise par le Registraire des entreprises du Québec. Il permet notamment de vous identifier auprès de Revenu Québec.

65 Quel est votre numéro d'entreprise du Québec (NEQ) ?

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Il s'agit des neuf premiers chiffres de votre numéro de TPS, précédant les lettres « RT ». Cette information devrait se trouver sur vos factures.

66 Quel est votre numéro d'entreprise de l'Agence du revenu du Canada (ARC) ?

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Commentaires

Nous vous invitons à noter vos commentaires dans l'espace prévu ci-dessous. Soyez assuré que nous passons en revue tous les commentaires reçus dans le but d'améliorer l'enquête.

POUR INFORMATION SEULEMENT

Statistique Québec vous remercie d'avoir collaboré à cette enquête.

« La statistique au
service de la société :
la référence au Québec »