

Décembre 2017



Les entreprises québécoises et le commerce électronique

Geneviève Renaud, économiste

Les données contenues dans ce bulletin sont tirées de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires* de l'Institut de la statistique du Québec. Elles portent sur les entreprises situées au Québec qui comptent 1 employé ou plus et qui sont dans un secteur d'activités autre que les services d'enseignement (SCIAN 61 – Système de classification des industries de l'Amérique du Nord, 2012), les soins de santé et l'assistance sociale (SCIAN 62), les autres services, sauf les administrations publiques (SCIAN 81) et les administrations publiques (SCIAN 91). Ce bulletin¹ accompagne la diffusion de tableaux détaillés sur le [site Web](#) de l'Institut de la statistique du Québec.

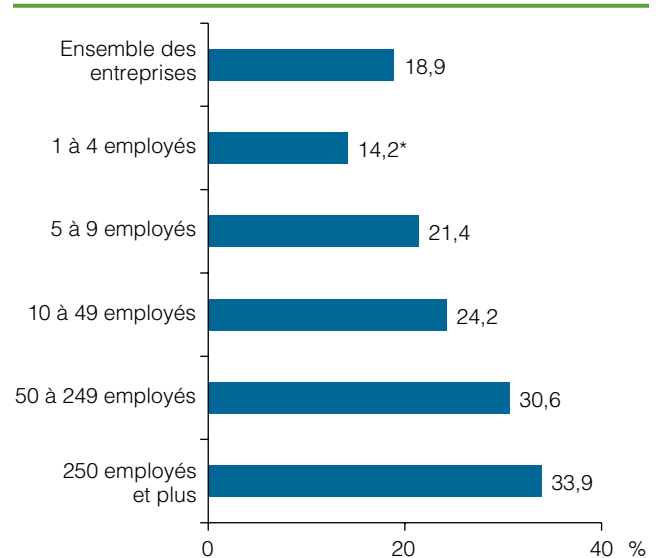
Près de deux entreprises branchées sur dix vendent leurs produits sur Internet

En 2016, 18,9% des entreprises québécoises branchées vendent des biens ou des services sur Internet. Pour être considérés comme vendus sur Internet, les biens ou les services doivent avoir été commandés sur Internet avec ou sans paiement en ligne. Les biens et services commandés par courriel ne sont toutefois pas considérés comme vendus sur Internet. Même si cette proportion ne peut pas directement être comparée à celle de 2012, il apparaît que la part des entreprises qui vendent sur Internet a augmenté depuis 2012 lorsqu'on utilise une estimation comparable².

La part des entreprises branchées qui vendent sur Internet est beaucoup moins élevée dans les petites entreprises par rapport aux plus grandes. Elle s'élève à 14,2% dans les entreprises de 1 à 4 employés, soit une proportion significativement moindre que celle de chacune des autres catégories de taille. La proportion est de 21,4% dans les entreprises de 5 à 9 employés et de 24,2% dans celles de 10 à 49 employés. Dans les entreprises de 50 employés et plus, plus de 30,0% des entreprises branchées vendent en ligne.

Figure 1

Part des entreprises branchées qui reçoivent des commandes par Internet, selon la taille, Québec, 2016



* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres catégories de taille.

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

1. Deux bulletins portant respectivement sur l'accès à Internet et l'utilisation d'Internet dans les entreprises québécoises ont été diffusés au cours des dernières semaines.
2. Le mode de collecte ayant changé entre les éditions 2012 et 2016, certaines estimations officielles, produites à partir de l'ensemble de l'échantillon, ne peuvent pas être comparées entre les deux années, un effet de mode ayant été détecté. Selon les estimations comparables, mais non officielles de l'édition 2016 de l'enquête, basées sur l'échantillon du volet téléphonique uniquement, la part des entreprises branchées qui vendent des produits sur Internet est passée de 12,8% en 2012 à 16,0% en 2016, soit un écart statistiquement significatif. Pour plus d'information, veuillez consulter la note sur les tests de différence à la page 10.

La proportion atteint également plus de 30,0% dans les entreprises du commerce de détail (32,0%). Les autres industries comportant les proportions les plus élevées sont l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (28,7%), les arts, les spectacles et les loisirs (27,3%) et le commerce de gros (26,0%). Les plus petites proportions sont quant à elles dans les secteurs de la construction (10,4%), de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (10,1%) et de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière, et de l'extraction de pétrole et de gaz (7,0%). La proportion dans ce dernier secteur est significativement plus petite que celle des 13 autres industries.

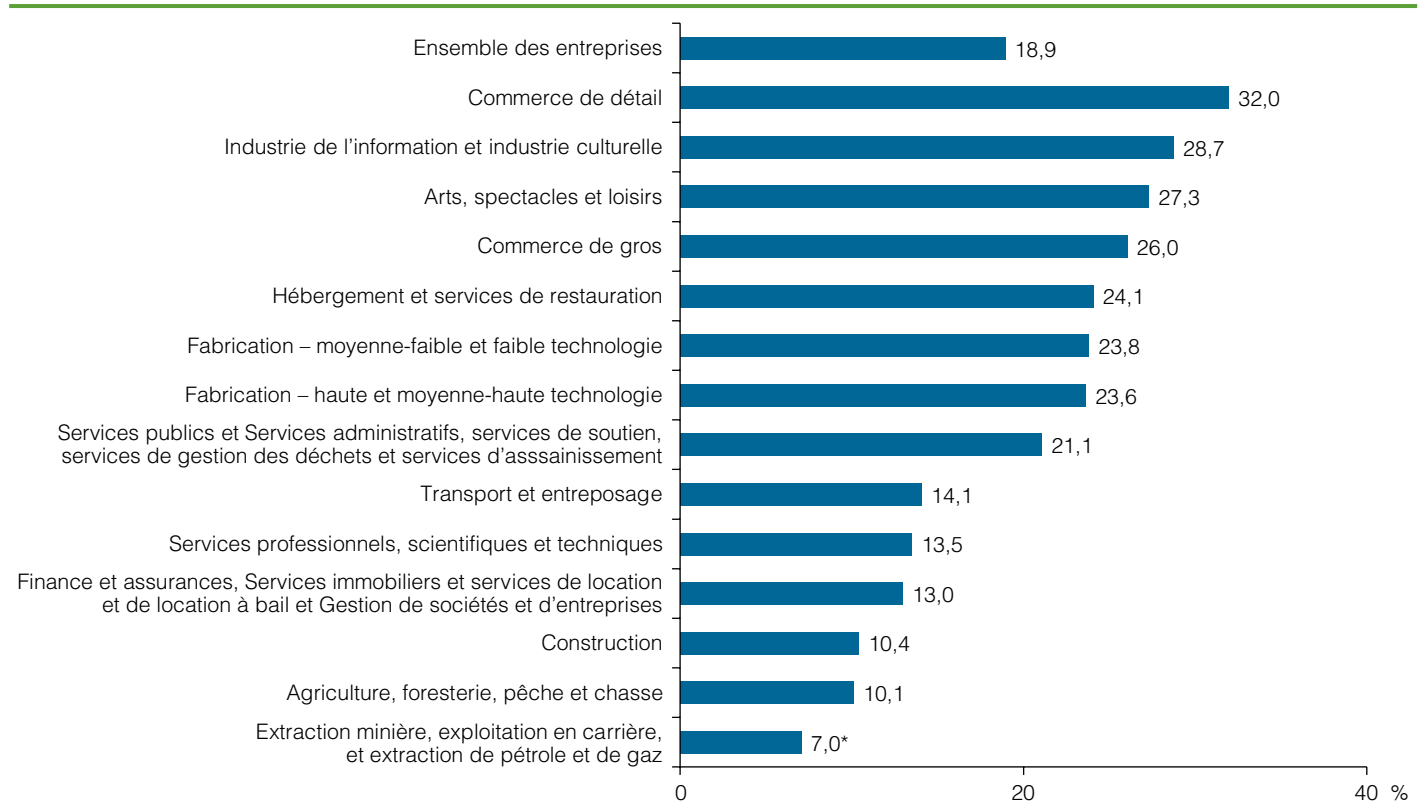
Selon les intentions des entreprises, la part des entreprises branchées qui vendent sur Internet devrait augmenter de 6,7 points de pourcentage pour atteindre 25,6% en 2017. Les intentions des entreprises étant différentes d'une taille d'entreprises à l'autre, la part des entreprises branchées qui vendent sur Internet devrait varier de 19,7% dans les entreprises de 1 à 4 employés (+ 5,5 points de pourcentage) à 42,1% dans celles de 250 employés et plus (+ 8,2 points de pourcentage) en 2017. Toujours selon les intentions, la part pourrait s'élever

à 42,7% parmi les détaillants (+ 10,7 points de pourcentage) et à 37,4% parmi les grossistes-marchands (+ 11,4 points de pourcentage).

Dans les entreprises branchées qui vendent en ligne, le pourcentage moyen du chiffre d'affaires provenant des ventes réalisées sur Internet s'élève à 25,9% (selon les ventes effectuées en 2015). Ce pourcentage n'a pas changé de manière significative par rapport à celui enregistré quatre ans plus tôt, qui s'élevait à 23,8% (selon les ventes effectuées en 2011). D'autre part, ce pourcentage varie moins d'une taille d'entreprises à l'autre que d'une industrie à l'autre. C'est dans le commerce de détail, où la proportion de vendeurs en ligne est la plus élevée, que le pourcentage moyen est le plus bas. Dans cette industrie, en moyenne 16,8% du chiffre d'affaires provient des ventes réalisées sur Internet, soit un pourcentage significativement plus petit que celui observé dans 11 des 13 autres industries. À l'opposé, le pourcentage moyen du chiffre d'affaires provenant des ventes réalisées sur Internet atteint 35,4% dans le secteur de la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie³; ce pourcentage n'est cependant pas statistiquement différent de celui de la plupart des autres industries.

Figure 2

Part des entreprises branchées qui reçoivent des commandes par Internet, selon l'industrie, Québec, 2016



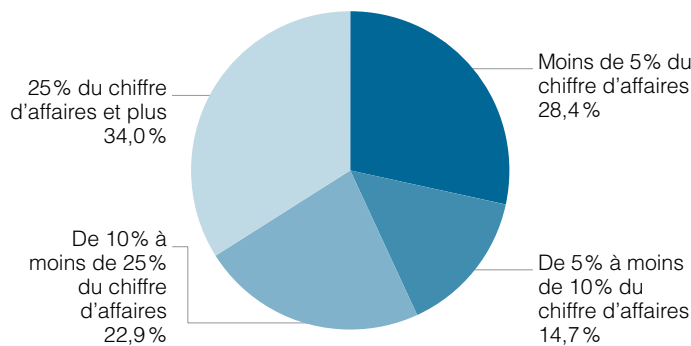
* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres industries.

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

3. Inclut la fabrication de produits chimiques, de machines, de matériel informatique et périphérique, de matériel, d'appareils et de composants électriques et de matériel de transport (sauf la fabrication de navires et d'autres embarcations). La classification par niveau technologique a été élaborée par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE).

Dans la plupart des entreprises branchées qui vendent en ligne, le chiffre d'affaires provenant des ventes réalisées sur Internet est en deçà du pourcentage moyen. En particulier, 28,4 % de ces entreprises réalisent moins de 5 % de leur chiffre d'affaires grâce à la vente en ligne, 14,7 % génèrent entre 5 % et moins de 10 %, 22,9 % génèrent entre 10 % et moins de 25 % et 34,0 % font 25 % de leur chiffre d'affaires ou plus grâce à la vente de leurs produits sur Internet. La répartition est différente dans le commerce de détail : 42,5 % réalisent moins de 5 % de leur chiffre d'affaires grâce à la vente en ligne et seulement 20,0 % génèrent 25 % de leur chiffre d'affaires ou plus.

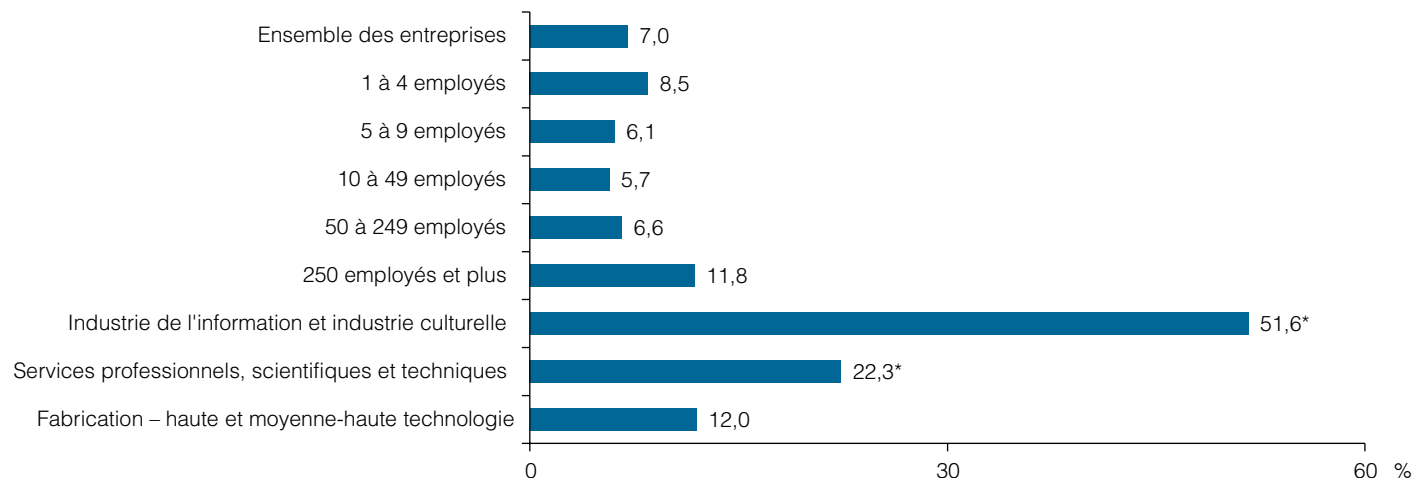
Figure 3
Répartition des entreprises branchées qui reçoivent des commandes par Internet selon le pourcentage de leur chiffre d'affaires provenant des commandes en ligne, Québec, 2015



Note : Les entreprises qui ont déclaré avoir 0 % de leur chiffre d'affaires provenant des commandes reçues par Internet sont exclues du calcul.

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

Figure 4
Part des entreprises branchées recevant des commandes par Internet qui vendent des produits numériques, selon la taille et selon l'industrie (industries sélectionnées), Québec, 2016



* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres industries.

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

4. Inclut tous les autres sous-secteurs de la fabrication.

Peu d'entreprises québécoises vendent des produits numériques

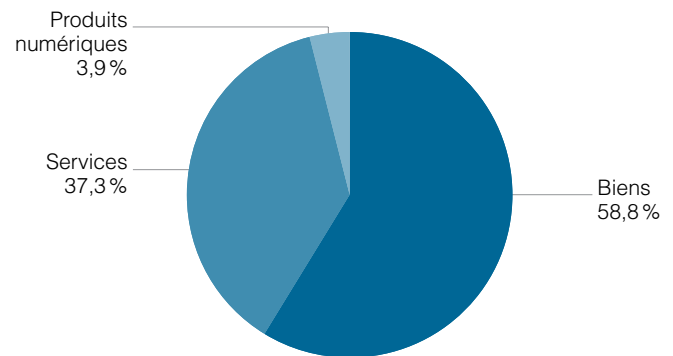
Dans l'ensemble des entreprises branchées qui vendent des biens ou des services sur Internet, soit 18,9 % des entreprises branchées en 2016, seulement 7,0 % vendent des produits numériques. Rapportée sur l'ensemble des entreprises québécoises, la proportion des entreprises qui vendent des produits numériques dépasse à peine le 1 %. Les produits numériques sont soit téléchargés depuis l'Internet ou consultés directement en ligne. Ce sont, par exemple, des pièces de musique, des films, des livres numériques, des revues, des journaux ou des jeux vidéo. La part des entreprises branchées vendant sur Internet qui offrent des produits numériques ne varie pas significativement d'une taille d'entreprises à l'autre. Il en va autrement pour ce qui est des industries : la proportion atteint 51,6 % dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle et 22,3 % dans les services professionnels, scientifiques et techniques, ces deux proportions étant, toutes deux, significativement plus élevées que celle de chacune des 13 autres industries. Vient ensuite la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie (12,0 %). D'autre part, la proportion est très petite et donc très imprécise dans plusieurs industries comme la fabrication de moyenne-faible et de faible technologie⁴ (1,9 %), l'agriculture, la foresterie, la pêche et la chasse (1,8 %) et le transport et l'entreposage (0,4 %). La proportion est même nulle dans le secteur de l'extraction minière, l'exploitation en carrière, et l'extraction de pétrole et de gaz.

En moyenne, 58,8 % du chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente en ligne provient de la vente de biens, par exemple des vêtements ou d'autres marchandises, dans les entreprises branchées qui vendent sur Internet. Le reste provient de la vente de services (37,3 %) comme des services de transport ou d'hébergement, et seulement 3,9 % proviennent de la vente de produits numériques téléchargeables ou accessibles en ligne. Toutefois, comme mentionné précédemment, la très grande majorité des entreprises qui vendent sur Internet ne vendent pas de ce genre de produits. Dans les entreprises qui vendent des produits numériques, c'est plutôt 44,0 %, en moyenne, du chiffre d'affaires réalisé sur Internet qui provient de la vente de ce genre de produits; le reste provient des biens vendus en ligne (29,0 %) qui sont livrés physiquement aux consommateurs et des services vendus en ligne (27,0 %).

Les entreprises qui vendent leurs biens et services sur Internet ne vendent pas qu'à des consommateurs individuels. En effet, les individus comptent seulement pour 51,7 % du chiffre d'affaires généré par la vente en ligne, en moyenne. Les entreprises sont elles aussi de grandes consommatrices de biens et services vendus sur Internet: elles représentent 42,5 %, en moyenne, du chiffre d'affaires réalisé grâce aux commandes reçues par Internet. Les gouvernements et autres organisations complètent le portrait avec 5,8 % du chiffre d'affaires, en moyenne. Dépendamment de l'industrie, les entreprises commercent davantage avec des individus ou avec d'autres entreprises. Dans le secteur des arts, des spectacles et des loisirs, c'est en moyenne 86,0 % du chiffre d'affaires généré par la vente en ligne qui provient d'individus, alors que dans le secteur de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière, et de l'extraction de pétrole et de gaz, environ le même pourcentage moyen (82,1 %) provient d'autres entreprises.

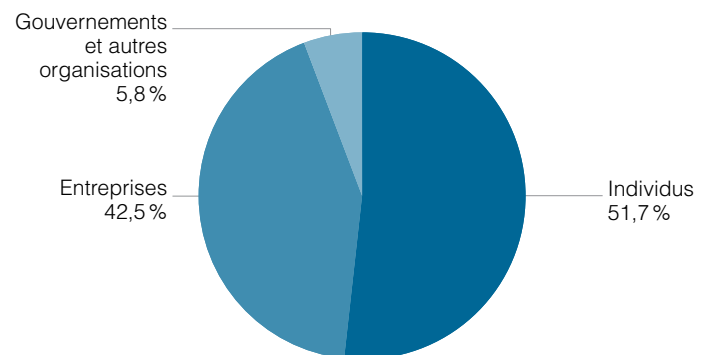
Les entreprises qui vendent sur Internet reçoivent surtout des commandes en provenance du Québec. En moyenne, 80,6 % du chiffre d'affaires généré par la vente en ligne provient de consommateurs du Québec. En outre, 9,4 % du chiffre d'affaires provient de consommateurs d'ailleurs au Canada, 6,9 % d'acheteurs des États-Unis et 3,1 % d'acheteurs d'autres pays. Dans les entreprises de 250 employés et plus, une moins grande part du chiffre d'affaires généré par la vente en ligne provient de consommateurs québécois (68,9 % en moyenne) par rapport aux autres tailles d'entreprises. En contrepartie, les acheteurs d'ailleurs au Canada comptent pour une plus grande part (20,5 % en moyenne). Il en va de même dans certaines industries. Dans la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie, seulement 51,4 % du chiffre d'affaires de la vente en ligne provient de consommateurs québécois, en moyenne. Le reste du chiffre d'affaires provient en majorité de consommateurs américains (26,3 %), suivis des consommateurs d'ailleurs au Canada (15,6 %) et d'autres pays (6,7 %).

Figure 5
Répartition moyenne du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues par Internet dans les entreprises branchées qui vendent sur Internet selon le type de produits vendus, Québec, 2015



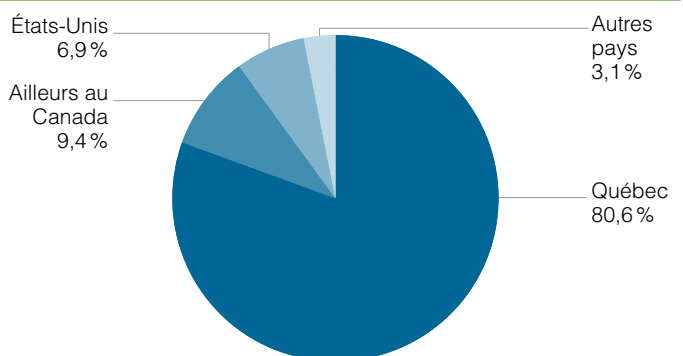
Source: Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*.

Figure 6
Répartition moyenne du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues par Internet dans les entreprises branchées qui vendent sur Internet selon le type de consommateurs, Québec, 2015



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

Figure 7
Répartition moyenne du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues par Internet dans les entreprises branchées qui vendent sur Internet selon la provenance des consommateurs, Québec, 2015



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

Les entreprises québécoises vendent principalement sur leur propre site Web

La plupart des entreprises qui vendent des biens et services sur Internet les offrent directement sur leur site Web (72,5%). Toutefois, d'autres plates-formes sont aussi utilisées pour la vente en ligne. Dans l'ensemble des entreprises branchées qui vendent sur Internet, 24,0% s'affichent sur le site d'une autre organisation pour vendre leurs biens et services, par exemple sur un site de réservation en ligne, un site d'agrégateurs de tarifs ou un site spécialisé dans le commerce de détail en ligne. En outre, 20,6% des entreprises qui vendent sur Internet utilisent les médias sociaux et 22,5% utilisent d'autres types de plates-formes, par exemple une application mobile consultable sur un téléphone intelligent ou une tablette numérique.

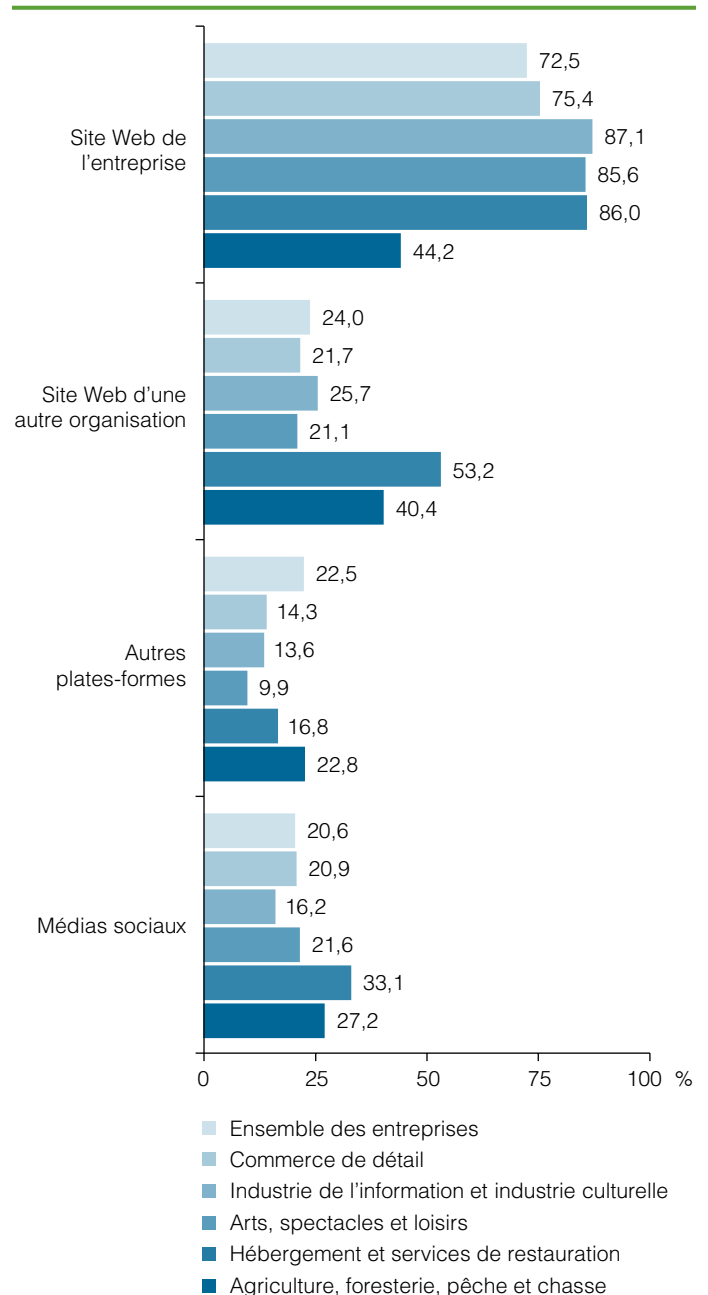
Une part non négligeable des entreprises qui vendent en ligne utilisent plus d'un type de plates-formes pour vendre leurs biens et services : en moyenne, les entreprises utilisent 1,4 type de plates-formes. Ce nombre atteint 1,9 type de plates-formes dans le secteur de l'hébergement et des services de restauration, soit un nombre significativement plus élevé que celui de chacune des 13 autres industries. Dans ce secteur, 86,0% des entreprises qui vendent sur Internet offrent leurs biens et services sur leur propre site Web et 53,2% le font sur le site Web d'une autre organisation. D'autre part, 33,1% utilisent les médias sociaux et 16,8% d'autres types de plates-formes. Dans le commerce de détail, soit l'industrie dans laquelle on retrouve la plus grande part d'entreprises branchées qui vendent sur Internet, 75,4% des entreprises vendent sur leur propre site Web, 21,7% le font sur le site d'une autre organisation, 20,9% utilisent les médias sociaux et 14,3% utilisent un autre type de plates-formes. Par ailleurs, relativement peu d'entreprises utilisent leur propre site Web pour vendre leurs biens et services sur Internet dans le secteur de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (44,2%); ce secteur fait partie de ceux qui comptent les plus petites proportions d'entreprises branchées qui vendent sur Internet. Les entreprises de cette industrie optent dans une proportion similaire pour le site Web d'une autre organisation (40,4%) pour vendre leurs produits. D'autre part, 27,2% utilisent les médias sociaux et 22,8% d'autres types de plates-formes.

En moyenne, 60,5% du chiffre d'affaires généré par la vente en ligne provient du site Web de l'entreprise dans l'ensemble des entreprises branchées qui vendent sur Internet. Le reste provient à 16,1% des autres types de plates-formes, à 15,8% du site Web d'une autre organisation et à 7,7% des médias sociaux, en moyenne. Dans les plus petites entreprises de 1 à 4 employés, moins de revenus sont générés grâce au propre site Web (55,4% en moyenne) et un peu plus le sont à partir des médias sociaux (10,2% en moyenne). Les entreprises de 250 employés et plus, quant à elles, génèrent, grâce

à leur propre site Web, 75,5%, en moyenne, de leur chiffre d'affaires provenant de la vente en ligne, alors qu'elles réalisent moins de 1,0% de ce dernier sur les médias sociaux.

Figure 8

Part des entreprises branchées qui vendent sur Internet selon le type de plates-formes (industries sélectionnées), Québec, 2016

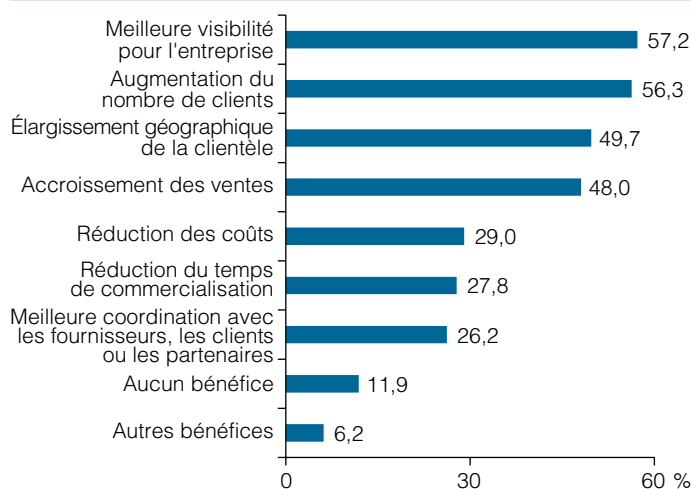


Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*.

Plus de la moitié des entreprises qui vendent sur Internet considèrent que la vente en ligne améliore leur visibilité

Dans l'ensemble des entreprises branchées qui vendent sur Internet, 11,9 % des entreprises considèrent que la vente en ligne ne leur apporte aucun bénéfice. La proportion est plus élevée dans les très petites entreprises de 1 à 4 employés (15,7 %) par rapport aux plus grandes : elle est d'environ 6,0 % dans les entreprises de 50 employés et plus. La proportion atteint 26,4 % dans le secteur de la construction et 24,9 % dans celui de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse. En revanche, 57,2 % des entreprises qui vendent sur Internet considèrent que la vente en ligne améliore leur visibilité et 56,3 % disent qu'elle engendre une augmentation du nombre de clients. Il s'agit des deux bénéfices les plus souvent mentionnés par les entreprises. Viennent ensuite l'élargissement géographique de la clientèle mentionné par 49,7 % des entreprises et l'accroissement des ventes (48,0 %). Ce dernier est considéré comme un bénéfice de la vente en ligne par seulement 41,0 % des entreprises de 1 à 4 employés, alors que la proportion s'élève à 65,4 % dans les entreprises de 250 employés et plus. D'autre part, une minorité d'entreprises considèrent que la vente en ligne leur permet d'accroître leurs ventes dans les secteurs du transport et de l'entreposage (28,2 %), de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (29,6 %) et de la construction (31,6 %). Les autres bénéfices de la vente en ligne, à savoir la réduction des coûts, la réduction du temps de commercialisation et une meilleure coordination avec les fournisseurs, les clients ou les partenaires, sont mentionnés par des parts significativement moindres d'entreprises qui vendent sur Internet (respectivement 29,0 %, 27,8 % et 26,2 %).

Figure 9
Part des entreprises branchées qui reçoivent des commandes par Internet selon le type de bénéfice obtenu, Québec, 2016



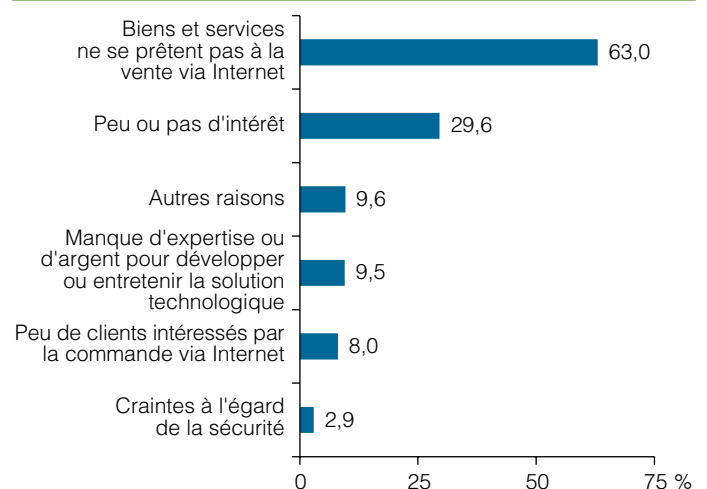
Source : Institut de la statistique du Québec, *Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires*.

Pourquoi ne pas vendre sur Internet ?

Les entreprises branchées qui ne vendent pas sur Internet et qui n'ont pas l'intention de le faire au cours de la prochaine année disent pour la plupart que leurs biens et services ne s'y prêtent pas (63,0 %). La proportion est de 60,2 % dans les entreprises de 1 à 4 employés et de 64,9 % dans celles de 5 à 9 employés, soit des proportions significativement plus petites que celle observée dans les entreprises de 250 employés et plus (74,1 %). La proportion dépasse également les 70,0 % dans les entreprises des secteurs des services professionnels, scientifiques et techniques (74,5 %), de la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie (76,4 %) et de l'extraction minière, de l'exploitation en carrière, et de l'extraction de pétrole et de gaz (78,8 %). La seconde raison invoquée par la plus grande part d'entreprises ne faisant pas de ventes sur Internet et n'ayant pas l'intention d'en faire est le manque d'intérêt (29,6 %). De son côté, le manque d'expertise ou d'argent pour développer ou entretenir la solution technologique est mentionné par seulement une entreprise sur dix. La proportion ne varie pas vraiment d'une taille d'entreprises à l'autre, mais elle est significativement plus grande dans le commerce de détail (21,9 %) que dans les 13 autres industries.

Parmi les autres raisons invoquées par les entreprises pour expliquer pourquoi elles ne vendent pas sur Internet en 2016, on retrouve beaucoup d'éléments permettant d'expliquer que 63,0 % d'entre elles considèrent que leurs biens et services ne se prêtent pas à la vente sur Internet. En particulier, certaines entreprises produisent des biens dont la vente sur Internet est interdite, comme les produits du tabac, ou dont la mise en marché est soumise à des conditions particulières, par exemple

Figure 10
Part des entreprises branchées qui ne reçoivent pas de commandes par Internet et qui n'ont pas l'intention d'en recevoir au cours de la prochaine année selon la raison, Québec, 2016



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

des produits agricoles encadrés par un système de gestion de l'offre. D'autres entreprises ont peu de clients, comme les sous-traitants, vendent à un seul distributeur comme dans le cas des productions cinématographiques ou télévisuelles ou des auteurs, ou font partie d'un regroupement d'entreprises dont la vente des produits est gérée par la maison mère, par une autre division, etc. Enfin, certaines entreprises disent ne rien vendre, par exemple parce qu'elles sont en phase de recherche et développement (R-D).

L'achat sur Internet est beaucoup plus répandu que la vente en ligne

En 2016, la part des entreprises québécoises branchées qui commandent des biens et services en ligne s'élève à 51,4 %, en hausse de 6,3 points de pourcentage par rapport à 2012⁵. Comme pour beaucoup d'autres indicateurs, la part des entreprises branchées qui achètent en ligne croît avec la taille de l'entreprise. Elle est de 44,5 % dans les entreprises de 1 à 4 employés, de 54,9 % dans celles de 5 à 9 employés, de 58,7 % dans celles de 10 à 49 employés et de 69,5 % dans celles de 50 à 249 employés. Enfin, environ huit entreprises branchées sur dix achètent des biens et services sur Internet dans les entreprises de 250 employés et plus. Parmi les industries, c'est dans le secteur de la fabrication de haute et de moyenne-haute technologie (76,7 %) et dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (74,6 %) que l'on retrouve les proportions les plus élevées. Ensemble, ces dernières sont significativement plus grandes que celles des 12 autres

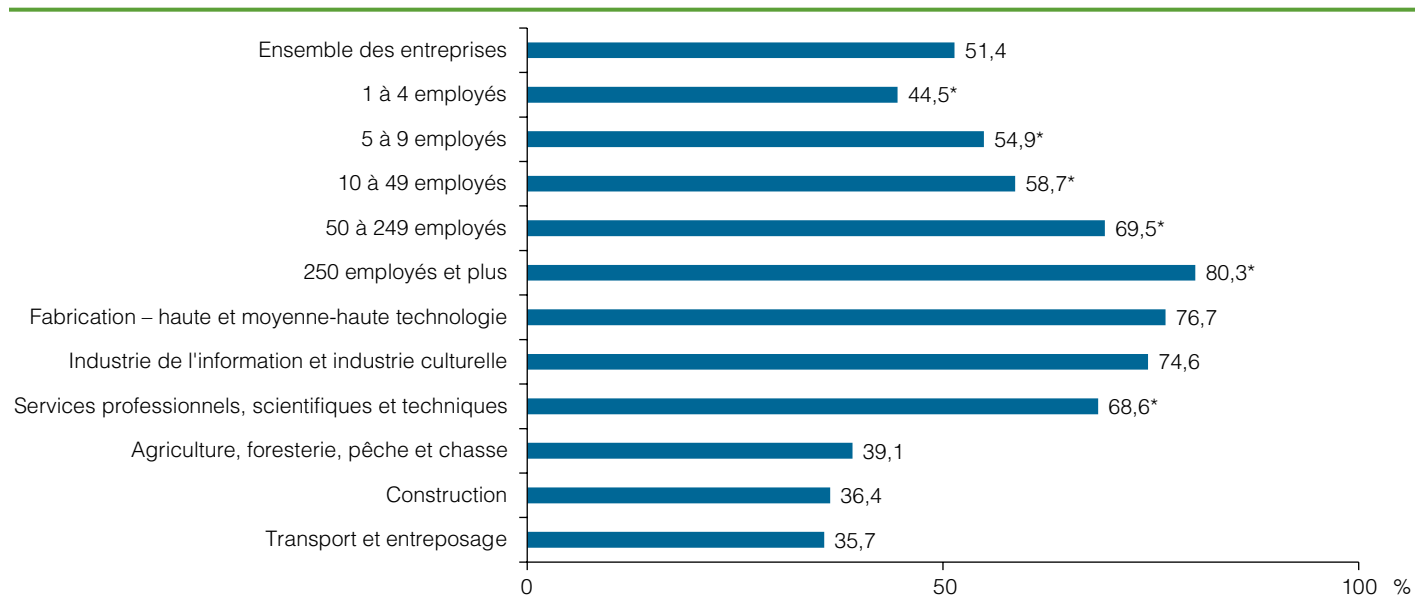
industries. La part des entreprises qui achètent des biens et services en ligne est aussi relativement élevée dans le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques (68,6 %). En revanche, elle est sensiblement plus petite dans les secteurs du transport et de l'entreposage (35,7 %), de la construction (36,4 %) et de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (39,1 %).

La part du montant total des achats de biens et services qui provient des achats faits en ligne est généralement assez petite dans les entreprises qui commandent sur Internet. Dans près d'une entreprise sur cinq, les achats faits en ligne comptent pour moins d'un pour cent du coût des achats totaux et dans 36,1 %, ils représentent entre 1 % et moins de 10 % de ce dernier.

La part des entreprises branchées qui achètent en ligne est près de trois fois plus élevée que la part de celles qui vendent sur Internet. Dans l'ensemble des entreprises branchées, 13,0 % font à la fois des ventes et des achats sur Internet, 5,9 % font uniquement des ventes et 38,4 % effectuent des achats seulement. Autrement dit, 42,7 % des entreprises branchées ne font pas de commerce électronique. La proportion atteint 50,9 % dans les entreprises de 1 à 4 employés, alors qu'elle est seulement de 12,0 % dans celles de 250 employés et plus. Dans les secteurs du transport et de l'entreposage, de la construction et de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse, plus de la moitié des entreprises branchées ne font pas de commerce électronique, les parts étant respectivement de 59,8 %, 58,5 % et 57,4 %.

Figure 11

Part des entreprises branchées qui commandent des biens et services par Internet, selon la taille et selon l'industrie (industries sélectionnées), Québec, 2016



* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres catégories de taille ou industries.

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

5. L'écart entre la donnée de 2012 et la donnée de 2016 pourrait être surestimé. Pour plus d'information, veuillez consulter la note sur les tests de différence à la page 10.

Données détaillées par taille et par industrie

Tableau 1

Indicateurs selon la taille et l'industrie, Québec, 2012 et 2016

	Part des entreprises branchées qui reçoivent des commandes par Internet ¹				Part des entreprises branchées qui ont l'intention de recevoir des commandes par Internet au cours des 12 prochains mois ¹			
	2012		2016		2012		2016	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble du Québec	18,9	A	6,7	A
1 à 4 employés	14,2*	A	5,5*	B
5 à 9 employés	21,4	B	8,1	B
10 à 49 employés	24,2	A	8,1	B
50 à 249 employés	30,6	B	8,0	C
250 employés et plus	33,9	B	8,2	D
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	10,1	C	5,5	D
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	7,0*	B	2,4*	D
Services publics et Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	21,1	B	5,5	D
Construction	10,4	C	4,2	D
Fabrication – haute et moyenne-haute technologie	23,6	B	9,1	C
Fabrication – moyenne-faible et faible technologie	23,8	B	7,3	C
Commerce de gros	26,0	B	11,4	C
Commerce de détail	32,0	B	10,7	C
Transport et entreposage	14,1	B	6,9	D
Industrie de l'information et industrie culturelle	28,7	B	7,2	C
Finance et assurances, Services immobiliers et services de location et de location à bail et Gestion de sociétés et d'entreprises	13,0	C	4,4	D
Services professionnels, scientifiques et techniques	13,5	B	5,9	C
Arts, spectacles et loisirs	27,3	B	7,3	C
Hébergement et services de restauration	24,1	B	5,8	D

* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres catégories de taille ou industries.

1. Étant donné le changement dans le mode de collecte des données entre 2012 et 2016, il n'a pas été possible de produire des résultats pour 2012 qui sont comparables à ceux de 2016. Pour plus d'information, veuillez consulter la note sur les tests de différence à la page 10.

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

Tableau 1 (suite)

Indicateurs selon la taille et l'industrie, Québec, 2012 et 2016

	Pourcentage moyen du chiffre d'affaires qui provient des commandes reçues par Internet dans les entreprises qui reçoivent des commandes par Internet				Part des entreprises branchées recevant des commandes par Internet qui vendent sur leur propre site Web ¹			
	2012		2016		2012		2016	
	% moyen	Cote	% moyen	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble du Québec	23,8	B	25,9	A	72,5	A
1 à 4 employés	25,1	C	27,9	B	67,1	A
5 à 9 employés	22,7	B	22,5	B	74,3	A
10 à 49 employés	24,1	B	27,8	B	75,2	A
50 à 249 employés	21,8	B	19,2	B	80,1	A
250 employés et plus	21,2	C	26,1	C	80,7	B
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	32,5	D	18,1 [†]	D	44,2	C
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	26,7	C	26,3	B	x	x
Services publics et Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	41,9	D	23,4	C	80,2	A
Construction	15,6	D	31,4 [†]	C	x	x
Fabrication – haute et moyenne-haute technologie	23,7	D	35,4 [†]	C	76,1	B
Fabrication – moyenne-faible et faible technologie	38,7	C	33,1	B	70,6	B
Commerce de gros	22,7	C	24,7	B	75,6	A
Commerce de détail	12,9	C	16,8	C	75,4	A
Transport et entreposage	35,9	C	31,4	C	50,0	C
Industrie de l'information et industrie culturelle	17,5	D	30,7 [†]	B	87,1	A
Finance et assurances, Services immobiliers et services de location et de location à bail et Gestion de sociétés et d'entreprises	23,1	D	27,6	C	80,1	B
Services professionnels, scientifiques et techniques	26,1	D	32,9	C	67,6	B
Arts, spectacles et loisirs	26,6	E	27,0	B	85,6	A
Hébergement et services de restauration	28,9	C	27,2	C	86,0	A

* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres catégories de taille ou industries.

† Indique que l'estimation de 2016 est significativement différente de celle de 2012.

1. Cet indicateur n'a pas été mesuré en 2012.

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

Tableau 1 (suite)

Indicateurs selon la taille et l'industrie, Québec, 2012 et 2016

	Part des entreprises branchées qui commandent des biens et services par Internet ¹				Part des entreprises branchées qui ne font pas de commerce électronique ²			
	2012		2016		2012		2016	
	%	Cote	%	Cote	%	Cote	%	Cote
Ensemble du Québec	45,1	A	51,4[†]	A	42,7	A
1 à 4 employés	38,5	A	44,5* [†]	A	50,9*	A
5 à 9 employés	42,7	A	54,9* [†]	A	38,1*	A
10 à 49 employés	54,3*	A	58,7* [†]	A	34,0*	A
50 à 249 employés	66,6	A	69,5*	A	22,3*	B
250 employés et plus	71,5	B	80,3*	A	12,0*	D
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	25,6	C	39,1 [†]	A	57,4	A
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	37,4	C	60,4 [†]	A	39,1	A
Services publics et Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	39,5	B	48,2	A	45,1	A
Construction	27,8	B	36,4 [†]	A	58,5	A
Fabrication – haute et moyenne-haute technologie	65,1	A	76,7 [†]	A	18,1	B
Fabrication – moyenne-faible et faible technologie	46,7	B	62,1 [†]	A	31,9	B
Commerce de gros	40,2	B	54,5 [†]	A	37,9	A
Commerce de détail	57,4	A	59,0	A	30,4	B
Transport et entreposage	26,1	C	35,7 [†]	B	59,8	A
Industrie de l'information et industrie culturelle	64,9	B	74,6	A	21,5	B
Finance et assurances, Services immobiliers et services de location et de location à bail et Gestion de sociétés et d'entreprises	43,2	B	49,4	A	46,2	A
Services professionnels, scientifiques et techniques	67,4	A	68,6*	A	30,0	B
Arts, spectacles et loisirs	46,4	B	54,7	A	37,2	A
Hébergement et services de restauration	35,0	B	44,0 [†]	B	46,0	B

* Indique que le taux est significativement différent de celui de chacune des autres catégories de taille ou industries.

† Indique que l'estimation de 2016 est significativement différente de celle de 2012.

1. L'écart entre la donnée de 2012 et la donnée de 2016 pourrait être surestimé. Pour plus d'information, veuillez consulter la note sur les tests de différence à la page 10.
2. Étant donné le changement dans le mode de collecte des données entre 2012 et 2016, il n'a pas été possible de produire des résultats pour 2012 qui sont comparables à ceux de 2016. Pour plus d'information, veuillez consulter la note sur les tests de différence à la page 10.

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

Note sur les tests de différence

Des tests de différence ont été effectués pour déterminer si les proportions estimées dans les tableaux et les figures sont significativement différentes les unes des autres, le seuil de significativité utilisé étant de 5 %. Les estimations significativement différentes des autres sont suivies d'un astérisque (*).

Des tests de différence ont également été effectués pour déterminer si les estimations de 2016 sont significativement différentes de celles de 2012, le seuil de significativité utilisé étant de 5 %. Les estimations significativement différentes entre les deux années d'enquête sont suivies d'un obèle (†). Le mode de collecte des données ayant changé entre 2012 et 2016 (passant d'une collecte téléphonique en 2012 à une collecte multimode [téléphonique ou web] en 2016), des tests ont été effectués pour vérifier si les données de 2016 peuvent être comparées à celles de 2012. Lorsque les résultats de ces tests montrent que les données de 2016 ne peuvent pas être comparées à celles de 2012, la comparaison n'est pas effectuée. Cependant, étant donné l'importance de certains indicateurs, des résultats non officiels (basés sur le mode téléphonique uniquement) ont été produits en plus des résultats officiels pour 2016 afin de pouvoir analyser l'évolution des réponses entre 2012 et 2016. Par ailleurs, lorsque les tests montrent que les données de 2016 et de 2012 peuvent être comparées, mais que l'écart observé entre les deux années peut être sous-estimé ou surestimé, une note est ajoutée.

Notice bibliographique suggérée

RENAUD, Geneviève (2017). « Les entreprises québécoises et le commerce électronique », *Science, technologie et innovation en bref*, [En ligne], décembre, Institut de la statistique du Québec, p. 1-11. [www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/science-technologie-innovation/bulletins/sti-bref-201712-2.pdf].

Pour en savoir plus sur l'enquête

L'édition 2016 de l'*Enquête sur l'intégration d'Internet aux processus d'affaires* a été réalisée à la demande du ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation (MESI) dans le cadre de la Stratégie numérique du Québec.

Cette enquête a pour objectif de produire des résultats représentatifs de la situation des entreprises au Québec, détaillés pour cinq catégories de taille en termes de nombre d'employés et 14 regroupements industriels, et dont le niveau de précision favorise la détection de différences significatives entre les divers groupes d'entreprises. Les résultats issus de l'enquête ont été estimés à partir des réponses fournies par les entreprises qui ont répondu et ils ont été inférés à l'ensemble de la population visée. Ils sont donc représentatifs de la population des entreprises situées au Québec qui comptent 1 employé ou plus et qui appartiennent à l'une des seize industries du SCIAN couvertes par l'enquête. En 2016, cette population est estimée à environ 170 000 entreprises.

Le questionnaire de l'enquête compte une soixantaine de questions sur l'utilisation de diverses technologies de l'information et des communications (TIC), l'accès à Internet, l'utilisation d'Internet, la présence sur Internet, la pratique du commerce électronique, l'utilisation des services gouvernementaux en ligne, les pratiques de partage électronique d'information et l'investissement dans les TIC. Le questionnaire ainsi que les aspects méthodologiques de l'enquête peuvent être consultés dans le cahier technique et méthodologique disponible sur le [site Web](#) de l'Institut de la statistique du Québec.

Sur le même sujet

Portrait de l'accès à Internet dans les entreprises québécoises en 2016	Novembre 2017
L'utilisation d'Internet dans les entreprises du Québec	Décembre 2017
L'utilisation des technologies de l'information et des communications dans les entreprises québécoises	Décembre 2017
Les investissements dans les technologies de l'information et des communications dans les entreprises du Québec	Décembre 2017

Ce bulletin a été réalisé par : Geneviève Renaud, économiste
genevieve.renaud@stat.gouv.qc.ca

Direction générale adjointe
aux statistiques et à l'analyse
économiques :

Pierre Cauchon, directeur général adjoint

Ont collaboré à la réalisation :

Sarah Bélanger, révision linguistique
Anne-Marie Roy et Gabrielle Tardif, mise en page
Direction de la diffusion et des communications

Pour plus de renseignements :

Direction des statistiques économiques
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3^e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2411, poste 3266
ou 1 800 463-4090 (sans frais)
Télécopieur : 418 643-4129

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
4^e trimestre 2017

ISSN 1911-6918 (en ligne)

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

Toute reproduction autre qu'à des fins de
consultation personnelle est interdite sans
l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm