

Innovation 2015-2017 : Positionnement et préférence des entreprises québécoises sur les marchés

Résultats de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise de 2017

Diffusions récentes

- Bulletin STI en bref sur la demande de financement externe par les PME du Québec en 2017, septembre 2019
- *Enquête sur le financement et la croissance des PME 2017. Méthodologie de l'enquête et caractéristiques de la population visée*, 2019

À venir

- Parution de l'édition 2019 du *Compendium d'indicateurs de l'activité scientifique et technologique au Québec*, au printemps 2020
- Parution de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires, édition 2018*. La diffusion des tableaux de résultats et du *Cahier technique et méthodologique* est prévue à l'hiver 2020
- La mise à jour des tableaux sur la recherche et le développement (RD) est prévue à l'hiver 2020
- Mise à jour prochaine des tableaux sur la naissance, survie et décès des entreprises au Québec (selon l'industrie et la taille), 2016
- Mise à jour prochaine des tableaux sur la croissance des nouvelles des entreprises au Québec (selon le revenu brut et selon l'effectif), 2016
- Parution d'un Bulletin STI en bref – *Le financement des PME au Québec selon leur taille : comparaison entre 2017 et 2014*

Points saillants

Entre 2015 et 2017, 80,6 % des entreprises québécoises de 20 employés et plus ont innové en introduisant au moins une nouveauté au sein de leur entreprise.

- Ce résultat place le Québec légèrement en tête du palmarès canadien, et l'écart entre les entreprises québécoises et les entreprises ontariennes en matière d'innovation se voit ainsi comblé.
- Comparativement à la période 2010-2012, l'innovation dans les entreprises québécoises a bondi de près de 20 points de pourcentage à la période 2015-2017.

Près de 83,0 % des entreprises québécoises de 20 employés et plus sont actives principalement dans des marchés locaux. Le reste du Canada représente un peu plus de 7,0 % des marchés géographiques principaux, tandis que le reste du monde (les États-Unis d'Amérique y compris) représente 10,1 %.

Selon les réponses obtenues auprès des entreprises québécoises, le taux d'innovation varie selon la taille du marché géographique principal.

- 78,8 % des entreprises surtout actives localement ont innové sur la période observée, alors que 92,4 % de celles qui sont présentes principalement à l'extérieur du Canada l'ont fait.
- La concurrence plus forte à l'international peut expliquer cette variation ; en effet, 38,5 %¹ des entreprises exerçant principalement leurs activités à l'extérieur du Canada (reste du monde) ont mentionné avoir plus de 11 concurrents directs, tandis que 32,4 % des entreprises surtout actives localement et 27,4 % des entreprises dont le marché géographique principal est le reste du Canada ont indiqué la même chose.

L'innovation organisationnelle reste la plus fréquente au sein des entreprises québécoises. De fait, 64,9 % des entreprises ont déclaré avoir introduit une innovation organisationnelle entre 2015 et 2017. Les trois autres types d'innovation, qui touchent le marketing, les procédés et les produits, ont été introduits respectivement par 58,0 %, 54,1 % et 50,3 % des entreprises québécoises.

L'industrie des services professionnels, scientifiques et techniques est celle qui affiche le taux d'innovation le plus élevé au Québec (89,3 %), suivie de près par l'industrie de la fabrication (86,6 %).

1. Ce pourcentage monte à 50,3 % si uniquement les entreprises québécoises exerçant principalement leurs activités à l'extérieur du Canada et des États-Unis sont prises en compte.

Innovation 2015-2017 : Positionnement et préférence des entreprises québécoises sur les marchés

Résultats de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise de 2017

par Gabriel Lévesque-Lessard

Portrait de l'innovation au Québec et au Canada

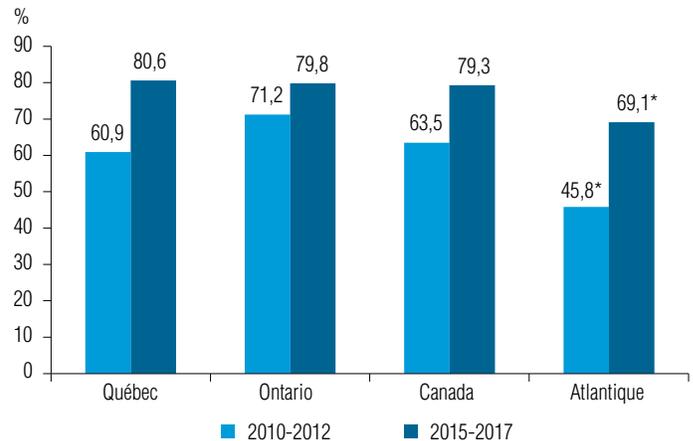
Bond de l'innovation au Québec entre 2012 et 2017

Selon les résultats de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise² de 2017, au Québec, 80,6 % des entreprises de 20 employés et plus ont innové³ entre 2015 et 2017, ce qui place la province légèrement en tête du palmarès canadien, bien que l'Ontario (79,8 %) et l'ensemble du Canada (79,3 %) affichent sensiblement les mêmes proportions que le Québec⁴ (figure 1). La région de l'Atlantique, qui comprend Terre-Neuve-et-Labrador, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse et le Nouveau-Brunswick, affiche quant à elle une proportion d'entreprises innovatrices moins élevée (69,1 %).

En comparaison, l'édition 2012 de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise mettait en évidence un taux d'innovation plus faible dans l'ensemble du Canada. Alors que le Québec (60,9 %) se situait légèrement sous la moyenne canadienne (63,5 %), l'Ontario était en tête avec un taux d'innovation de 71,2 %. Ces taux d'innovation plus faibles entre 2010 et 2012⁵ peuvent être une conséquence de la crise économique et financière de 2008. En effet, cet événement a engendré une contraction des dépenses en recherche et développement (RD), lesquelles sont essentielles à l'innovation dans le secteur privé. Selon plusieurs études⁶, le caractère procyclique des dépenses en RD incite les entreprises à réduire ces dernières lorsqu'elles sont confrontées à un resserrement du crédit et à une baisse de la demande. Il n'est donc pas surprenant que la proportion d'entreprises innovantes soit plus faible entre 2010 et 2012. Ainsi, étant donné les différentes conjonctures économiques qui affectent les entreprises, il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare les résultats entre les deux enquêtes. Cependant, le bond du taux d'innovation observé entre les deux éditions de l'enquête au Québec (+ 19,7 points de pourcentage) et dans la région de l'Atlantique (+ 23,3 points) dépasse celui noté pour l'ensemble du Canada (+ 15,8 points), tandis que l'écart est plus modeste pour l'Ontario (+ 8,6 points).

Figure 1

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012 et entre 2015 et 2017, Québec, autres régions et Canada



* Indique que le taux est significativement différent des taux des autres régions pour une période donnée.

Source : Statistique Canada, Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012 et 2017.

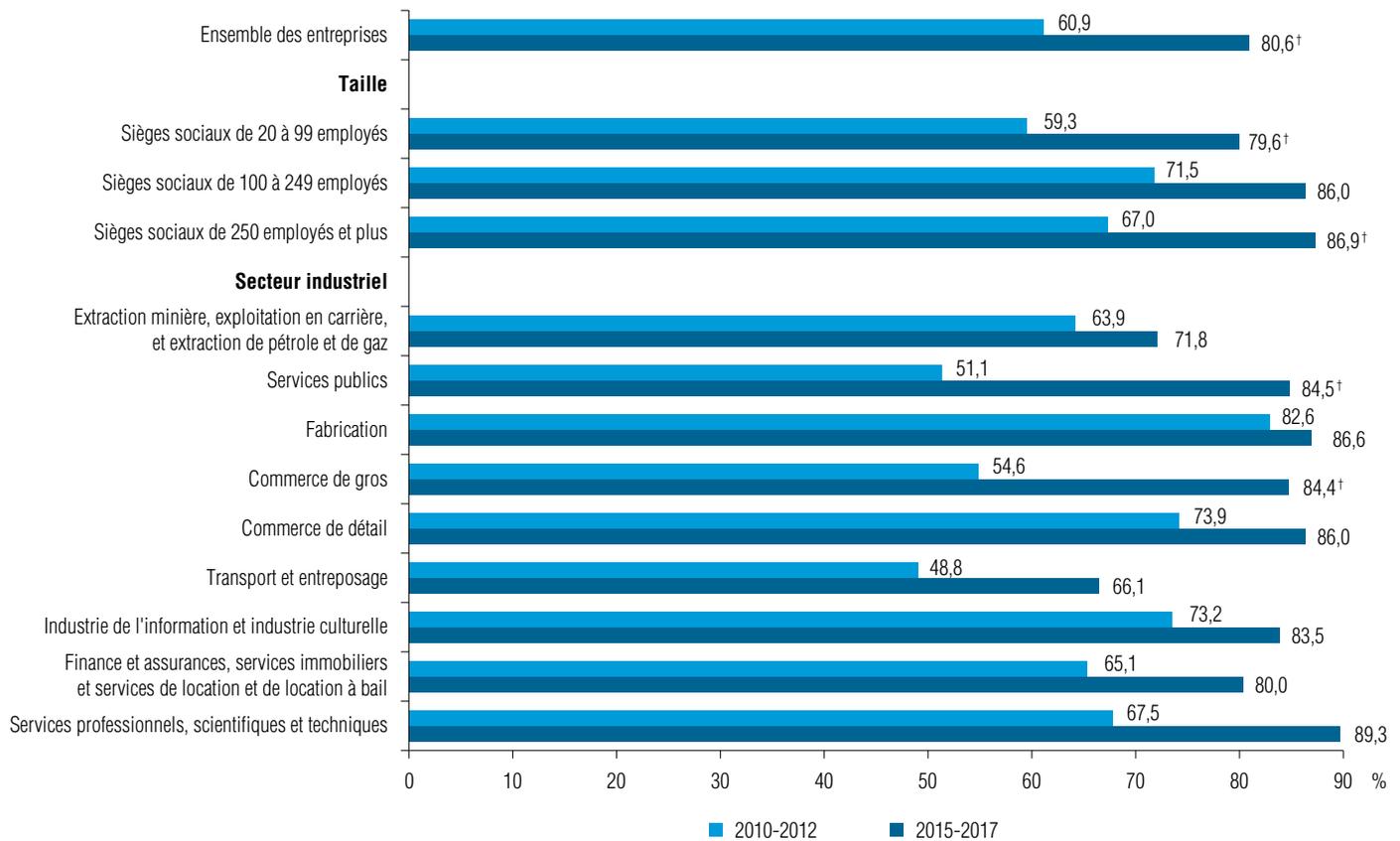
Étant donné que les données pour les autres provinces et territoires (Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Colombie-Britannique, Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut) n'ont pas été comptabilisées de la même façon entre les deux éditions de l'enquête, nous ne ferons pas de comparaison entre ceux-ci et le reste du Canada. Notons toutefois que ces données sont incluses dans la comptabilisation du taux d'innovation pour l'ensemble du Canada.

Pour toutes les industries du Québec, la dernière édition de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise met en évidence des taux d'innovation plus élevés que ceux qui sont ressortis de l'édition 2012 (figure 2). L'industrie des services publics, dans laquelle 84,5 % des entreprises ont innové, présente l'écart le plus élevé entre les deux éditions (+ 33,4 points), suivie par l'industrie du commerce de gros (84,4 % ; + 29,8 points). À l'inverse, entre

2. Le questionnaire de l'enquête s'appuie sur la troisième édition du *Manuel d'Oslo : Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, publiée en 2005 par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).
3. Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures. Cette nouveauté peut être déjà existante dans l'un des marchés de l'entreprise ou non.
4. Voir la note méthodologique dans l'encadré à la fin du bulletin.
5. Période de référence de l'enquête de 2012.
6. Voir le bulletin [S@voir.stat](#) de décembre 2011 pour en savoir plus sur le lien entre le PIB et les dépenses en R-D.

Figure 2

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2015 et 2017 et entre 2010 et 2012, industries sélectionnées et tailles d'entreprise, Québec



† Indique que la proportion d'entreprises en 2017 est significativement différente de celle en 2012.
 Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2012 et 2017.

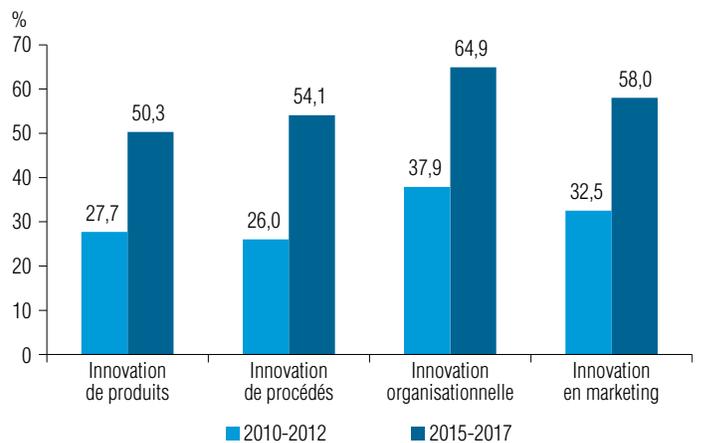
les deux éditions, le taux d'innovation est resté relativement stable dans l'industrie de la fabrication (86,6 % ; + 4,0 points). Bien qu'elle soit celle qui affiche le taux d'innovation le plus faible pour les deux éditions de l'enquête (66,1 % pour l'enquête de 2017 et 48,8 % pour celle de 2012), l'industrie du transport et de l'entreposage présente un écart se situant au même niveau que l'écart moyen noté pour l'ensemble des entreprises (+ 17,3 points).

L'innovation organisationnelle demeure la plus fréquente

Selon la troisième édition du *Manuel d'Oslo*, il existe quatre types d'innovation regroupés en deux grandes catégories. Il y a l'innovation technologique, qui englobe l'innovation de produits et de procédés, et l'innovation non technologique, qui regroupe l'innovation organisationnelle et l'innovation en marketing.

L'innovation organisationnelle (64,9 %) est la plus fréquente parmi les entreprises du Québec entre 2015 et 2017 (figure 3). Les trois autres types d'innovation, qui touchent le marketing, les procédés et les produits, ont été introduits respectivement par 58,0 %, 54,1 % et 50,3 % des entreprises québécoises. Comparativement à ce qui a été observé lors de l'édition 2012 de l'enquête, la proportion

Figure 3
Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012 et entre 2015 et 2017 selon le type d'innovation, Québec



Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2012 et 2017.

d'entreprises québécoises ayant introduit une innovation est en croissance, quel que soit le type d'innovation. La proportion d'entreprises ayant introduit une innovation de procédés est celle affichant l'écart le plus important entre les deux éditions de l'enquête (+ 28,1 points), suivie de près par la proportion de celles ayant introduit une innovation organisationnelle (+ 27,0 points).

Concurrence et marché géographique principal des entreprises québécoises

Une importante concurrence est observée dans les marchés géographiques principaux des entreprises québécoises

La négociation d'importants accords commerciaux, la diminution des coûts de transport et la révolution des technologies de l'information devraient inciter, dans les années à venir, de nombreuses entreprises québécoises à pénétrer de nouveaux marchés à l'étranger. Il s'avère ainsi pertinent d'analyser l'innovation dans les entreprises québécoises en fonction des marchés géographiques principaux où les activités économiques sont réalisées.

Dans le questionnaire de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise* de 2017, les répondants devaient déterminer, pour l'exercice de leur entreprise se terminant en 2017, lequel des quatre marchés géographiques proposés (marchés locaux, reste du Canada, États-Unis d'Amérique et reste du monde) générerait le plus haut pourcentage des ventes.

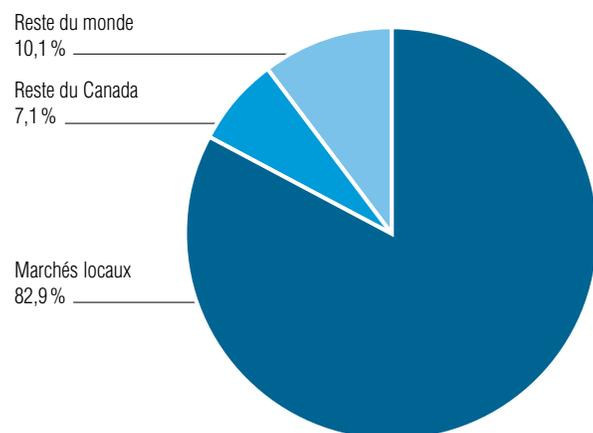
Ainsi, près de 83,0 % des entreprises québécoises de 20 employés et plus jugent que les marchés locaux représentent les lieux où leurs activités économiques sont majoritairement réalisées, alors que le reste du Canada et les États-Unis d'Amérique ne représentent

respectivement que 7,1 % et 7,7 % des marchés géographiques principaux. Le marché mondial reste peu exploité par les entreprises québécoises ; en effet, seulement 2,4 % d'entre elles sont principalement actives à l'extérieur de l'Amérique du Nord.

Aux fins de l'analyse qui suit, les États-Unis d'Amérique ont été intégrés au reste du monde.

Même si les marchés géographiques principaux des entreprises québécoises sont surtout les marchés locaux, celles-ci font toutes face à une concurrence généralement forte quel que soit leur marché géographique principal. La plupart estiment qu'elles sont en compétition directe avec au moins 11 autres entreprises. Pour les entreprises québécoises, la situation de monopole ou de duopole (absence de concurrence ou présence d'un seul concurrent) est quasi inexistante, peu importe le marché géographique principal dans lequel elles exercent leurs activités. En effet, ce type de situation touche 8,0 % de l'ensemble des entreprises québécoises (4,6 % sont en situation de monopole et 3,4 % en situation de duopole) ainsi que 7,8 % des entreprises dont le marché géographique principal est local et 6,1 % de celles exerçant leurs activités surtout à l'international. Un plus grand pourcentage d'entreprises québécoises actives principalement au Canada (12,8 %) sont en situation monopolistique ou forment un duopole. Pour l'ensemble des marchés, une cassure est observée dès qu'il y a quatre concurrents ou plus. À partir de ce point, la concurrence s'intensifie pour les entreprises.

Figure 4
Principaux marchés géographiques des entreprises, Québec, 2017

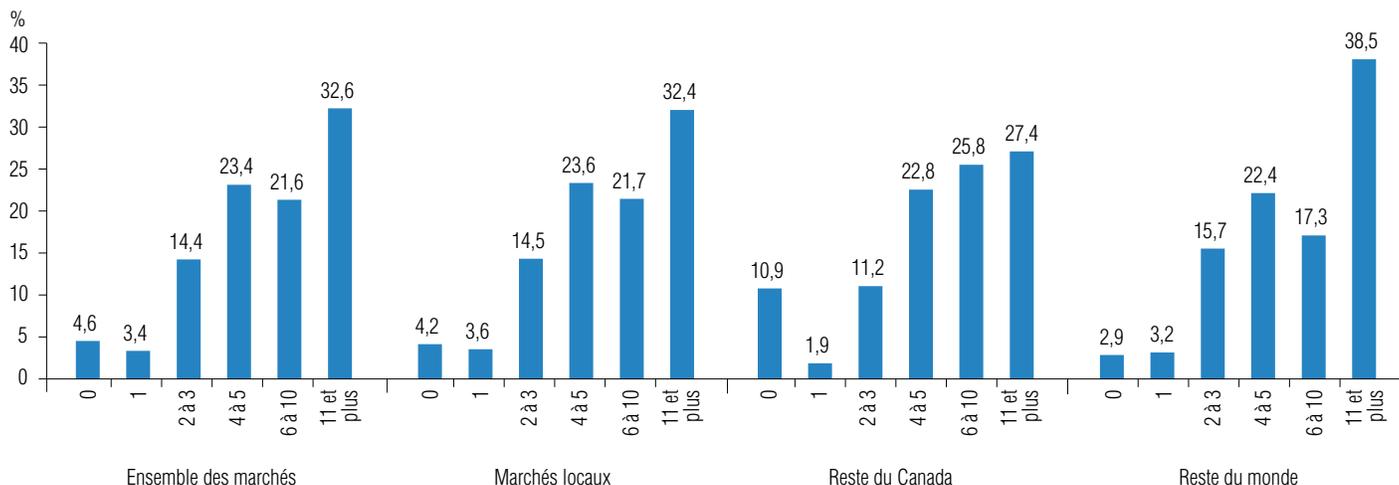


Note : Les États-Unis d'Amérique ont été intégrés au reste du monde.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

Figure 5

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2015 et 2017 selon le nombre de concurrents et le marché géographique principal, Québec



Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

L'innovation en fonction des marchés géographiques principaux et des industries

Le taux d'innovation des entreprises québécoises varie selon la taille du marché géographique principal

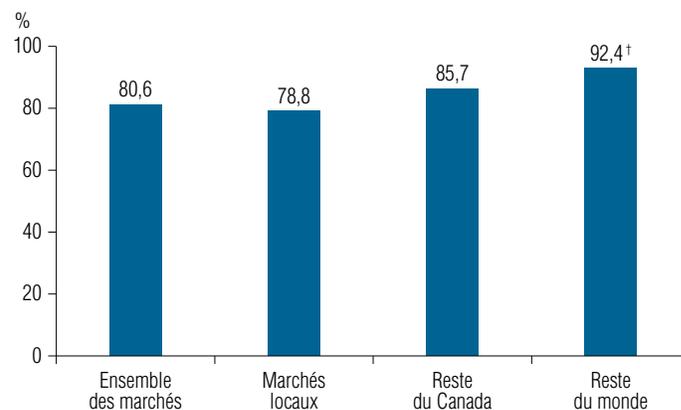
Selon les réponses obtenues auprès des entreprises québécoises, le taux d'innovation varie selon la taille du marché géographique principal. Ainsi, 92,4 % des entreprises dont le marché principal est à l'extérieur du Canada (« le reste du monde ») ont innové entre 2015 et 2017, tandis que c'est le cas pour 78,8 % des entreprises québécoises principalement actives localement (figure 6). La concurrence plus forte à l'international peut expliquer en partie cette différence; en effet, 38,5 % des entreprises qui exercent leurs activités principalement à l'extérieur de l'Amérique du Nord ont plus de 11 concurrents directs, alors que c'est le cas pour 32,4 % des entreprises principalement actives localement et pour 27,4 % des entreprises qui sont surtout présentes dans le reste du Canada (figure 5).

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques affiche le taux d'innovation le plus élevé au Québec

Comme la plupart des phénomènes industriels, l'innovation varie selon le secteur d'activité. Pour l'ensemble des marchés, les entreprises de l'industrie des services professionnels, scientifiques et techniques ainsi que de celle de la fabrication affichent des taux d'innovation élevés. Ces taux, respectivement de 89,3 % et de 86,6 %, sont significativement plus élevés que la proportion totale d'entreprises québécoises ayant innové (80,6 %) (tableau 1). À

l'inverse, toujours pour l'ensemble des marchés, les entreprises de l'industrie des services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement se distinguent de celles des autres industries par un taux d'innovation significativement moins élevé entre 2015 et 2017 (64,2 %).

Figure 6
Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2015 et 2017 selon le marché géographique principal, Québec



† Indique que le taux pour le marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

Tableau 1

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation entre 2015 et 2017, selon le marché géographique principal, Québec

	Ensemble des marchés		Marchés locaux		Reste du Canada		Reste du monde	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble des entreprises	80,6	A	78,8	A	85,7	A	92,4[†]	A
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	79,6*	A	78,0*	A	84,8	A	91,9 [†]	A
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	86,0*	A	83,9	A	88,6	A	93,4	A
Sièges sociaux de 250 employés et plus	86,9*	A	83,5*	A	87,1	A	94,2 [†]	A
Secteur industriel								
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	68,9*	B	62,6*	C	x	x	x	x
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	71,8*	A	77,7	A	59,2	D	59,2*	C
Services publics	84,5	A	x	x	x	x	x	x
Construction	71,3	B	71,2	B	x	x
Fabrication	86,6*	A	84,9*	A	82,7	B	93,6	A
Commerce de gros	84,4	A	85,5*	A	83,2	B	81,0*	B
Commerce de détail	86,0	B	85,6	B	96,6	A	x	x
Transport et entreposage	66,1*	B	59,6*	B	96,9 [†]	A	96,6 [†]	A
Industrie de l'information et industrie culturelle	83,5	A	79,7	A	77,1	D	x	x
Finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail	80,0	A	79,7	A	87,4	B	71,4*	D
Services professionnels, scientifiques et techniques	89,3*	A	88,6*	A	73,6	E	94,1	A
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	64,2*	C	60,7*	C	x	x	x	x

* Indique que le taux est significativement différent de celui pour l'ensemble des entreprises du marché géographique concerné.

† Indique que le taux pour un marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

x Indique que la donnée est confidentielle.

.. Indique que la donnée est non disponible.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

Plus le marché géographique principal est vaste, plus le taux d'innovation est élevé

La catégorisation des entreprises québécoises en fonction du marché géographique dans lequel elles sont principalement actives permet de mieux comparer l'innovation. La répartition par industries met en évidence les différences pour un marché donné.

Les entreprises québécoises dont le marché géographique principal est le reste du monde affichent un taux d'innovation (92,4 %) qui est significativement plus élevé que celui pour l'ensemble des entreprises québécoises (80,6 %) (tableau 1).

Cependant, le taux d'innovation pour les marchés locaux (78,8 %) et celui pour le reste du Canada (85,7 %) ne sont pas significativement différents du taux observé pour l'ensemble des marchés (80,6 %).

Le taux d'innovation ne varie pas entre l'ensemble des marchés et les marchés géographiques locaux ou le reste du Canada en fonction de la taille du siège social de l'entreprise. Une différence est cependant observée pour les sièges sociaux ayant moins de 100 employés et ceux ayant 250 employés et plus ; en effet, pour

ces sièges sociaux, la proportion d'entreprises innovatrices qui ont comme marché principal le reste du monde (respectivement 91,9 % et 94,2 %) se distingue de celle observée pour l'ensemble des marchés (respectivement 79,6 % et 86,9 %).

Au Québec, l'industrie qui compte la plus grande proportion d'entreprises innovatrices principalement actives sur les marchés locaux est celle des services professionnels, scientifiques et techniques (88,6 %), suivie de l'industrie du commerce de détail (85,6 %).

L'industrie du transport et de l'entreposage (96,9 %) ainsi que celle du commerce de détail (96,6 %) sont les deux industries qui comptent les proportions les plus élevées d'entreprises québécoises innovatrices qui ont comme marché principal le reste du Canada.

Enfin, c'est dans l'industrie du transport et de l'entreposage (96,6 % contre 66,1 % pour l'ensemble des marchés) et dans l'industrie des services professionnels, scientifiques et techniques (94,1 % contre 89,3 % pour l'ensemble des marchés) que les proportions d'entreprises innovatrices ayant le reste du monde comme marché géographique principal sont les plus élevées.

À l'extérieur du Québec, l'industrie minière peine à innover

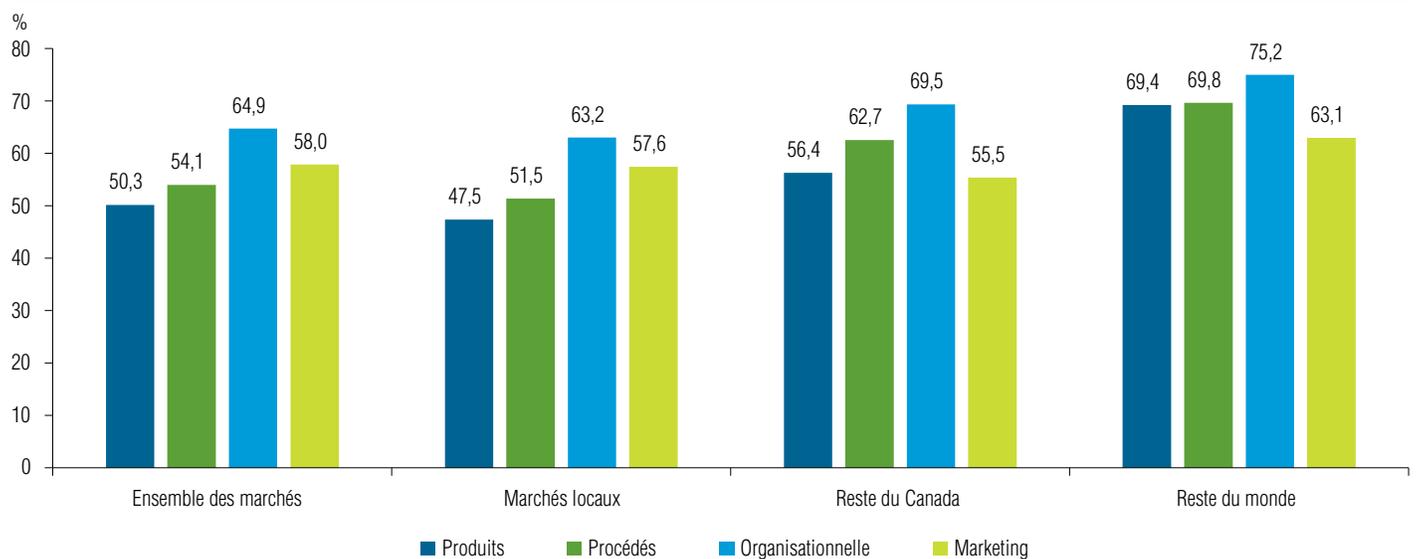
Malgré les taux d'innovation plus élevés pour l'ensemble des entreprises québécoises ayant des activités à l'extérieur du Québec (85,7 % pour le reste du Canada et 92,4 % pour le reste du monde), celles appartenant à l'industrie de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz affichent des taux d'innovation inférieurs lorsque ces deux marchés sont leurs principaux (59,2 % dans les deux cas). En outre, ces taux d'innovation sont inférieurs à celui affiché par les entreprises de cette même industrie pour l'ensemble des marchés (71,8 %). Cependant, il faut interpréter ces résultats avec prudence étant donné la moins bonne qualité des données (cotes C et D)⁷ obtenues pour l'enquête.

L'innovation organisationnelle est la plus populaire, peu importe le marché géographique principal

Lorsque les catégories d'innovation sont réparties en fonction des marchés géographiques principaux sur lesquels les entreprises québécoises sont présentes, les distributions restent sensiblement semblables à celle que l'on observe pour l'ensemble des marchés. L'innovation organisationnelle est dominante, peu importe le marché géographique principal (figure 7). Se situant au deuxième rang lorsque les entreprises exercent leurs activités principalement sur les marchés locaux, l'innovation en marketing perd cependant du terrain du côté des entreprises principalement actives dans le reste du Canada et dans le reste du monde, même si la concurrence est plus forte sur ces marchés. Toutefois, lorsque les données agrégées pour le reste du monde sont étudiées séparément, on constate que l'innovation en marketing est beaucoup moins importante chez les entreprises québécoises exerçant principalement leurs activités aux États-Unis (59,0 %) que chez celles surtout actives dans le reste du monde (76,4 %)⁸.

Figure 7

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation par type d'innovation, selon le marché géographique principal, Québec, 2017



Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

7. Voir la note méthodologique à la fin du bulletin pour la signification de ces cotes.

8. Le marché géographique principal correspondant aux États-Unis d'Amérique a été intégré au marché géographique principal représentant le reste du monde aux fins d'obtention d'un meilleur échantillonnage. Cependant, il est quelques fois utile de mentionner les résultats propres au marché géographique principal correspondant aux États-Unis d'Amérique lorsque les différences sont pertinentes.

Répartition de l'innovation en fonction des différents types

L'innovation de produits est bien présente dans les entreprises internationales québécoises

L'innovation de produits fait référence à l'introduction de biens ou services nouveaux ou considérablement améliorés. Les données de l'enquête mettent en évidence une certaine disparité en ce qui a trait à l'innovation de produits entre les différents marchés géographiques principaux des entreprises.

Le taux d'innovation de produits des entreprises dont le marché principal est le reste du monde (69,4 %) se distingue de celui observé pour l'ensemble des marchés (50,3 %) (tableau 2). Le même constat ressort lorsque les entreprises sont classées selon la taille du siège social.

Pour les entreprises dont le marché géographique est local, le taux d'innovation de produits (47,5 %) de l'ensemble des entreprises est inférieur au taux observé pour l'ensemble des marchés (50,3 %). Parmi les industries sélectionnées, celle des services professionnels, scientifiques et techniques (66,4 %) affiche un taux d'innovation de produits significativement plus élevé que le taux observé pour l'ensemble des entreprises principalement actives sur les marchés locaux (47,5 %).

Lorsqu'on compare les entreprises surtout actives sur les marchés locaux avec celles exerçant principalement leurs activités dans le reste du monde, on constate que le taux d'innovation de produits est plus élevé notamment dans l'industrie de l'information et de la culture, où il est de 91,5 % pour le reste du monde, contre 58,8 % pour les marchés locaux. La tendance est similaire, dans une moindre mesure, pour l'industrie de la finance et des assurances, des services immobiliers et des services de location et de location à bail, où le taux atteint 57,7 % (marchés locaux) et 71,4 % (reste du monde).

Il est intéressant de constater que pour l'industrie de l'information et de la culture, le taux d'innovation des entreprises québécoises ayant le reste du monde comme marché géographique principal (91,5 %) se distingue de celui observé pour l'ensemble des marchés (66,4 %).

Tableau 2

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation de produits entre 2015 et 2017, selon le marché géographique principal, industries sélectionnées, Québec

	Ensemble des marchés		Marchés locaux		Reste du Canada		Reste du monde	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble des entreprises	50,3	A	47,5	A	56,4	B	69,4[†]	A
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	49,8	A	47,4	B	57,2	C	69,9 [†]	B
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	50,4	A	46,7	B	50,7	C	65,7 [†]	B
Sièges sociaux de 250 employés et plus	58,9	A	52,4 [†]	A	60,9	A	72,0 [†]	A
Secteur industriel								
Fabrication	56,4*	A	53,9*	A	55,8	B	64,3	B
Commerce de gros	60,5*	A	57,2*	B	65,4	B	70,1	C
Industrie de l'information et industrie culturelle	66,4*	A	58,8*	B	71,6	D	91,5 [†]	A
Finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail	58,2*	B	57,7*	B	62,6	D	71,4	D
Services professionnels, scientifiques et techniques	68,0*	B	66,4*	B	63,3	E	73,6	C

* Indique que le taux est significativement différent de celui pour l'ensemble des entreprises du marché géographique correspondant.

† Indique que le taux pour un marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

L'innovation de procédés profite à l'industrie de la fabrication

L'innovation de procédés correspond à la mise en œuvre d'une méthode de production ou de distribution nouvelle ou sensiblement améliorée. Cette notion implique des changements significatifs dans les techniques, le matériel ou le logiciel. Une telle innovation peut avoir pour but de diminuer les coûts unitaires de production ou de distribution, d'augmenter la qualité, ou de produire ou distribuer des produits nouveaux ou sensiblement améliorés.

Selon cette définition et étant donné l'importance de la distribution dans les industries du commerce de gros, de la fabrication, et du transport et de l'entreposage, la proportion d'entreprises en faisant partie qui ont introduit une innovation de procédés devrait être élevée. Toutefois, les résultats de l'enquête ne vont pas néces-

sairement dans le sens de cette prédiction. On remarque que dans l'industrie de la fabrication, le taux d'innovation de procédés est significativement supérieur à celui observé pour l'ensemble des entreprises québécoises, tant pour l'ensemble des marchés (65,7 % comparativement à 54,1 %) que pour les marchés locaux (64,1 % comparativement à 51,5 %) (tableau 3).

Le taux d'innovation de procédés dans l'industrie de la finance et des assurances, des services immobiliers et services de location et de location à bail (62,8 %) est significativement supérieur au taux affiché par l'ensemble des entreprises québécoises pour l'ensemble des marchés (54,1 %). L'utilisation intensive des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les divers domaines de la finance peut expliquer ce résultat.

Tableau 3

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation de procédés entre 2015 et 2017, selon le marché géographique principal, industries sélectionnées, Québec

	Ensemble des marchés		Marchés locaux		Reste du Canada		Reste du monde	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble des entreprises	54,1	A	51,5	A	62,7	B	69,8[†]	A
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	53,0*	A	51,0	B	62,2	B	66,7	B
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	59,6	A	54,9	B	64,0	B	76,4 [†]	A
Sièges sociaux de 250 employés et plus	62,1*	A	54,4 [†]	A	63,6	A	78,1 [†]	A
Secteur industriel								
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	49,0	B	46,7	B	59,2	D	51,6	D
Fabrication	65,7*	A	64,1*	A	64,6	B	71,2	A
Commerce de gros	58,4	A	59,7*	B	50,8	C	63,9	C
Industrie de l'information et industrie culturelle	51,6	B	41,8*	B	65,9	D	81,6 [†]	B
Finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail	62,8*	B	63,2*	B	52,7	D	71,4	D

* Indique que le taux est significativement différent de celui pour l'ensemble des entreprises du marché géographique concerné.

† Indique que le taux pour un marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

L'innovation organisationnelle, dans la mire des grandes entreprises internationales québécoises

Les innovations organisationnelles ont pour but l'amélioration des performances d'une firme: elles visent à réduire les coûts administratifs ou de transaction, à améliorer le niveau de satisfaction au travail, à favoriser l'accès à des biens non marchands ou à réduire les coûts d'approvisionnement. Ce qui distingue ces innovations des autres changements organisationnels au sein d'une entreprise est le fait qu'elles se caractérisent par la mise en œuvre d'une méthode organisationnelle (par exemple dans les pratiques de l'entreprise ou dans ses relations extérieures) qui n'avait pas été utilisée auparavant par l'entreprise et qui résulte de décisions stratégiques prises par la direction.

L'innovation organisationnelle est présente de façon plus importante chez les entreprises québécoises ayant comme marché principal le reste du monde (75,2% comparativement à 64,9% pour l'ensemble des marchés) (tableau 4). Cette différence significative entre le reste du monde et l'ensemble des marchés s'observe aussi pour les entreprises ayant un siège social de 250 employés et plus (78,2% comparativement à 71,7%). Ainsi, les grandes entreprises québécoises ouvertes sur le monde semblent porter un intérêt particulier aux innovations organisationnelles comme l'organisation du lieu de travail, les systèmes de production «juste-à-temps» ou les relations extérieures.

Tableau 4

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation organisationnelle entre 2015 et 2017, selon le marché géographique principal, industries sélectionnées, Québec

	Ensemble des marchés		Marchés locaux		Reste du Canada		Reste du monde	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble des entreprises	64,9	A	63,2	A	69,5	B	75,2[†]	A
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	64,0	A	62,7	A	67,9	B	74,3	B
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	68,7	A	66,0	A	74,2	B	76,7	A
Sièges sociaux de 250 employés et plus	71,7*	A	68,3	A	73,5	A	78,2 [†]	A
Secteur industriel								
Fabrication	68,9	A	69,1*	A	64,2	B	70,9	A
Commerce de gros	66,1	A	64,9	B	66,1	B	72,1	C
Transport et entreposage	54,0	B	49,9*	B	82,7	C	64,9	D
Industrie de l'information et industrie culturelle	65,0	A	57,3	B	77,1	D	88,4 [†]	A
Finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail	71,6	A	72,9*	A	50,4	D	71,4	D

* Indique que le taux est significativement différent de celui pour l'ensemble des entreprises du marché géographique concerné.

† Indique que le taux pour un marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

L'industrie de l'information et de la culture est attirée par l'innovation en marketing

Une innovation en marketing est la mise en œuvre d'une nouvelle méthode de commercialisation impliquant des changements significatifs de la conception ou du conditionnement, du placement, de la promotion ou de la tarification d'un produit. Ces innovations visent à mieux satisfaire les besoins des consommateurs, à ouvrir de nouveaux marchés ou à positionner d'une manière nouvelle un produit de l'entreprise sur le marché afin de faire progresser les ventes. Le point central de cette innovation est la mise en œuvre d'une méthode de commercialisation que l'entreprise n'utilisait pas auparavant.

La taille du siège social ne semble pas influencer, peu importe le marché géographique principal, le taux d'innovation en marketing chez les entreprises québécoises. Pour l'ensemble des marchés, l'industrie de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz affiche des taux d'innovation en marketing significativement inférieurs à ceux observés pour

l'ensemble des entreprises. Par exemple, pour les marchés locaux, cette industrie affiche un taux d'innovation de 47,3 %, alors que l'ensemble des entreprises affiche un taux moyen de 57,6 % ; pour le reste du monde, le taux affiché par l'industrie s'établit à 33,4 %, tandis que celui noté pour l'ensemble des entreprises est de 63,1 % (tableau 5).

Globalement, les entreprises de l'industrie de l'information et de la culture semblent accorder une bonne importance à l'innovation en marketing (taux d'innovation de 65,8 % comparativement à 58,0 % pour l'ensemble des entreprises). C'est particulièrement vrai pour les entreprises de cette industrie dont le marché géographique principal correspond au reste du monde (84,2 % comparativement à 63,1 % pour l'ensemble des entreprises qui exercent principalement leurs activités dans ce marché).

Tableau 5

Proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation en marketing entre 2015 et 2017, selon le marché géographique principal, industries sélectionnées, Québec

	Ensemble des marchés		Marchés locaux		Reste du Canada		Reste du monde	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble des entreprises	58,0	A	57,6	A	55,5	B	63,1	A
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	58,0	A	57,6	A	54,0	C	65,4	B
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	57,1	A	57,0	B	59,5	C	55,6	B
Sièges sociaux de 250 employés et plus	60,9	A	61,2	A	59,5	A	60,9	A
Secteur industriel								
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	41,7*	B	47,3*	B	x	x	33,4*	D
Fabrication	53,7	A	53,2	A	50,8	C	56,6*	B
Commerce de gros	63,7	A	62,8	B	65,9	B	64,8	C
Industrie de l'information et industrie culturelle	65,8*	A	60,4	B	66,4	D	84,2*†	A

* Indique que le taux de l'industrie est significativement différent de celui pour l'ensemble des entreprises du marché géographique concerné.

† Indique que le taux de l'industrie pour un marché géographique principal est significativement différent de celui pour l'ensemble des marchés.

x Indique que la donnée est confidentielle.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017.

Définitions⁹

Innovation de produits : Introduction sur le marché d'un bien ou d'un service nouveau ou considérablement amélioré en ce qui concerne ses capacités, sa convivialité, ses composantes ou ses sous-systèmes.

Innovation de procédés : Mise en œuvre de processus de production, de méthodes de distribution ou d'activités de soutien nouveaux ou considérablement améliorés pour les biens ou les services d'une entreprise.

Innovation organisationnelle : Mise en œuvre d'une nouvelle méthode organisationnelle intégrée aux pratiques opérationnelles d'une entreprise (y compris la gestion du savoir), à l'organisation du lieu de travail ou aux relations extérieures, et qui n'a pas été utilisée antérieurement par cette entreprise. Cette méthode doit être le résultat de décisions stratégiques prises par la direction.

Innovation en marketing : Mise en œuvre d'un nouveau concept de marketing ou d'une nouvelle stratégie se démarquant notablement des méthodes de marketing existantes de l'entreprise et qui n'a jamais été utilisé auparavant.

Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise

Statistique Canada a mené l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017 auprès des entreprises d'au moins 20 employés ayant des revenus de 250 000\$ ou plus. Ces entreprises sont réparties dans 14 secteurs industriels du système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 : 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, sauf les autorités monétaires (SCIAN 52, 521 exclu); services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53); services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 54); gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55); et services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56). Les données sur l'innovation sont recueillies pour une période de trois ans, de 2015 à 2017.

Note méthodologique

Les estimations contenues dans les tableaux sont accompagnées d'une cote qui indique leur niveau de précision. Cette cote (A, B, C, D, E) est établie en fonction de l'importance du coefficient de variation. Une cote A signifie que la précision du résultat estimé est excellente (coefficient de variation plus petit ou égal à 5 %), une cote B signifie que la précision du résultat estimé est très bonne (coefficient de variation plus grand que 5 % mais plus petit ou égal à 10 %), une cote C signifie que la précision du résultat est bonne (coefficient de variation plus grand que 10 % mais plus petit ou égal à 15 %), une cote D signifie que la précision du résultat est passable (coefficient de variation plus grand que 15 % mais plus petit ou égal à 25 %) et une cote E indique une précision faible (coefficient de variation supérieur à 25 %).

Pour une donnée, l'astérisque (*) indique que le taux est significativement différent de celui du groupe de référence indiqué dans la légende du tableau ou de la figure (le seuil de significativité utilisé est de 5 %); la croix (†) indique que les intervalles de confiance (au niveau de 95 %) entre deux données ne se chevauchent pas.

Notice bibliographique suggérée :

LÉVESQUE-LESSARD, Gabriel (2019). « Innovation 2015-2017 : Positionnement et préférence des entreprises québécoises sur les marchés. Résultats de l'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise de 2017 », *S@voir.stat*, [En ligne], vol. 19, n° 2 décembre, Institut de la statistique du Québec, p. 1-13. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/bulletins/savoir-stat-vol19-no2.pdf].

9. Ces définitions se trouvent dans le questionnaire de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise*, 2017 de Statistique Canada.

Indicateurs en science, technologie et innovation au Québec

	Unité	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Dépenses intérieures brutes au titre de la R-D (DIRD)	M\$	7 844	7 954	8 403	8 281	8 441	9 074	8 758	8 761
Ratio DIRD/PIB	%	2,49	2,42	2,44	2,34	2,32	2,42	2,27	2,21
DIRD selon le secteur d'exécution											
État (DIRDET)	M\$	466	396	372	352	385	370	286	301
Entreprises commerciales (DIRDE) ¹	M\$	4 757	4 764	4 944	4 692	4 755	5 370	5 108	5 008
Enseignement supérieur (DIRDES)	M\$	2 622	2 794	3 087	3 237	3 301	3 334	3 365	3 453
DIRD selon le secteur de financement											
État	M\$	1 782	1 818	1 949	1 847	1 881	1 898	1 788	1 850
Entreprises commerciales	M\$	4 275	4 243	4 478	4 215	4 227	4 595	4 249	4 026
Enseignement supérieur	M\$	1 018	1 137	1 231	1 492	1 538	1 566	1 623	1 641
Organisations privées sans but lucratif	M\$	228	238	274	270	288	303	362	404
Étranger	M\$	543	517	471	456	507	712	735	838
Personnel de R-D du secteur des entreprises commerciales	n	47 614	48 222	43 508
Diplômés des niveaux baccalauréat et supérieur ²											
Total	n	51 024	52 113	53 289	53 361	58 236	59 934	61 755	63 705
Grades de premier cycle	n	33 999	34 164	34 656	33 783	38 052	37 842	38 580	39 576
Grades de deuxième cycle	n	10 170	10 620	10 971	11 652	12 207	12 384	13 212	14 337
Grades de troisième cycle	n	1 692	1 641	1 851	1 773	1 881	1 986	2 229	2 226
Autres sanctions	n	5 139	5 655	5 793	6 135	6 060	7 680	7 686	7 524
Utilisation des TIC par les ménages ³											
Taux de branchement à Internet	%	71,2	72,7	74,2	77,0	79,6	79,3	81,8	82,9	85,9	..
Capital de risque											
Niveau d'investissements en capital de risque	M\$	319	305	467	372	565	541	753	1 038	1 335	..
Nombre d'entreprises financées	n	125	117	151	144	150	167	172	150	138	..
Nombre de transactions	n	152	136	181	164	167	196	201	182	167	..
Capital de risque investi en pourcentage du PIB	%	0,10	0,09	0,14	0,11	0,16	0,14	0,20	0,26	0,32	..
Exportations manufacturières par niveau technologique ⁴											
Haute technologie	M\$	13 255	11 816	11 862	11 730	12 953	16 255	18 271	16 477	16 736	18 671
Total manufacturier	M\$	51 163	52 410	55 998	56 430	58 963	66 920	73 146	71 558	75 885	81 781
Importations manufacturières par niveau technologique ⁴											
Haute technologie	M\$	15 170	14 984	14 416	13 763	15 261	14 934	15 961	16 004	16 451	17 872
Total manufacturier	M\$	57 329	60 397	67 567	65 643	68 781	71 895	76 467	75 153	81 571	90 920

1. L'enquête du secteur des entreprises commerciales a été remaniée à partir de l'année de référence 2014. Il faut donc user de prudence en comparant les données de 2014 avec celles des années antérieures.
2. Excluant les diplômés des programmes de résidence dans le domaine de la santé.
3. L'introduction d'une nouvelle méthode de collecte de données en 2010 crée une rupture de série dans les données de l'*Enquête sur les dépenses des ménages*. Il faut donc user de prudence en comparant les données de 2010 et des années suivantes avec celles des années antérieures.
4. Les industries manufacturières selon les niveaux technologiques, basés sur la classification publiée par l'OCDE, sont dorénavant présentées selon la quatrième révision de la classification internationale type des industries (CITI rév. 4).

Sources: R-D: Statistique Canada. *Tableau 27-10-0273-01 – Dépenses intérieures brutes en recherche et développement, selon le type de science et selon le secteur de financement et le secteur d'exécution*, (Consulté en janvier 2019); Ancien tableau 384-0038 - *Produit intérieur brut en termes de dépenses, provinciaux et territoriaux (annuels)*, *Ibid*, (Consulté en mars 2018). Adapté par l'Institut de la statistique du Québec.

Personnel de R-D du secteur des entreprises commerciales: *Tableau 27-10-0341-01 – Caractéristiques des entreprises au titre de la recherche et développement intra-muros, selon le groupe d'industries basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), le pays de contrôle et les provinces et territoires*, (Consulté en janvier 2019), *Tableau 27-10-0337-01 Catégories professionnelles du personnel affecté à la recherche et développement intra-muros des entreprises, selon le groupe d'industries fondé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) et le pays de contrôle*, *Ibid*, (Consulté en janvier 2019).

Diplômés des niveaux baccalauréat et supérieur: Statistique Canada, *Tableau 37-10-0070-01 – Diplômés postsecondaires, selon la Classification Internationale Type de l'Éducation (CITE), le type de programme et le genre de sanction d'études*, [En ligne]. www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=3710007001 (Consulté le 18 février 2019). Adapté par l'Institut de la statistique du Québec.

Utilisation des TIC par les ménages: Statistique Canada. *Tableau 11-10-0228-01 – Caractéristiques du logement et équipement ménager au moment de l'entrevue, Canada, régions et provinces* (Consulté en novembre 2019).

Capital de risque: Thomson Reuters, Thomson One, données saisies en mars 2018.

Exportations et importations manufacturières par niveau technologique: Statistique Canada. *Commerce international des marchandises* et Institut de la statistique du Québec (données mises à jour le 30 octobre 2018).

Ce bulletin est réalisé par :	Gabriel Lévesque-Lessard, économiste gabriel.levesque-lessard@stat.gouv.qc.ca	Dépôt légal Bibliothèque et Archives nationales du Québec 4 ^e trimestre 2019
Direction générale adjointe aux statistiques et à l'analyse économiques :	Pierre Cauchon, directeur général adjoint	ISSN 1715-6432 (en ligne)
Ont collaboré à la réalisation :	Isabelle Jacques, mise en page Sarah Bélanger, révision linguistique Direction de la diffusion et des communications	© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2005
Pour plus de renseignements :	Institut de la statistique du Québec 200, chemin Sainte-Foy, 3 ^e étage Québec (Québec) G1R 5T4 Téléphone: 418 691-2411 ou 1 800 463-4090 (sans frais) Télécopieur: 418 643-4129	Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec. www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm