

INSTITUT
DE LA STATISTIQUE
DU QUÉBEC

www.stat.gouv.qc.ca

SCIENCE, TECHNOLOGIE ET INNOVATION

L'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec entre 2010 et 2012

Rapport d'enquête



Pour tout renseignement concernant l'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

ou

Téléphone : 1 800 463-4090
(sans frais d'appel au Canada et aux États-Unis)

Site Web : www.stat.gouv.qc.ca

Ce document n'est disponible qu'en version électronique.

Dépôt légal
Bibliothèque et Archives Canada
Bibliothèque et Archives nationales du Québec
4^e trimestre 2014
ISBN 978-2-550-72097-3 (PDF)

© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2014

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

Décembre 2014

Avant-propos

Le contexte économique actuel, conjugué à la mondialisation des marchés, amène les entreprises à réfléchir sans cesse à de nouvelles façons de faire pour tirer leur épingle du jeu. Qu'il s'agisse de développer de nouveaux produits ou processus de production ou encore, de mettre en place de nouvelles méthodes organisationnelles ou de commercialisation, l'innovation constitue un des meilleurs moyens pour accroître la compétitivité des entreprises et ainsi générer de la croissance économique.

L'importance de l'innovation ne faisant plus aucun doute, la mesure de celle-ci est essentielle tant pour les entreprises que pour les décideurs publics. C'est donc pour avoir des données récentes sur les processus d'innovation dans les entreprises au Québec que l'Institut de la statistique du Québec a créé un consortium visant à acquérir les données québécoises suréchantillonnées de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012* de Statistique Canada.

Le présent rapport contient un portrait analytique de l'innovation entre 2010 et 2012 dans les entreprises de la fabrication au Québec et au Canada, notamment l'innovation technologique et non technologique ainsi que les outils et les obstacles à l'innovation.

Bonne lecture!

Stéphane Mercier

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'SM', written in a cursive style.

Directeur général

Cette publication a été réalisée par : Marianne Bernier, économiste
Direction des statistiques économiques

Direction des statistiques économiques : Pierre Cauchon, directeur (par intérim)

Ont collaboré à la réalisation : Lucie Robitaille, technicienne
Direction des statistiques sectorielles
et du développement durable

Danielle Laplante, édition de l'ouvrage
Esther Frève, révision linguistique
Gabrielle Tardif, mise en page
Direction des communications

Entente de partenariat

Le suréchantillonnage d'entreprises québécoises de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012* a été financé en vertu d'un partenariat fédéral-provincial comprenant l'Institut de la statistique du Québec, le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportations (anciennement le ministère des Finances et de l'Économie, mission économie et le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie), Industrie Canada (Région du Québec) et Développement économique Canada pour les régions du Québec.

Pour tout renseignement concernant le contenu de cette publication, communiquer avec : 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 ou 1 800 463-4090

Avertissement

Ce rapport d'enquête porte uniquement sur les entreprises du secteur de la fabrication.

À moins d'une mention explicite, tous les tableaux ainsi que toutes les figures présentés dans cette publication ont comme source : Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012*.

En raison de l'arrondissement des données, le total dans les tableaux ne correspond pas toujours à la somme des parties.

Signes conventionnels

..	Donnée non disponible	F	Donnée peu fiable
x	Donnée confidentielle	n	Nombre

Table des matières

INTRODUCTION	13
CHAPITRE 1	
PORTRAIT DE L'INNOVATION DANS LE SECTEUR DE LA FABRICATION AU QUÉBEC	15
CHAPITRE 2	
L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE	19
2.1 L'innovation de produits	19
2.2 L'innovation de procédés	24
CHAPITRE 3	
L'INNOVATION NON TECHNOLOGIQUE	27
3.1 L'innovation organisationnelle	27
3.2 L'innovation en marketing	29
CHAPITRE 4	
LES OUTILS POUR L'INNOVATION	31
4.1 Les technologies de pointe	31
4.2 Les programmes gouvernementaux pour l'innovation	33
CHAPITRE 5	
LES OBSTACLES À L'INNOVATION	35
CONCLUSION	37
ANNEXE 1	
TABLEAUX SUPPLÉMENTAIRES	39
ANNEXE 2	
NOTE MÉTHODOLOGIQUE	67
ANNEXE 3	
QUESTIONNAIRE DE L'ENQUÊTE SUR L'INNOVATION ET LES STRATÉGIES D'ENTREPRISE, 2012	69

Liste des tableaux

ANNEXE 1

TABLEAUX SUPPLÉMENTAIRES

CHAPITRE 1

PORTRAIT DE L'INNOVATION DANS LE SECTEUR DE LA FABRICATION AU QUÉBEC

Tableau 1.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec. 39

Tableau 1.2

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 40

Tableau 1.3

Part des entreprises qui ont introduit une innovation non technologique entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 41

CHAPITRE 2

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Tableau 2.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 42

Tableau 2.2

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de produits a nécessité des changements, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec. 42

Tableau 2.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de produits, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 43

Tableau 2.4

Part des entreprises qui ont indiqué qu'au moins une de leurs innovations de produits introduite entre 2010 et 2012 est une nouveauté, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec . . . 43

Tableau 2.5

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de produits dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de produits en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 44

Tableau 2.6

Répartition du pourcentage du total des revenus de l'entreprise en 2012 provenant de leurs biens et leurs services, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 45

Tableau 2.7

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits indiquant quel est le bien ou le service le plus innovant, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 45

Tableau 2.8

Part des entreprises indiquant le degré d'unicité de leur bien ou leur service le plus innovant, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec . . . 46

Tableau 2.9

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de procédés entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 46

Tableau 2.10
Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012 a nécessité des changements, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec . . . 47

Tableau 2.11
Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 47

Tableau 2.12
Part des entreprises qui ont introduit des innovations de procédés dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de procédés en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 48

Tableau 2.13
Part des entreprises indiquant que les innovations de procédés mises en œuvre entre 2010 et 2012 ont réduit le coût moyen des produits existants, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 49

Tableau 2.14
Pourcentage moyen de réduction des coûts découlant des innovations de procédés mises en œuvre en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de 20 employés et plus, Québec . . . 49

**CHAPITRE 3
L'INNOVATION NON TECHNOLOGIQUE**

Tableau 3.1
Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation organisationnelle entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 50

Tableau 3.2
Nombre moyen d'innovations organisationnelles introduites en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus qui ont innové en organisation, Québec 50

Tableau 3.3
Pourcentage moyen de travailleurs touchés par les innovations organisationnelles de l'entreprise introduites en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus , Québec 51

Tableau 3.4
Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations organisationnelles a nécessité des changements en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec. 51

Tableau 3.5
Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation en marketing entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 52

Tableau 3.6
Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations en marketing en 2012 concernait des biens ou des services existants, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec. 53

Tableau 3.7
Part des entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en marketing en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 54

**CHAPITRE 4
LES OUTILS POUR L'INNOVATION**

Tableau 4.1
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec 55

Tableau 4.2
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, selon le type de technologie, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec. 56

Tableau 4.3	
Part des entreprises qui ont indiqué de quelle façon elles ont acquis ou intégré les technologies de pointe, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	57
Tableau 4.4	
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	58
Tableau 4.5	
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le type de programme, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	59
Tableau 4.6	
Part des entreprises indiquant avoir utilisé des crédits d'impôt du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	60
Tableau 4.7	
Part des entreprises indiquant avoir utilisé des subventions du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	60
Tableau 4.8	
Part des entreprises indiquant avoir utilisé des programmes de formation gouvernementaux pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	61
Tableau 4.9	
Part des entreprises indiquant le plus essentiel des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	62

CHAPITRE 5

LES OBSTACLES À L'INNOVATION

Tableau 5.1	
Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à au moins un obstacle à l'innovation, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	63
Tableau 5.2	
Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012, selon le type d'obstacles, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	64
Tableau 5.3	
Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012 et pris des mesures pour surmonter ces obstacles, selon le type d'obstacles, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec	65

Liste des figures

CHAPITRE 1

PORTRAIT DE L'INNOVATION DANS LE SECTEUR DE LA FABRICATION AU QUÉBEC

Figure 1.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012, Québec 15

Figure 1.2

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique et non technologique entre 2010 et 2012, Québec 16

Figure 1.3

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique entre 2010 et 2012, industries sélectionnées, Québec. 16

Figure 1.4

Part des entreprises qui ont introduit une innovation non technologique entre 2010 et 2012, industries sélectionnées, Québec. 17

CHAPITRE 2

L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE

Figure 2.1.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation de produits entre 2010 et 2012, Québec et Canada 19

Figure 2.1.2

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de produits a nécessité des changements, Québec et Canada 20

Figure 2.1.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de produits, Québec et Canada 20

Figure 2.1.4

Part des entreprises qui ont indiqué qu'au moins une de leur innovation de produits introduite entre 2010 et 2012 est une nouveauté, Québec et Canada. 21

Figure 2.1.5

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de produits dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de produits en 2012, Québec et Canada 21

Figure 2.1.6

Répartition du pourcentage du total des revenus de l'entreprise en 2012 provenant de leurs biens et leurs services, Québec 22

Figure 2.1.7

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits indiquant quel est le bien ou le service le plus innovant, Québec et Canada 22

Figure 2.1.8

Part des entreprises indiquant le degré d'unicité de leur bien ou leur service le plus innovant, Québec et Canada 23

Figure 2.2.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation de procédés entre 2010 et 2012, Québec et Canada 24

Figure 2.2.2

Part des entreprises indiquant que l'introduction de leur innovation de procédés entre 2010 et 2012 a nécessité des changements, Québec et Canada 25

Figure 2.2.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012, Québec 25

Figure 2.2.4

Pourcentage d'entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de procédés en 2012, Québec. 26

Figure 2.2.5
Part des entreprises indiquant que les innovations de procédés mises en œuvre entre 2010 et 2012 ont réduit le coût moyen des produits existants, Québec 26

**CHAPITRE 3
L'INNOVATION NON TECHNOLOGIQUE**

Figure 3.1.1
Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation organisationnelle entre 2010 et 2012, Québec et Canada 27

Figure 3.1.2
Nombre moyen d'innovations organisationnelles introduites en 2012 et pourcentage moyen de travailleurs touchés par les innovations organisationnelles de l'entreprise introduites en 2012, Québec et Canada. 28

Figure 3.1.3
Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leur innovation organisationnelle a nécessité des changements en 2012, Québec et Canada 28

Figure 3.2.1
Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation en marketing entre 2010 et 2012, Québec et Canada 29

Figure 3.2.2
Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leur innovation en marketing en 2012 concernait des biens ou des services existants, Québec et Canada 30

Figure 3.2.3
Part des entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en marketing en 2012, Québec et Canada. 30

**CHAPITRE 4
LES OUTILS DE L'INNOVATION**

Figure 4.1.1
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, Québec 31

Figure 4.1.2
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, selon le type de technologie, Québec et Canada 32

Figure 4.1.3
Part des entreprises qui ont indiqué de quelle façon elles ont acquis ou intégré les technologies de pointe, Québec et Canada. 32

Figure 4.2.1
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation, Québec. 33

Figure 4.2.2
Part des entreprises indiquant avoir utilisé des crédits d'impôt du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, Québec et Canada 33

Figure 4.2.3
Pourcentage d'entreprises indiquant avoir utilisé des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation pendant les trois années de 2010 à 2012, selon le type de programme, Québec et Canada 34

Figure 4.2.4
Part des entreprises indiquant le plus essentiel des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation entre 2010 et 2012, Québec et Canada 34

**CHAPITRE 5
LES OBSTACLES À L'INNOVATION**

Figure 5.1
Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012, selon le type d'obstacles, Québec et Canada 35

Figure 5.2
Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012 et pris des mesures pour surmonter ces obstacles, selon le type d'obstacles, Québec et Canada 36

Introduction

Contexte du projet

Les données présentées dans ce rapport d'enquête proviennent de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012* produite par Statistique Canada. Cette enquête fournit de l'information sur les activités d'innovation, les décisions stratégiques et les stratégies opérationnelles ainsi que sur la participation des entreprises aux chaînes de valeur globales. Elle a été menée à l'hiver 2013 et porte sur la période allant de 2010 à 2012.

L'Institut de la statistique du Québec a mis sur pied un partenariat pour le financement d'une couverture élargie de la population de l'enquête au Québec et l'accès à la portion québécoise des microdonnées de l'enquête. Les partenaires financiers de l'Institut sont : Industrie Canada (région du Québec), Développement économique Canada pour les régions du Québec et le ministère de l'Économie, de l'Innovation et des Exportation (anciennement le ministère des Finances et de l'Économie, mission économie et le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de la Science et de la Technologie).

Organisation du rapport

Dans ce rapport, nous avons décidé de nous concentrer sur l'industrie de la fabrication, ces données étant de meilleure qualité d'un point de vue statistique. Ainsi, à moins d'une mention explicite, tous les résultats présentés dans ce rapport portent sur les industries de la fabrication (SCIAN 31-33).

Le rapport d'enquête sur l'innovation dans le secteur de la fabrication est constitué de cinq chapitres et de trois annexes. Le chapitre 1 dresse un portrait global de l'innovation pour l'ensemble des secteurs de la fabrication. Le deuxième chapitre traite de l'innovation technologique, c'est-à-dire de l'innovation de produits et de procédés, tandis que le troisième chapitre présente l'innovation non technologique, soit l'innovation organisationnelle et l'innovation en marketing. Les chapitres 4 et 5 traitent de thèmes complémentaires à l'innovation : les outils que les entreprises utilisent pour innover ainsi que les obstacles auxquels elles font face.

L'annexe 1 présente les tableaux détaillés de chaque sujet abordé dans le rapport. Les résultats sont ventilés selon la taille de l'entreprise en termes de nombre d'employés et selon un regroupement régional : d'une part les entreprises des RMR de Montréal, Québec et Gatineau et d'autre part les entreprises des RMR de Saguenay, Sherbrooke, Trois-Rivières et du Québec hors RMR. L'annexe 2 explique les grandes caractéristiques de l'enquête, alors que le questionnaire d'enquête est présenté à l'annexe 3.

Présentation des résultats

L'analyse graphique des chapitres 1 à 5 porte sur l'ensemble des entreprises de la fabrication de vingt employés et plus au Québec et au Canada. Ces données ont été extraites du site CANSIM à l'adresse suivante : <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a03?lang=fra&pattern=358-0237..358-0270&p2=31>.

Les résultats détaillés de l'annexe 1 sur l'ensemble des entreprises de la fabrication de vingt employés et plus au Québec ont été produits à partir de la base de microdonnées de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012*. Ces données sont accompagnées de cote de précision et d'intervalles de confiance au niveau de 95 %. Les cotes de précision (A, B, E ou F) sont établies en fonction du coefficient de variation.

Cote de précision des résultats estimés

Symbole	Coefficient de variation	Signification
A	$\leq 5\%$	Très fiable
B	$5\% < CV \leq 15\%$	Fiable
E	$15\% < CV \leq 30\%$	À utiliser avec précaution
F	$> 30\%$	Trop peu fiable pour être publié

La comparaison entre les données québécoises et canadiennes a été effectuée à l'aide de tests de différence. En particulier, ce test utilise l'erreur type pour mesurer l'écart entre deux estimations afin de s'assurer qu'il soit assez grand pour être considéré comme statistiquement significatif. Pour les données canadiennes, nous n'avions pas l'erreur type, mais nous avons la signification des cotes de précision fournies par Statistique Canada. Par exemple, lorsqu'une donnée affiche la cote A, nous savons que son erreur type se trouve entre 0 % et 2,49 %. Afin d'être le plus rigoureux possible, nous avons utilisé la borne supérieure de l'erreur type. Il s'agit d'une méthode conservatrice, mais qui nous assure d'avoir des résultats significativement différents l'un de l'autre. Le seuil des tests de différence a été fixé à 5 %.

La comparaison des données québécoises entre elles, par exemple entre différentes tailles d'entreprise a été effectuée à l'aide des intervalles de confiance. Cette méthode conclut à une différence significative lorsque les intervalles de confiance de deux estimations ne se chevauchent pas. Le niveau de confiance des intervalles a été fixé à 95 %.

Mise en garde

Il faut être prudent dans l'analyse et l'interprétation des données. Le faible nombre de répondants au Québec entraîne des coefficients de variation et des intervalles de confiance particulièrement grands, ce qui limite l'analyse croisée des données selon les différentes stratifications de l'enquête. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle nous nous sommes concentrés sur le secteur de la fabrication dans ce rapport d'enquête.

Par ailleurs, les données ne peuvent être comparées avec celles de l'*Enquête sur l'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec, 2008-2010* de l'Institut de la statistique du Québec et l'*Enquête sur l'innovation 2005* de Statistique Canada, puisque l'unité d'enquête n'est pas la même. Ces deux enquêtes visaient les établissements, tandis que l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012* porte sur les entreprises.

Portrait de l'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec

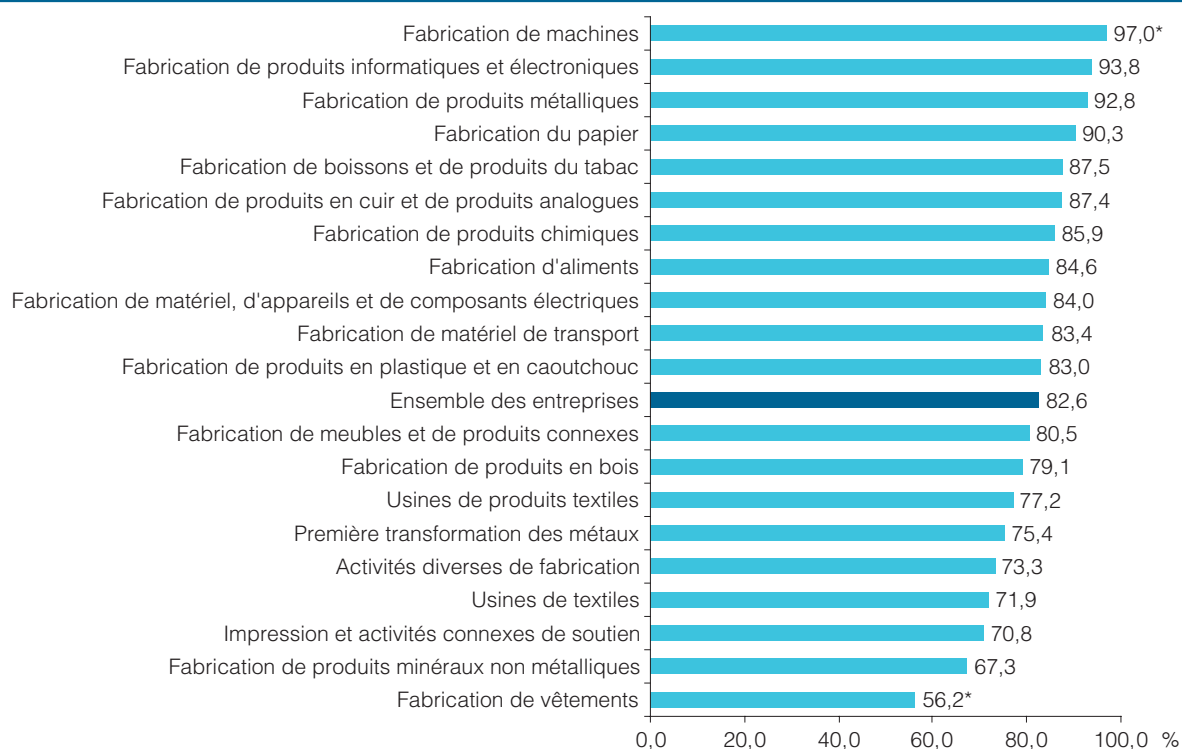
Plus de huit entreprises sur dix ont mis en œuvre une innovation entre 2010 et 2012

La proportion d'entreprises du secteur de la fabrication qui ont introduit au moins un produit, un procédé, une méthode organisationnelle ou une méthode de commercialisation qui était nouveau ou significativement amélioré sur la période allant de 2010 à 2012 se chiffre à 82,6 %. Cela constitue un taux significativement plus élevé que celui qu'on observe dans l'ensemble du Canada où les trois quarts des entreprises de la fabrication ont innové entre 2010 et 2012 (74,8 %).

La part des entreprises qui ont innové entre 2010 et 2012 varie selon les différentes industries de la fabrication; on observe un écart d'environ quarante points de pourcentage entre la plus faible et la plus forte proportion d'entreprises innovatrices. En particulier, ce sont les fabricants de vêtements qui affichent le plus petit pourcentage d'innovateurs (56,2 %), tandis que presque tous les fabricants de machines ont innové entre 2010 et 2012 (97,0 %). Il s'agit des deux seules industries qui ont une proportion d'innovateurs se distinguant de la moyenne québécoise (82,6 %). Les autres industries de la fabrication enregistrent des taux d'innovation allant de 67,3 % dans la fabrication de produits minéraux non métalliques à 93,8 % dans la fabrication de produits informatiques et électroniques.

Figure 1.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012, Québec



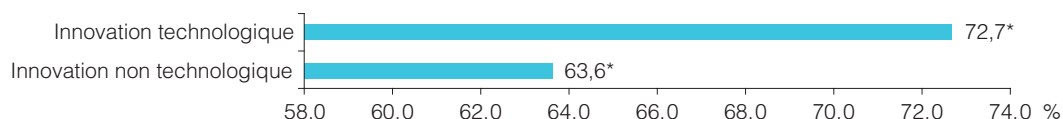
* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

Les innovateurs technologiques sont plus nombreux que les innovateurs non technologiques

Selon la troisième édition du guide de l'OCDE sur les principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation, communément appelé le *Manuel d'Oslo*, il existe quatre types d'innovation regroupés en deux grandes catégories. On trouve d'abord l'innovation technologique qui englobe l'innovation de produits et de procédés, puis l'innovation non technologique qui représente l'innovation organisationnelle et l'innovation en marketing. Entre 2010 et 2012, plus de sept entreprises sur dix ont innové technologiquement (72,7%). Il s'agit d'un taux significativement plus élevé que la proportion d'entreprises qui ont introduit une innovation non technologique (63,6%).

Figure 1.2

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique et non technologique entre 2010 et 2012, Québec

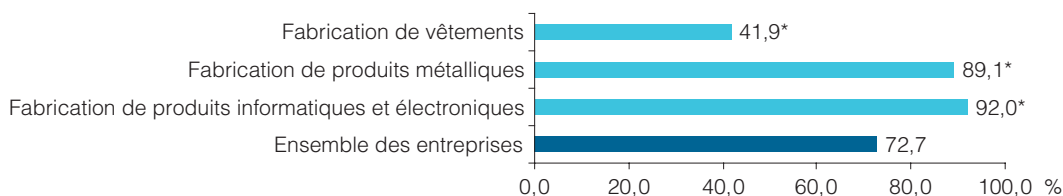


* Indique que les taux sont significativement différents l'un de l'autre.

Dans le domaine de l'innovation technologique, ce sont les fabricants de produits informatiques et électroniques qui sont les plus nombreux en proportion à avoir introduit une innovation technologique (92,0%). Avec les fabricants de produits métalliques (89,1%), il s'agit des deux seuls secteurs qui affichent une proportion significativement plus élevée d'entreprises ayant introduit une innovation de produits ou de procédés entre 2010 et 2012. À l'inverse, les fabricants de vêtements enregistrent la plus faible proportion d'innovateurs technologiques (41,9%). Par ailleurs, contrairement à ce qu'on observe pour la proportion d'entreprises innovatrices, les fabricants de machines ne se distinguent pas significativement de l'ensemble des entreprises : leur taux est de 86,0% sur la période 2010-2012.

Figure 1.3

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique entre 2010 et 2012, industries sélectionnées, Québec

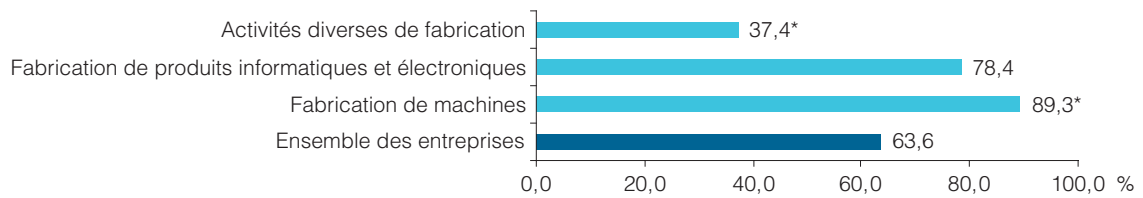


* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

Moins de quatre entreprises sur dix dans le secteur des activités diverses de la fabrication ont introduit une innovation non technologique entre 2010 et 2012 (37,4 %). Il s'agit du plus petit taux parmi les différentes industries de la fabrication au Québec. De l'autre côté de la sphère, on trouve les secteurs de la fabrication de machines (89,3 %) et de produits informatiques et électroniques (78,4 %) qui affichent les plus fortes proportions d'entreprises. De ces deux derniers secteurs, seule la fabrication de machines se distingue significativement de l'ensemble des entreprises en ce qui concerne l'innovation non technologique.

Figure 1.4

Part des entreprises qui ont introduit une innovation non technologique entre 2010 et 2012, industries sélectionnées, Québec



* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

2.1 L'innovation de produits

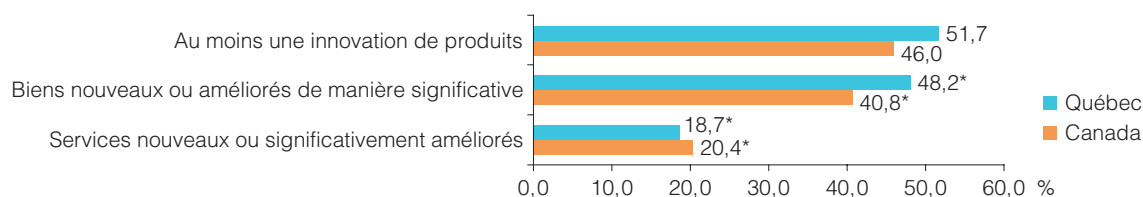
L'innovation de produits correspond à l'introduction d'un produit nouveau ou sensiblement amélioré au sein de l'entreprise, et plus particulièrement d'un bien ou d'un service. Les objectifs de l'innovation de produits sont principalement de maintenir et d'accroître les parts de marché, d'accroître la gamme de biens et de services et d'améliorer la qualité des biens et des services¹.

Plus de la moitié des entreprises de la fabrication ont introduit une innovation de produits

La proportion d'entreprises qui ont introduit au moins une innovation de produits entre les années 2010 et 2012 se chiffre à 51,7 %. Au Canada, 46,0 % des entreprises de la fabrication ont mis en œuvre ce type d'innovation sur la période.

Figure 2.1.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation de produits entre 2010 et 2012, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

En particulier, un peu moins d'une entreprise sur deux a mis en place un bien nouveau ou significativement amélioré (48,2 %), par exemple un bien qui permet un usage nouveau ou qui a changé de matières, de composants ou d'autres caractéristiques le rendant plus performant. Une proportion significativement moins élevée d'entreprises ont introduit un nouveau service ou un service présentant de nouvelles fonctions ou caractéristiques (18,7 %). On observe sensiblement les mêmes proportions dans l'ensemble des entreprises canadiennes de la fabrication : 40,8 % ont innové en biens et 20,4 % en services.

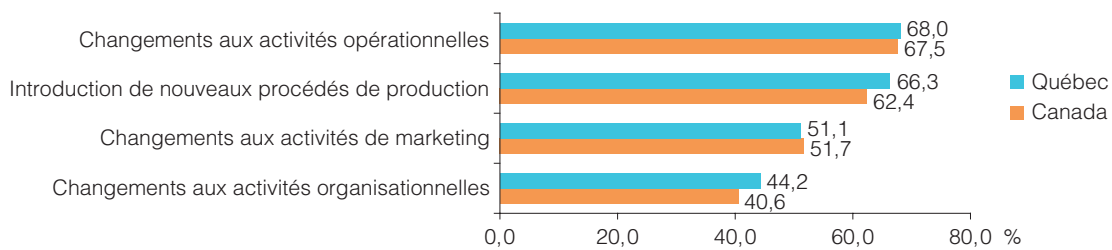
1. Geneviève RENAUD (2012). *L'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec entre 2008 et 2010, Rapport d'enquête*, Québec, Institut de la statistique du Québec, p. 43.

L'introduction des biens ou services innovants engendre des changements dans les entreprises

Les innovations de biens ou de services peuvent entraîner des changements aux activités opérationnelles, aux activités de marketing et aux activités organisationnelles de l'entreprise ou même nécessiter l'introduction de nouveaux procédés. Il semble que ce sont les activités opérationnelles qui soient les plus touchées par l'introduction d'innovation de produits : 68,0 % des entreprises ont apporté des changements à ce champ d'activité. Par ailleurs, les deux tiers des entreprises ont dû introduire des nouveaux procédés de production pour permettre l'introduction de leurs innovations de biens (66,3%). En outre, la moitié des entreprises qui ont innové en biens ou en services ont effectué des changements aux activités de marketing (51,1 %) et 44,2% des entreprises ont modifié leurs activités organisationnelles. Ces changements ne signifient toutefois pas que ces entreprises ont innové en marketing ou en organisation.

Figure 2.1.2

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de produits a nécessité des changements, Québec et Canada

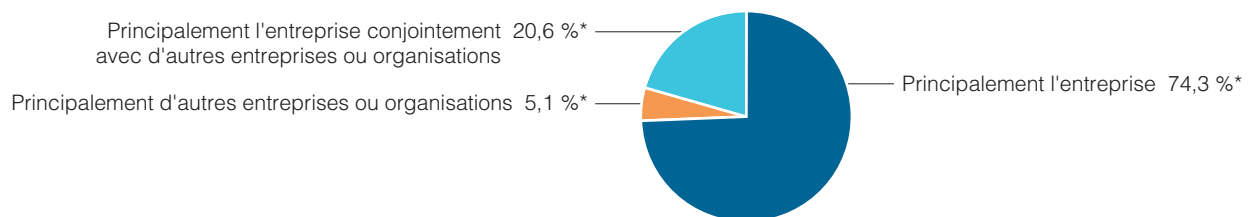


La plupart des innovations de produits sont développées au sein de l'entreprise

Environ les trois quarts des entreprises qui ont introduit des innovations de biens ou de services affirment que ces innovations ont été développées principalement par l'entreprise (74,3 %), ce qui en fait le principal lieu de développement des innovations de produits. Par ailleurs, dans une entreprise sur quatre, d'autres organisations sont intervenues dans les activités d'innovation. En particulier, une entreprise sur cinq explique que ces innovations ont été faites à la fois par l'entreprise et par d'autres entreprises ou organisations (20,6 %), tandis que 5,1 % des entreprises affirment que ces innovations ont été effectuées principalement par d'autres entreprises ou organisations.

Figure 2.1.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de produits, Québec et Canada



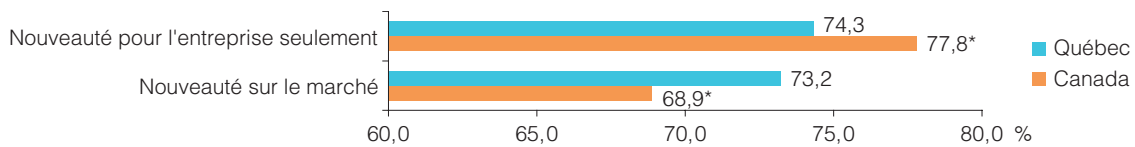
* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Environ les trois quarts des entreprises ont introduit une innovation nouvelle sur le marché

Afin qu'un produit soit considéré comme une innovation, il doit être nouveau pour l'entreprise, mais pas nécessairement sur le marché. Ainsi, une entreprise peut innover, même si le produit a déjà été introduit sur le marché par d'autres entreprises : c'est ce que 74,3% des entreprises du Québec ont fait entre 2010 et 2012. Par ailleurs, 73,2% des entreprises de la fabrication ont introduit un bien ou un service nouveau ou significativement amélioré sur le marché avant ses concurrents. Dans l'ensemble du Canada, on remarque une différence significative entre ces deux proportions : moins d'entreprises ont introduit un bien ou un service nouveau ou significativement amélioré qui était une nouveauté sur le marché (68,9%) qu'une innovation nouvelle pour l'entreprise seulement (77,8%).

Figure 2.1.4

Part des entreprises qui ont indiqué qu'au moins une de leur innovation de produits introduite entre 2010 et 2012 est une nouveauté, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Les entreprises québécoises dépensent moins dans l'innovation de produits

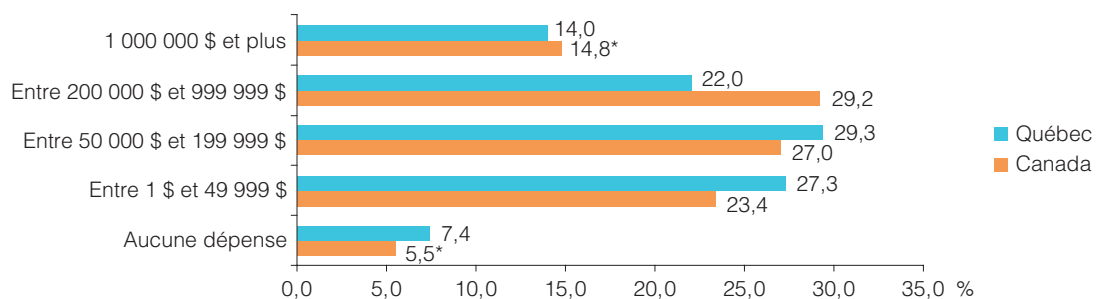
Plus de la moitié des entreprises innovatrices en produits ont dépensé entre 1 \$ et 199 999 \$ en 2012 : plus précisément, 27,3% entre 1 \$ et 49 999 \$ et 29,3% entre 50 000 \$ et 199 999 \$. Ce sont sensiblement les mêmes proportions parmi les entreprises qui ont introduit des biens ou des services nouveaux ou significativement améliorés au Canada entre 2010 et 2012 : 23,4% des entreprises ont dépensé entre 1 \$ et 49 999 \$ et 27,0% ont dépensé entre 50 000 \$ et 199 999 \$.

Par ailleurs, 36,0% des entreprises qui ont innové en biens ou en services entre les années 2010 et 2012 affirment avoir dépensé plus de 200 000 \$, tandis que cette proportion s'élève à 44,0% au Canada. En particulier, 22,0% affirment avoir effectué des dépenses pour l'innovation de produits entre 200 000 \$ et 999 999 \$ et 14,0% des dépenses totalisant 1 000 000 \$ et plus. Dans l'ensemble du Canada, on dénombre 29,2% des entreprises qui ont dépensé entre 200 000 \$ et 999 999 \$ et 14,8% qui ont dépensé 1 000 000 \$ et plus.

Enfin, parmi les entreprises qui ont innové en produits sur la période 2010-2012, environ 7,4% des entreprises au Québec et 5,5% au Canada mentionnent n'avoir effectué aucune dépense en matière d'innovation de produits en 2012.

Figure 2.1.5

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de produits dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de produits en 2012, Québec et Canada



* Indique que le taux se distingue significativement de celui des autres catégories.

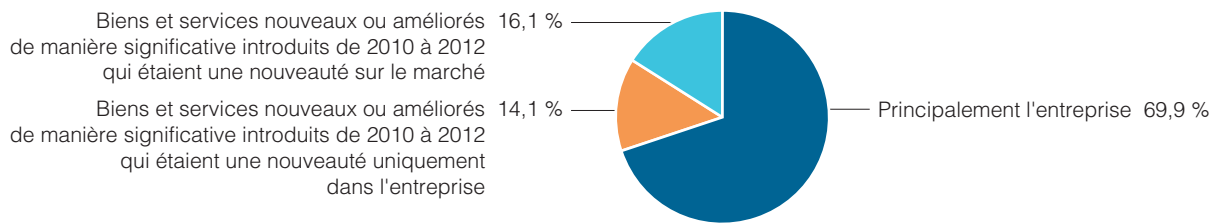
Les innovations de produits représentent près du tiers des revenus de l'entreprise

La part des revenus de l'entreprise en 2012 provenant des innovations de produits introduites au courant des années 2010 à 2012 se chiffre à 30,1%. En particulier, 16,1% des revenus découlent des innovations qui représentent une nouveauté sur le marché et 14,1%, des innovations nouvelles pour l'entreprise. Ainsi, les revenus ne semblent pas varier selon le degré de nouveauté des produits innovants. Enfin, la plus grande partie, soit 69,9% des revenus, découle des biens ou des services qui n'ont pas changé ou qui ont été modifiés de façon superficielle de 2010 à 2012.

La répartition des revenus est sensiblement la même parmi les entreprises de la fabrication au Canada qui ont introduit des biens ou des services nouveaux ou significativement améliorés entre 2010 et 2012: 72,9% des revenus de l'entreprise proviennent de produits qui n'avaient subi aucun changement notable, tandis que 13,1% découlent des innovations sur le marché et 13,9% des innovations de l'entreprise seulement.

Figure 2.1.6

Répartition du pourcentage du total des revenus de l'entreprise en 2012 provenant de leurs biens et leurs services, Québec

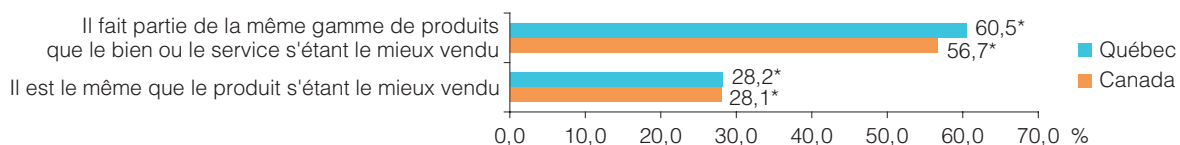


Environ trois entreprises sur dix croient que leur produit le plus innovant est également celui étant le mieux vendu

Parmi les nouveaux produits ou ceux sensiblement améliorés qui ont été introduits par les entreprises entre 2010 et 2012, il y a un produit qui est plus innovant que les autres. Six entreprises sur dix affirment que ce produit fait partie de la même gamme de produits que le bien ou le service s'étant le mieux vendu, tandis que 28,2% des entreprises affirment qu'il s'agit du produit le mieux vendu. Ces résultats sont les mêmes dans l'ensemble du Canada: le produit le plus innovant fait partie de la même gamme de produits que le bien ou le service le mieux vendu pour 56,7% des entreprises et représente le produit s'étant le mieux vendu pour 28,1% des entreprises.

Figure 2.1.7

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits indiquant quel est le bien ou le service le plus innovant, Québec et Canada



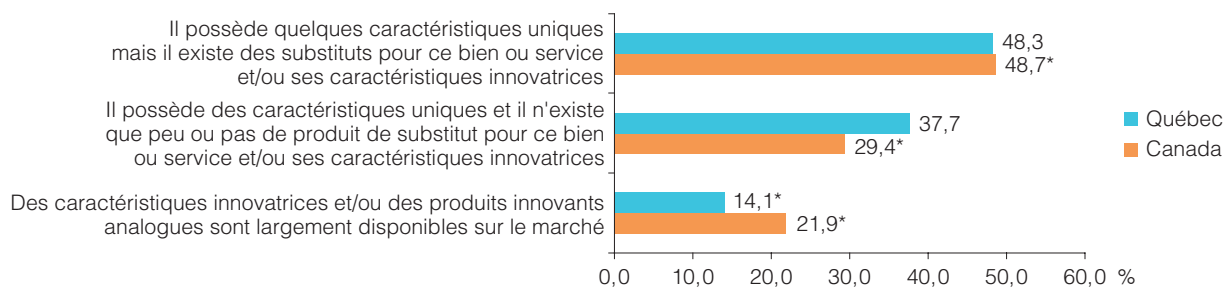
* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

La majorité des produits les plus innovants ont des substituts sur le marché

Le produit le plus innovant pour l'entreprise n'est pas nécessairement si innovant pour le marché. En fait, environ la moitié des entreprises affirment que leur produit le plus innovant possède des caractéristiques uniques, mais qu'il y a des substituts pour ce produit ou ses caractéristiques innovatrices (48,3% au Québec et 48,7% au Canada). Par ailleurs, selon 14,1% des entreprises, leur produit le plus innovant a un substitut sur le marché ou possède des caractéristiques innovatrices qui sont déjà largement disponibles. Plus d'entreprises au Canada ont répondu par l'affirmative à cette question (21,9%), bien que la différence n'est pas significative entre les deux proportions. Enfin, 37,7% des entreprises qui ont innové en biens ou en services expliquent que leur produit le plus innovant n'a pas ou peu de substituts sur le marché. Cette proportion est légèrement plus élevée que celle des entreprises canadiennes affirmant la même chose (29,4%).

Figure 2.1.8

Part des entreprises indiquant le degré d'unicité de leur bien ou leur service le plus innovant, Québec et Canada



* Indique que le taux se distingue significativement de celui des autres catégories.

2.2 L'innovation de procédés

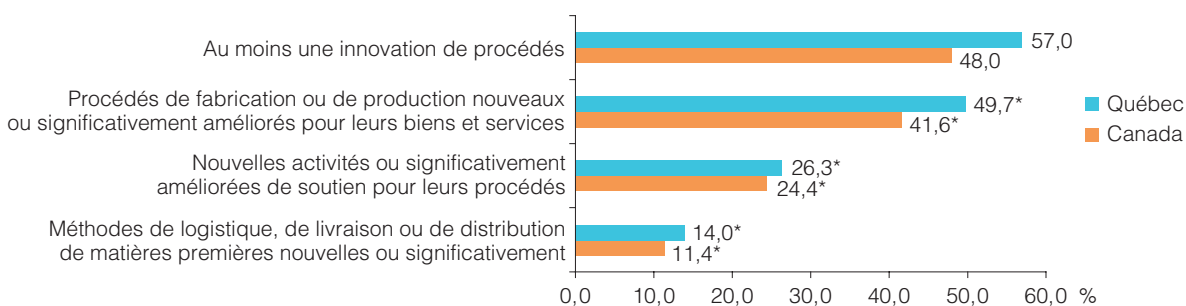
L'innovation de procédés touche les méthodes de production et de distribution des biens et des services. En particulier, on rencontre trois catégories pour ce type d'innovation : des procédés de fabrication ou de production nouveaux ou significativement améliorés des biens et des services, des méthodes de logistique de livraison ou de distribution de matières premières nouvelles ou significativement améliorées pour les intrants, les biens ou les services et des activités de soutien pour les procédés nouvelles ou significativement améliorées. Selon le *Manuel d'Oslo*, les principaux objectifs de l'innovation de procédés sont de diminuer les coûts unitaires de production ou de distribution, d'augmenter la qualité, ou de produire ou distribuer des produits nouveaux ou sensiblement améliorés².

Près de six entreprises sur dix ont introduit une innovation de procédés entre 2010 et 2012

Au cours des années 2010 à 2012, 57,0% des entreprises de l'industrie de la fabrication ont introduit au moins une innovation de procédés. Il s'agit d'une proportion significativement plus élevée que celles des entreprises canadiennes qui ont mis en œuvre ce type d'innovation sur la même période (48,0%).

Figure 2.2.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation de procédés entre 2010 et 2012, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Environ la moitié des entreprises ont mis en place un nouveau procédé de fabrication ou de production, c'est-à-dire qu'ils ont utilisé des techniques, matériels et logiciels nouveaux pour produire des biens ou des services (49,7%). Un peu plus du quart des entreprises ont introduit des nouvelles activités de soutien auxiliaires telles que des systèmes d'entretien ou des opérations d'achats, de comptabilité, de calcul ou de maintenance (26,3%), tandis que 14,0% ont innové sur le plan des méthodes de logistique, de livraison ou de distribution, par exemple l'utilisation d'un nouveau système de traçabilité des marchandises par code à barres. Dans l'ensemble du Canada, ces catégories d'innovation ont été effectuées par respectivement 41,6%, 24,4% et 11,4% des entreprises de la fabrication, soit des résultats quasi semblables.

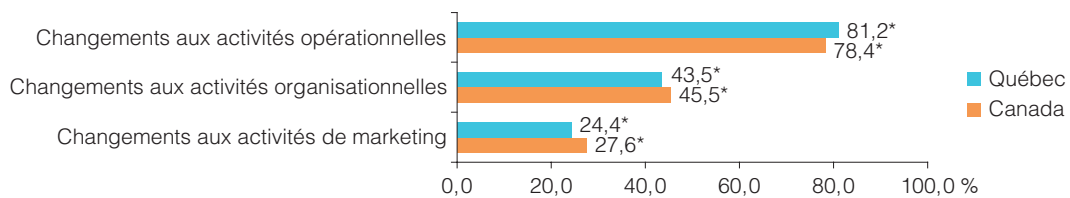
2. OCDE (2005). *Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, troisième édition, p. 57.

Dans plus de huit entreprises sur dix, la mise en œuvre des innovations de procédés a engendré des changements aux activités opérationnelles

Les innovations de procédés peuvent avoir un impact dans trois champs de l'entreprise : les activités opérationnelles, les activités organisationnelles et les activités de marketing. Ce sont les premières qui semblent le plus touchées : 81,2% des entreprises mentionnent que l'introduction de ce type d'innovation a exigé des changements aux activités opérationnelles. Dans l'ensemble du Canada, ce sont 78,4% des entreprises qui ont dû apporter des changements à ce niveau. Par ailleurs, un peu plus de quatre entreprises sur dix affirment que la mise en œuvre des innovations de procédés a entraîné des changements à leurs activités organisationnelles (43,5%), tandis qu'une entreprise sur quatre a changé ses activités de marketing (24,4%). On observe sensiblement les mêmes proportions dans les entreprises canadiennes, respectivement 45,5% et 27,6%.

Figure 2.2.2

Part des entreprises indiquant que l'introduction de leur innovation de procédés entre 2010 et 2012 a nécessité des changements, Québec et Canada



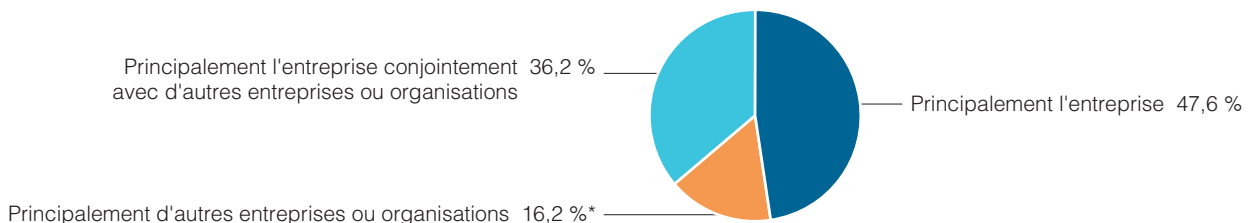
* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Plus de la moitié des entreprises affirment que d'autres entreprises ou organisations ont développé leurs innovations de procédés

Bien que le principal lieu de développement des innovations en procédés demeure l'entreprise seule (47,6%), les autres entreprises ou organisations semblent intervenir grandement dans le processus d'innovation. En effet, contrairement à ce que l'on observe pour les innovations de produits, plus d'entreprises intègrent de nouveaux procédés conjointement avec d'autres entreprises ou organisations (36,2%). Par ailleurs, alors que seulement 5,1% des entreprises expliquent que ce sont d'autres entreprises ou organisations qui ont développé les innovations de produits, ce sont 16,2% qui affirment la même chose pour leurs innovations de procédés.

Figure 2.2.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012, Québec



* Indique que le taux se distingue significativement de celui des autres catégories.

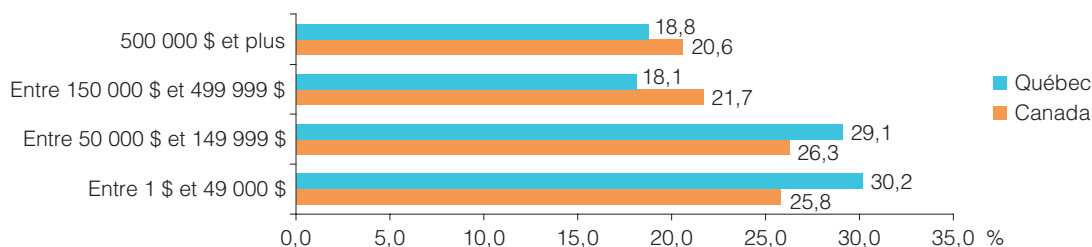
Le tiers des entreprises ont dépensé moins de 50 000 \$ pour l'innovation de procédés

Parmi les entreprises québécoises de la fabrication qui ont introduit une innovation de procédés, seulement 18,8 % ont dépensé 500 000 \$ et plus pour la mise en œuvre d'une technologie de production, d'une méthode de distribution ou d'une activité de soutien nouvelle ou significativement améliorée en 2012. À titre comparatif, 14,0 % des entreprises qui ont innové en biens ou en services ont dépensé au moins 1 000 000 \$ pour l'innovation de produits, ce qui porte à croire que les entreprises innovatrices dépensent de moins grands montants pour l'innovation de procédés³. Même constat dans l'ensemble du Canada, où 20,6 % des entreprises ont dépensé au moins 500 000 \$ pour l'innovation de procédés et 14,8 % ont dépensé 1 000 000 \$ et plus pour l'innovation de produits. De plus, respectivement 18,1 et 21,7 % des entreprises québécoises et canadiennes ont dépensé entre 150 000 \$ et 499 999 \$ en 2012 pour l'innovation de procédés.

En outre, 30,2 % des entreprises ont effectué entre 1 \$ et 49 000 \$ de dépenses pour le développement de nouveaux procédés et 29,1 % ont dépensé entre 50 000 \$ et 149 999 \$. Dans l'ensemble du Canada, ces proportions sont respectivement de 25,8 % et de 26,3 %.

Figure 2.2.4

Pourcentage d'entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de procédés en 2012, Québec



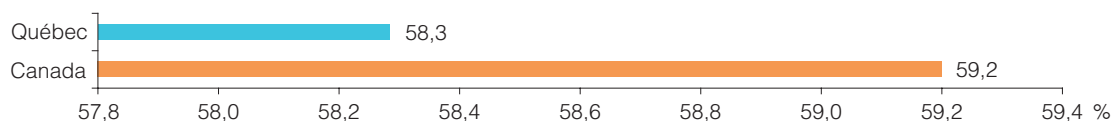
Presque six entreprises sur dix indiquent que les innovations de procédés ont permis de réduire le coût moyen des produits existants

Tel que le mentionne le *Manuel d'Oslo*, un des buts de l'innovation de procédés consiste à réduire les coûts unitaires de production ou de distribution des biens et des services. Au Québec, 58,3 % des entreprises qui ont mis en œuvre des procédés nouveaux ou sensiblement améliorés au courant des années 2010 à 2012 affirment que ces innovations leur ont permis de réduire le coût moyen unitaire des produits existants. Par ailleurs, dans l'ensemble du Canada, ce sont 59,2 % des entreprises qui ont répondu par l'affirmative à cette question.

Le pourcentage moyen de réduction des coûts se chiffre à 11,0 % dans les entreprises du Québec et à 11,5 % dans celles du Canada.

Figure 2.2.5

Part des entreprises indiquant que les innovations de procédés mises en œuvre entre 2010 et 2012 ont réduit le coût moyen des produits existants, Québec



3. Il faut être prudent dans cette comparaison, puisque les dénominateurs ne sont pas les mêmes dans les deux cas. Les questions des dépenses en innovation de produits et de procédés ont été posées respectivement aux entreprises qui ont innové en produits et celles qui ont innové en procédés.

L'innovation non technologique

3.1 L'innovation organisationnelle

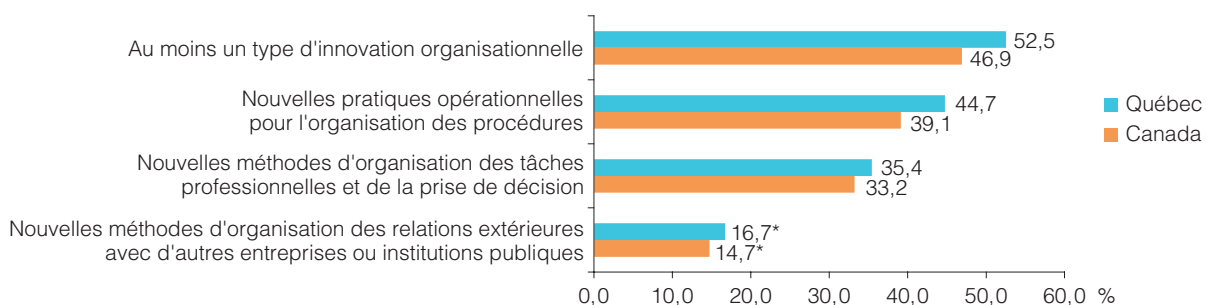
L'innovation organisationnelle touche les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail et les relations avec l'extérieur et résulte de décisions stratégiques prises par la direction. Plus précisément, ce type d'innovation peut prendre trois formes : des nouvelles pratiques opérationnelles pour l'organisation des procédures, des nouvelles méthodes d'organisation des tâches professionnelles et de la prise de décision et des nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques. Selon le *Manuel d'Oslo*, les principaux objectifs de l'innovation organisationnelle sont la réduction des coûts administratifs ou de transaction, l'amélioration du niveau de satisfaction au travail, l'accès à des biens non marchands et la réduction des coûts des approvisionnements⁴.

Plus de la moitié des entreprises de la fabrication ont introduit une innovation organisationnelle

Entre les années 2010 à 2012, la proportion d'entreprises de la fabrication qui ont introduit au moins une innovation organisationnelle se chiffre à 52,5 %. Dans l'ensemble du Canada, cette proportion s'élève à 46,9 %, soit un taux légèrement plus bas, bien que non significativement différent.

Figure 3.1.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation organisationnelle entre 2010 et 2012, Québec et Canada



* Indique que le taux se distingue significativement de celui des autres catégories.

Sur la période 2010-2012, 44,7 % des entreprises au Québec ont introduit une innovation touchant les pratiques opérationnelles, c'est-à-dire affectant la gestion de la chaîne d'approvisionnement, la restructuration des activités, la gestion du savoir, la production sur commande ou la gestion de la qualité. Par ailleurs, on rencontre un peu plus du tiers des entreprises qui ont mis en œuvre une nouvelle méthode d'organisation du travail, par exemple une première utilisation d'un nouveau système de tâches professionnelles, du travail d'équipe, une décentralisation, une intégration ou un démantèlement de services ou un nouveau système de formation (35,4 %). En outre, une part significativement moins élevée d'entreprises ont introduit une nouvelle méthode d'organisation des relations extérieures telle qu'une nouvelle alliance ou un nouveau partenariat, de l'impartition ou de la sous-traitance notamment (16,7 %). Dans l'ensemble du Canada, ce sont sensiblement les mêmes résultats pour ces trois catégories

4. OCDE (2005). *Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, troisième édition, p. 60.

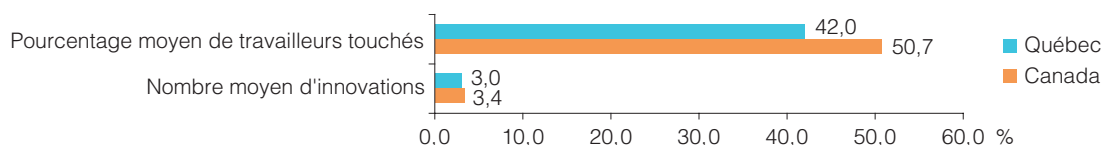
d'innovations organisationnelles : 39,1 % des entreprises ont mis en œuvre de nouvelles pratiques opérationnelles, 33,2 % des nouvelles méthodes d'organisation des tâches professionnelles et de prise de décision et 14,7 % des nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures.

Les entreprises ont introduit en moyenne trois innovations organisationnelles

Le nombre moyen d'innovations organisationnelles des entreprises qui innovent est évalué à 3,0 au Québec et à 3,4 au Canada. De plus, le pourcentage moyen des travailleurs qui sont touchés par ces organisations s'élève respectivement à 42,0 % et à 50,7 % au Québec et au Canada.

Figure 3.1.2

Nombre moyen d'innovations organisationnelles introduites en 2012 et pourcentage moyen de travailleurs touchés par les innovations organisationnelles de l'entreprise introduites en 2012, Québec et Canada

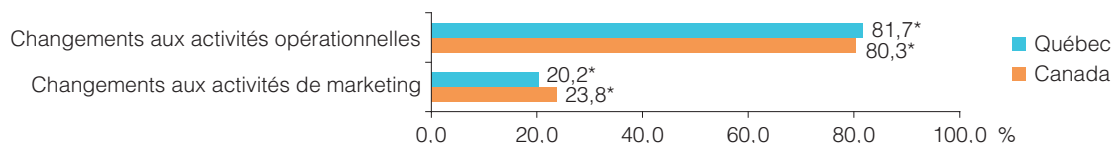


L'innovation organisationnelle engendre des changements dans plus de huit entreprises sur dix

Les innovations organisationnelles ont entraîné des changements aux activités opérationnelles auprès de 81,7 % des entreprises innovatrices en commercialisation. Il s'agit d'une proportion significativement plus élevée que celle des entreprises qui ont mené des changements aux activités de marketing (20,2 %) à la suite de l'introduction de leurs innovations. Dans l'ensemble du Canada, on observe le même phénomène : nettement plus d'entreprises ont apporté des changements dans les activités opérationnelles (80,3 %) que dans les activités de marketing (23,8 %).

Figure 3.1.3

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leur innovation organisationnelle a nécessité des changements en 2012, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

3.2 L'innovation en marketing

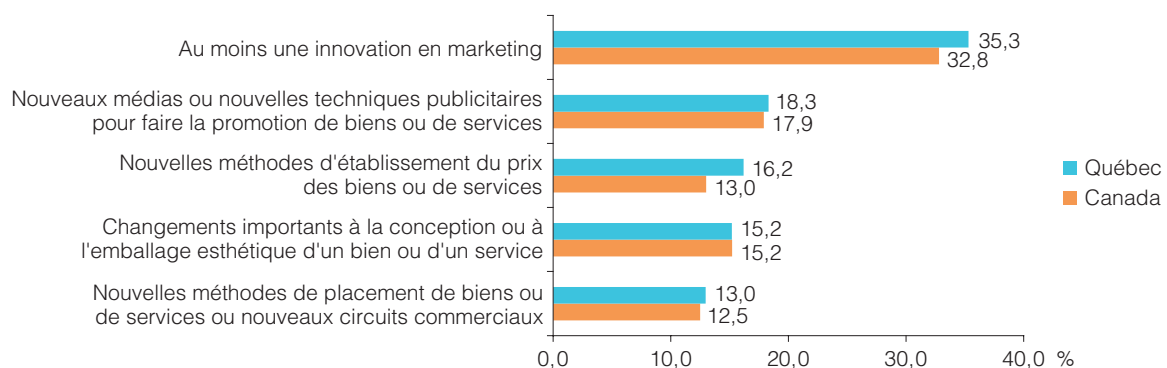
L'innovation en marketing touche la conception, le placement, la promotion et le prix des biens et des services de l'entreprise. Il s'agit de modifications importantes qui vont au-delà des changements saisonniers, réguliers ou systématiques apportés aux méthodes de marketing. En particulier, on rencontre quatre formes d'innovation de commercialisation : des changements importants dans la conception ou l'emballage esthétique d'un produit, des nouveaux médias ou des nouvelles techniques publicitaires pour la vente de ces produits, des nouvelles méthodes de placements des produits ou des nouveaux circuits commerciaux ainsi que des nouvelles méthodes d'établissements des prix. Selon le *Manuel d'Oslo*, les principaux objectifs de ce type d'innovation consistent à satisfaire les besoins des consommateurs, ouvrir de nouveaux marchés et positionner d'une manière nouvelle sur le marché un produit de l'entreprise dans le but d'augmenter les ventes⁵.

Un peu plus du tiers des entreprises de la fabrication ont introduit une innovation en marketing

Sur la période allant de 2010 à 2012, 35,3 % des entreprises de la fabrication au Québec ont innové en commercialisation, soit sensiblement la même proportion que dans l'ensemble du Canada (32,8 %). Il s'agit du type d'innovation le moins courant, tant au Québec qu'au Canada et tant dans la fabrication que dans l'ensemble des secteurs industriels.

Figure 3.2.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation en marketing entre 2010 et 2012, Québec et Canada



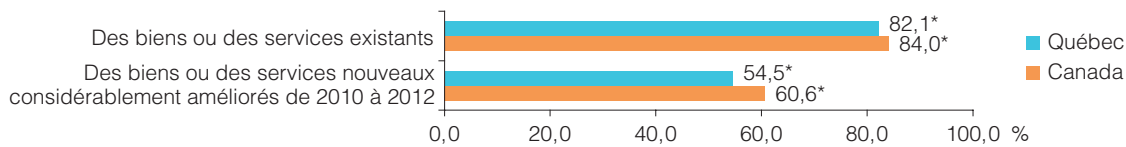
Au Québec, moins d'une entreprise sur cinq a mis en œuvre des changements au niveau de la promotion de ses produits, par exemple en utilisant pour la première fois un nouveau média publicitaire, en développant une nouvelle image de marque ou en introduisant des cartes de fidélité (18,3 %). On observe sensiblement les mêmes proportions d'entreprises pour les trois autres catégories d'innovation de commercialisation : 16,2 % des entreprises de la fabrication ont introduit une nouvelle méthode d'établissement des prix, telle qu'une première utilisation du prix variable en fonction de la demande ou un système de remise par exemple, 15,2 % ont apporté des changements à la conception ou l'emballage esthétique d'un produit et 13,0 % ont utilisé une nouvelle approche pour le placement des produits, que ce soit en utilisant pour la première fois une licence de franchisage ou de distribution ou en utilisant des nouveaux concepts de présentation de produits par exemple. Comme pour les autres types d'innovation, les entreprises canadiennes de la fabrication affichent les mêmes comportements d'innovation : 17,9 % ont innové en matière de promotion d'un produit, 13,0 % en ce qui concerne l'établissement des prix, 15,2 % en ce qui touche l'emballage et la conception du produit et enfin 12,5 % ont innové en matière de placement de produits.

5. OCDE (2005). *Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, troisième édition, p. 58.

La plupart des innovations en marketing touchent des biens ou services qui existent déjà au sein de l'entreprise : 82,1 % des entreprises québécoises indiquent que leurs innovations concernent ce genre de produits et cette proportion s'élève à 84,0 % dans les entreprises canadiennes. Par ailleurs, plus de la moitié des entreprises ont mentionné que l'introduction de leurs innovations en marketing en 2012 concernait des biens ou des services nouveaux ou significativement améliorés de 2010 à 2012 (54,5 %). En fait, on remarque que l'innovation de produits va souvent de pair avec l'innovation en commercialisation. Dans l'ensemble du Canada, 60,6 % des entreprises de la fabrication ont affirmé que leurs innovations en marketing concernaient des produits nouveaux ou significativement améliorés.

Figure 3.2.2

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leur innovation en marketing en 2012 concernait des biens ou des services existants, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

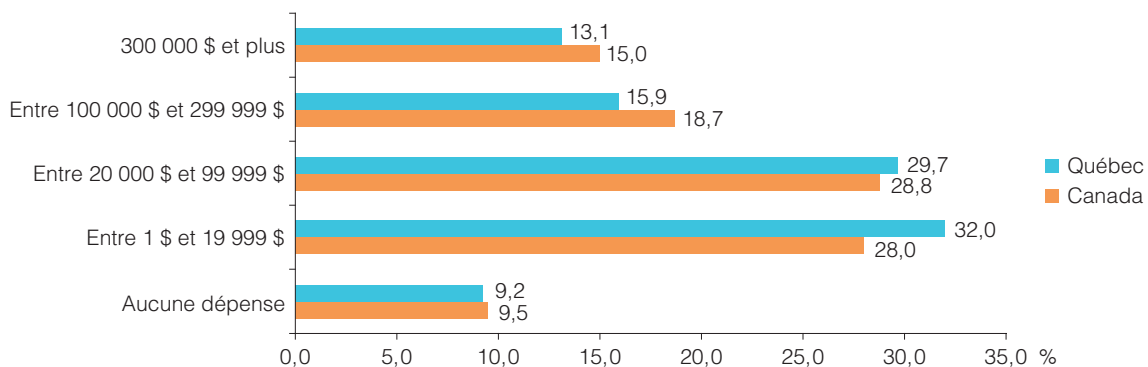
Moins d'une entreprise sur dix n'avait aucune dépense en marketing en 2012

La plupart des entreprises de la fabrication dépensent pour le marketing, que ce soit dans le but d'innover ou non. En effet, seulement 9,2 % des entreprises estiment que leurs dépenses sont nulles dans cette catégorie en 2012. Environ le tiers ont dépensé moins de 20 000 \$ (32,0 %) ou entre 20 000 \$ et 99 999 \$ (29,7 %). Par ailleurs, 15,9 % des entreprises de la fabrication ont dépensé entre 100 000 \$ et 299 999 \$, tandis que 13,1 % ont dépensé au moins 300 000 \$ en marketing au courant de l'année 2012. Chez les entreprises de 250 employés et plus, ce sont plus de la moitié d'entre elles qui ont dépensé plus de 300 000 \$ (55,1 %), soit une proportion significativement plus élevée que celles des entreprises de 20 à 99 employés ayant dépensé de telles sommes (7,9 %).

Approximativement les mêmes proportions d'entreprises canadiennes se situent dans ces catégories de dépense. Moins de 10 % des entreprises n'ont effectué aucune dépense en marketing (9,5 %), moins de trois entreprises sur dix ont dépensé moins de 20 000 \$ (28,0 %) ou entre 20 000 \$ et 99 999 \$ (28,8 %) et moins d'une entreprise sur cinq a dépensé entre 100 000 \$ et 299 999 \$ (18,7 %) ou 300 000 \$ et plus (15,0 %).

Figure 3.2.3

Part des entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en marketing en 2012, Québec et Canada



Les outils pour l'innovation

4.1 Les technologies de pointe

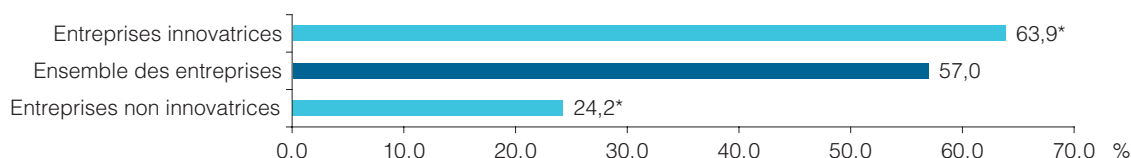
Une technologie de pointe constitue une nouvelle technologie par laquelle l'entreprise exerce une nouvelle fonction ou améliore grandement une fonction par rapport aux technologies utilisées couramment dans l'industrie ou par ses concurrents. Il s'agit en quelque sorte d'un outil à l'innovation, mais les technologies de pointe peuvent également représenter une innovation en soi⁶.

Près de six entreprises sur dix ont utilisé au moins une technologie de pointe

Dans l'ensemble des entreprises, on dénombre 57,0% d'entre elles qui ont utilisé au moins un type de technologie de pointe en 2012. Sans surprise, celles qui ont innové au cours des années 2010 à 2012 sont significativement en plus grande proportion à les avoir intégrées par rapport aux entreprises non innovatrices. En effet, seulement le quart des entreprises qui n'ont pas innové ont utilisé ce type de technologie en 2012 (24,2%) contre une proportion de 63,9% chez les entreprises innovatrices.

Figure 4.1.1

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, Québec



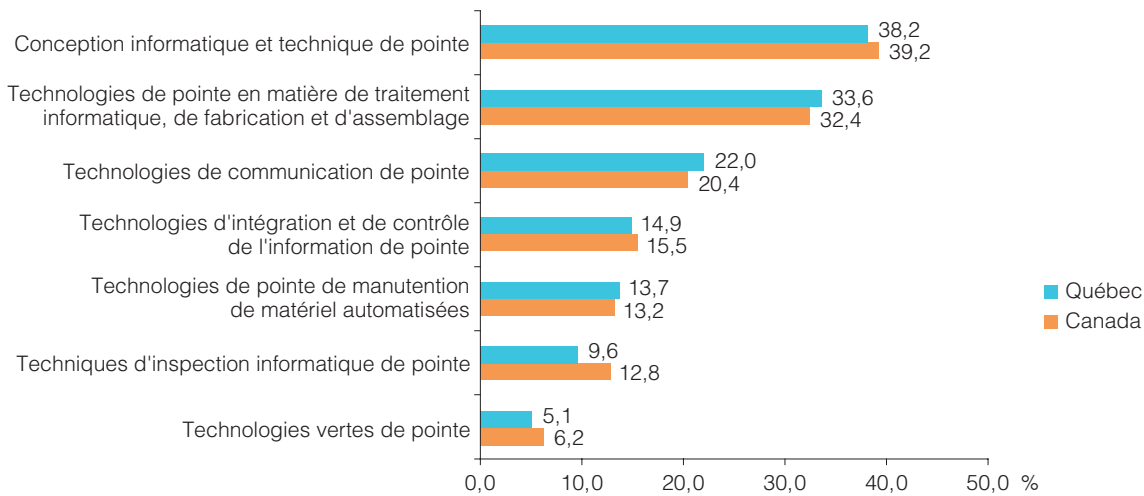
* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Il existe plusieurs types de technologies de pointe, et la plus populaire auprès des entreprises de la fabrication semble être la conception informatique et technique de pointe (38,2%). Même chose dans l'ensemble du Canada, près de quatre entreprises sur dix ont utilisé ce type de technologie en 2012 (39,2%). La seconde technologie de pointe la plus courante est celles en matière de traitement informatique, de fabrication et d'assemblage utilisées par 33,6% des entreprises de la fabrication au Québec et par 32,4% de celles au Canada.

6. Statistique Canada mène actuellement une enquête sur l'utilisation des technologies de pointe dans les entreprises canadiennes. Les résultats seront diffusés en 2016.

Figure 4.1.2

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, selon le type de technologie, Québec et Canada

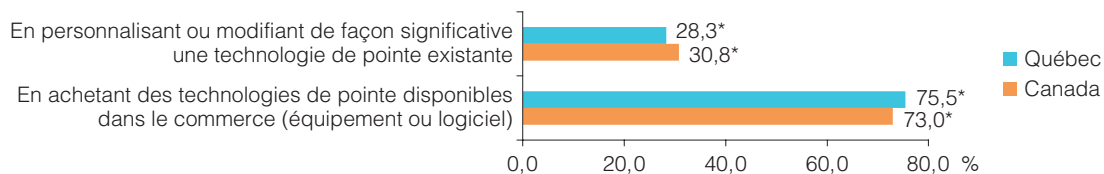


Au Québec, un peu plus d'une entreprise sur cinq a utilisé une technologie de communication de pointe (22,0 %) et environ une entreprise sur sept, une technologie d'intégration et de contrôle de l'information de pointe (14,9 %) ou une technologie de pointe de manutention de matériel automatisée (13,7 %). Ce sont les mêmes phénomènes qu'on observe au Canada où respectivement 20,4 %, 15,5 % et 13,2 % des entreprises utilisent ces technologies.

On remarque certaines différences significatives entre les entreprises de la fabrication qui ont innové et celles qui n'ont pas innové. En effet, les proportions d'entreprises innovatrices qui ont utilisé une technologie de conception informatique et technique de pointe (42,7 %), une technologie de pointe en matière de traitement informatique, de fabrication et d'assemblage (37,6 %) et une technologie d'intégration et de contrôle de l'information de pointe (16,9 %) sont significativement plus élevées que les proportions d'entreprises non innovatrices qui ont utilisé ces technologies : respectivement 16,6 %, 14,5 % et 5,8 %.

Figure 4.1.3

Part des entreprises qui ont indiqué de quelle façon elles ont acquis ou intégré les technologies de pointe, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

La principale façon d'acquérir les technologies de pointe consiste de loin à les acheter; c'est ce que les trois quarts des entreprises de la fabrication ont fait (75,5 %). Sans surprise, ce phénomène est semblable chez les fabricants dans l'ensemble du Canada, où 73,0 % des entreprises ont acheté des technologies de pointe disponibles dans le commerce.

Les autres méthodes d'acquisition sont nettement moins populaires, tant au Québec qu'au Canada. En effet, autour de trois entreprises sur dix ont personnalisé ou modifié de façon significative des technologies de pointe existantes (28,3 % au Québec et 30,8 % au Canada), tandis qu'une entreprise sur cinq a mis au point elle-même ou en collaboration les technologies (21,1 % au Québec et 21,0 % au Canada) ou les a obtenus sous licence (19,3 % au Québec et 18,7 % au Canada).

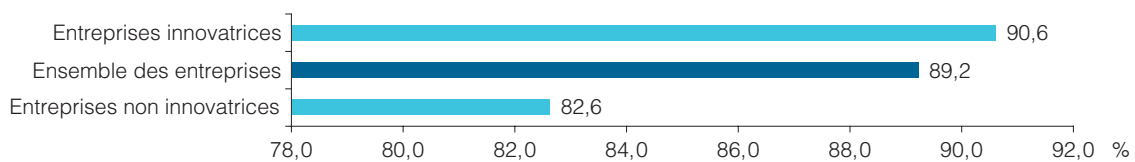
4.2 Les programmes gouvernementaux pour l'innovation

La grande majorité des entreprises ont utilisé un programme gouvernemental pour les aider dans leurs projets d'innovation

Les trois paliers gouvernementaux, le fédéral, le provincial et le municipal, offrent différents supports pour les activités liées à l'innovation. Ces programmes d'aide peuvent être d'ordre monétaire, direct ou indirect, ou prendre la forme de services-conseils par exemple. Dans l'ensemble des entreprises de la fabrication, 89,2 % d'entre elles affirment avoir utilisé au moins un type de programme d'aide. Les entreprises innovatrices sont en plus grande proportion à utiliser un programme gouvernemental (90,6 %) que les entreprises non innovatrices (82,6 %).

Figure 4.2.1

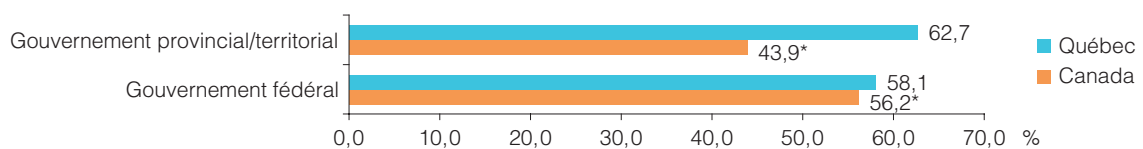
Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation, Québec



Les trois quarts des entreprises de la fabrication ont bénéficié d'un crédit d'impôt du gouvernement pour soutenir leurs activités d'innovation. Plus précisément, 62,7 % des entreprises ont utilisé le crédit d'impôt du gouvernement provincial et 58,1 % celui du gouvernement fédéral. On remarque une variation significative du taux d'utilisation du crédit d'impôt fédéral selon la taille de l'entreprise : 55,5 % des entreprises de 20 à 99 employés l'ont utilisé contre 76,5 % des entreprises de 250 employés et plus. À titre indicatif, dans l'ensemble du Canada, 56,2 % des entreprises de la fabrication ont fait appel aux crédits d'impôt du gouvernement fédéral et 43,9 % à ceux du gouvernement provincial ou territorial, ce qui représente une différence significative entre les deux proportions.

Figure 4.2.2

Part des entreprises indiquant avoir utilisé des crédits d'impôt du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, Québec et Canada



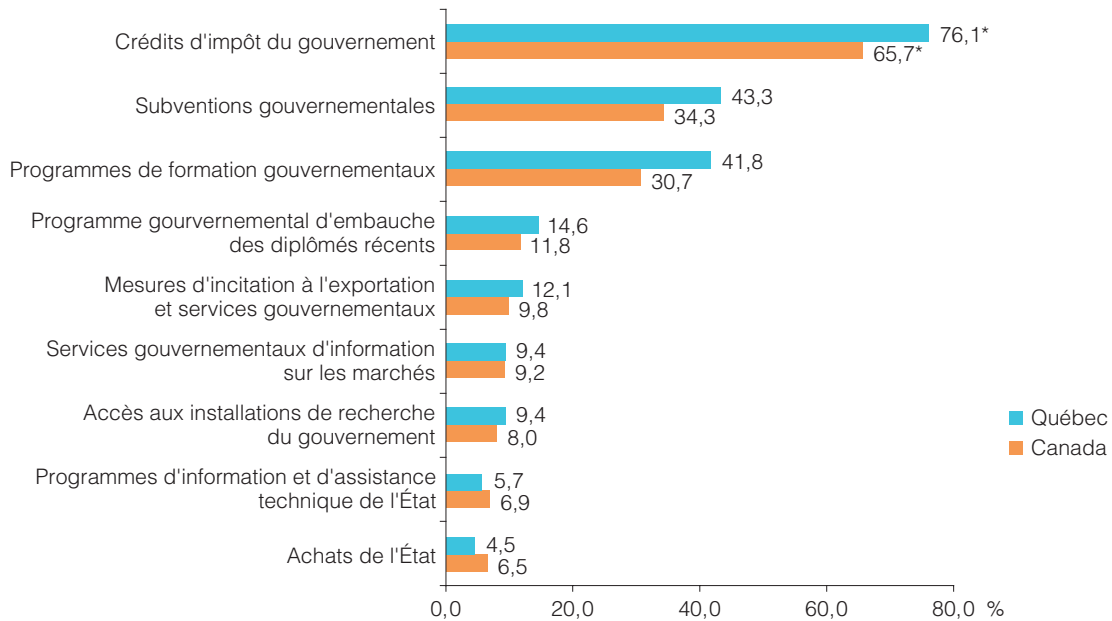
* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Environ quatre entreprises sur dix ont utilisé des subventions gouvernementales (43,3 %) ou des programmes de formation gouvernementaux (41,8 %). Dans les deux cas, on trouve significativement plus d'entreprises qui ont demandé des subventions ou eu recours au programme de formation du gouvernement provincial (respectivement 38,1 % et 37,4 %) que du gouvernement fédéral (respectivement 18,7 % et 11,9 %).

Par ailleurs, 14,6% des entreprises ont eu recours au programme gouvernemental d'embauche des diplômés récents et 12,1% aux mesures d'incitation à l'exportation et services gouvernementaux. Enfin, les autres programmes sont utilisés par une proportion moindre d'entreprises de la fabrication : 9,4% ont eu accès aux installations de recherche du gouvernement, 9,4% aux services gouvernementaux d'information sur les marchés, 5,7% aux programmes d'information et d'assistance technique de l'État et 4,5% aux achats de l'État.

Figure 4.2.3

Pourcentage d'entreprises indiquant avoir utilisé des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation pendant les trois années de 2010 à 2012, selon le type de programme, Québec et Canada

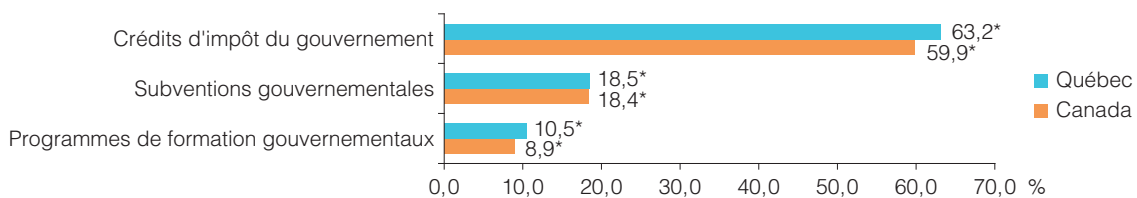


* Indique que le taux se distingue significativement de celui des autres catégories.

Parmi les entreprises qui ont utilisé un quelconque programme gouvernemental d'aide à l'innovation, 63,2% estiment que les crédits d'impôt des gouvernements représentent le programme le plus essentiel pour l'innovation. À titre indicatif, ce sont 59,9% des entreprises canadiennes de la fabrication qui ont mentionné ce programme comme étant le plus important pour l'innovation. Les programmes qui figurent en seconde et troisième position au Québec pour leur caractère essentiel sont les subventions gouvernementales (18,5%) et les programmes de formation gouvernementaux (10,5%). Il s'agit sensiblement des mêmes proportions dans l'ensemble du Canada où 18,4% ont cité les subventions et 8,9% les programmes de formation.

Figure 4.2.4

Part des entreprises indiquant le plus essentiel des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation entre 2010 et 2012, Québec et Canada



* Indique que les taux sont significativement différents d'une catégorie à l'autre.

Les obstacles à l'innovation

Les obstacles à l'innovation sont variables, certains touchent le marché et l'environnement légal, tandis que d'autres sont directement liés à l'entreprise. Selon le *Manuel d'Oslo*, les facteurs qui entravent les activités d'innovation ne sont pas les mêmes selon le type d'innovation. Par exemple, les obstacles liés au marché touchent particulièrement les innovations de produits et de commercialisation. À l'inverse, les facteurs de coût affectent les quatre types d'innovation⁷.

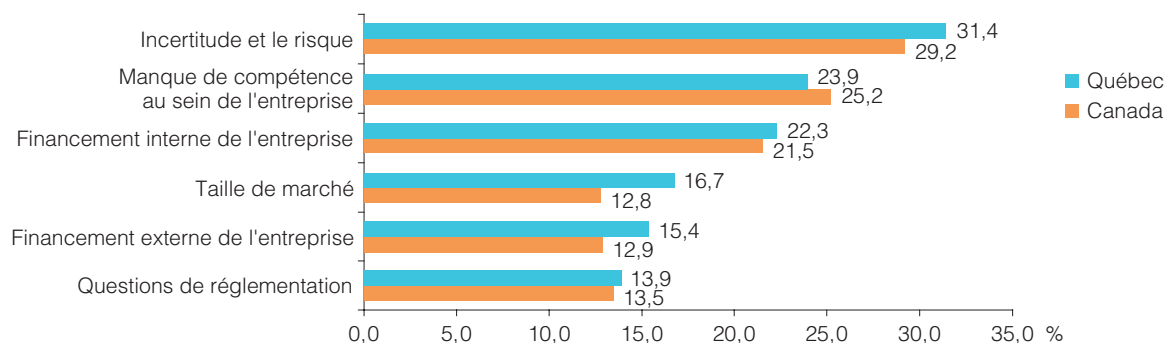
Près de six entreprises sur dix affirment avoir fait face à des obstacles à l'innovation dans l'ensemble du Québec

La plupart des entreprises de la fabrication déclarent avoir été confrontées à des difficultés dans leurs efforts pour innover (57,0%). Parmi les différents obstacles auxquels les entreprises se butent, il semble que l'incertitude et le risque soit le plus courant : 31,4% d'entre elles ont indiqué cet obstacle en 2012. Ce sont surtout les plus petites entreprises, c'est-à-dire celles comptant entre 20 et 99 employés (32,0%) et celles comptant entre 100 et 249 employés (32,7%) qui ont fait face à cet obstacle. Pour leur part, moins d'une entreprise de 250 employés et plus sur cinq a mentionné l'incertitude et le risque comme entrave à l'innovation (18,7%). Il s'agit toutefois de l'obstacle le plus fréquent pour les trois tailles d'entreprise.

Dans l'ensemble du Canada, l'incertitude et le risque représente également l'obstacle le plus fréquent selon les entreprises de la fabrication (29,2%). Toutefois, la proportion d'entreprises ayant mentionné cet obstacle ne varie pas selon la taille de l'entreprise : elle passe de 29,0% chez les entreprises de 20 à 99 employés à 29,8% chez celles de 250 employés et plus.

Figure 5.1

Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012, selon le type d'obstacles, Québec et Canada



7. OCDE (2005). *Manuel d'Oslo, Principes directeurs pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation*, troisième édition, p. 129.

Le manque de compétence au sein de l'entreprise (23,9%) et le financement interne de l'entreprise (22,3%) arrivent en seconde et troisième position respectivement en ce qui concerne l'obstacle le plus fréquent en 2012. On observe sensiblement les mêmes résultats dans l'ensemble du Canada : 25,2% ont mentionné avoir fait face au manque de compétence au sein de l'entreprise et 21,5% ont cité l'obstacle du financement interne.

En outre, au Québec, on compte 16,7% des entreprises qui ont mentionné la taille de marché, 15,4%, le financement externe de l'entreprise et 13,9%, les questions de réglementation comme obstacles freinant les activités d'innovation. Ces taux sont respectivement de 12,8%, 12,9% et 13,5% dans l'ensemble du Canada. Enfin, les autres obstacles ont été cités par moins de 5% des entreprises, tant au Québec qu'au Canada.

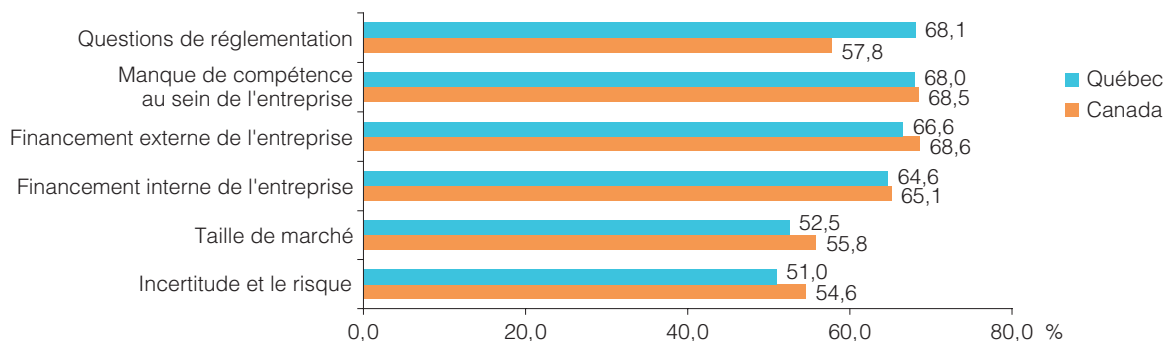
Un peu plus de la moitié des entreprises ont entrepris des mesures pour contrer l'incertitude et le risque

La plupart des entreprises cherchent à réduire ou éliminer les obstacles qu'elles rencontrent dans leurs activités d'innovation. Parmi les entreprises de la fabrication qui ont fait face à l'incertitude et au risque en 2012, 51,0% affirment avoir pris des mesures pour surmonter cet obstacle. Dans l'ensemble du Canada, 54,6% des entreprises ont pris des mesures pour surmonter l'incertitude et le risque.

Par ailleurs, plus des deux tiers des entreprises ayant fait face à ces obstacles ont utilisé des mesures pour réduire les problèmes liés au manque de compétence et au financement interne de l'entreprise, tant au Québec (respectivement 68,0% et 64,6%) qu'au Canada (respectivement 68,5% et 65,1%).

Figure 5.2

Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012 et pris des mesures pour surmonter ces obstacles, selon le type d'obstacles, Québec et Canada



Conclusion

Ce rapport fait état des principaux résultats du volet « Innovation » de l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012*. En particulier, on y aborde l'innovation technologique et non technologique, ainsi que les outils et les obstacles de l'innovation dans le secteur de la fabrication au Québec et au Canada. Ces données découlent de la première enquête réalisée au niveau canadien et ayant comme unité d'enquête, les entreprises, permettant d'avoir des résultats de qualité à l'échelle du Québec depuis l'*Enquête sur l'innovation 1999* de Statistique Canada.

Il ressort du rapport que 82,6 % des entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus ont introduit au moins un type d'innovation entre 2010 et 2012, soit un taux significativement plus élevé que celui qu'on observe dans l'ensemble du Canada (74,8 %). Parmi les différentes industries de la fabrication au Québec, ce sont les fabricants de machines qui enregistrent la plus forte proportion d'innovateurs (97,0 %) sur la période 2010-2012, tandis que les fabricants de vêtements sont les moins innovants (56,2 %).

On y apprend aussi que plus de sept entreprises sur dix ont introduit une innovation technologique (72,7 %), soit une innovation de produits (51,7 %) ou de procédés (57,0 %). Parmi les entreprises qui ont innové en biens ou en services, moins du tiers de leurs revenus découlent des innovations de produits introduites entre 2010 et 2012 (30,2 %), tandis que les innovations de procédés ont permis de réduire le coût moyen des produits de 11,0 % dans certaines entreprises.

De plus, 63,6 % des entreprises affirment avoir introduit une innovation non technologique, comme une innovation organisationnelle (52,5 %) ou en marketing (35,3 %). Les innovations organisationnelles ont engendré des changements aux activités opérationnelles dans 81,7 % des entreprises, et plus de la moitié des fabricants qui ont mis en place une innovation en marketing expliquent que cette innovation touchait des produits nouveaux ou sensiblement améliorés entre 2010 et 2012 (54,5 %).

Les données de l'enquête indiquent également que les entreprises qui ont innové entre 2010 et 2012 (63,9 %) sont nettement plus nombreuses à utiliser des technologies de pointe que les entreprises non innovatrices (24,2 %). La différence est moindre entre les proportions d'entreprises innovatrices (90,6 %) et non innovatrices (82,6 %) qui ont utilisé des programmes d'aide gouvernementaux pour l'innovation.

Près de six entreprises sur dix ont fait face à au moins un obstacle dans leurs activités d'innovation (57,0 %). Ces obstacles touchent différents aspects de l'innovation, mais le plus courant constitue l'incertitude et le risque (31,4 %) suivi du manque de compétence au sein de l'entreprise (23,9 %). Néanmoins, la plupart des entreprises ont entrepris des mesures pour surmonter ces obstacles (51,0 %).

Par ailleurs, il est bon de rappeler qu'en plus de l'innovation au Québec, l'*Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012* offre une opportunité d'explorer d'autres aspects importants et garants de la croissance des entreprises, à savoir les décisions stratégiques et la présence sur les marchés étrangers (chaînes de valeur mondiales). Ces deux autres modules de l'enquête feront l'objet de travaux d'analyse futurs.

Tableaux supplémentaires

Tableau 1.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	82,6	A	78,7	86,0
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	82,2	A	77,4	86,3
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	84,9	A	80,6	88,6
Sièges sociaux de 250 employés et plus	82,2	A	74,5	88,3
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	82,6	A	77,5	86,9
Autre	83,9	A	77,4	89,1
Secteur industriel				
Fabrication d'aliments	84,6	B	60,3	97,0
Fabrication de boissons et de produits du tabac	87,5	B	59,8	98,7
Usines de textiles	71,9	B	58,1	83,1
Usines de produits textiles	77,2	B	51,5	93,3
Fabrication de vêtements	56,2*	E	38,4	72,9
Fabrication de produits en cuir et de produits analogues	87,4	B	73,6	95,6
Fabrication de produits en bois	79,1	B	60,4	91,7
Fabrication du papier	90,3	B	73,7	98,1
Impression et activités connexes de soutien	70,8	B	48,7	87,4
Fabrication de produits du pétrole et du charbon	x	x	x	x
Fabrication de produits chimiques	85,9	B	68,9	95,7
Fabrication de produits en plastique et en caoutchouc	83,0	B	65,7	93,8
Fabrication de produits minéraux non métalliques	67,3	E	41,6	87,1
Première transformation des métaux	75,4	B	60,9	86,6
Fabrication de produits métalliques	92,8	A	83,9	97,6
Fabrication de machines	97,0*	A	96,0	97,9
Fabrication de produits informatiques et électroniques	93,8	A	84,8	98,3
Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	84,0	B	72,8	92,0
Fabrication de matériel de transport	83,4	B	72,8	91,2
Fabrication de meubles et de produits connexes	80,5	B	60,4	93,3
Activités diverses de fabrication	73,3	B	50,4	89,6

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 1.2

Part des entreprises qui ont introduit une innovation technologique entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Innovation technologique				Catégories d'innovation technologique							
	Estimation		I.C. à 95 %		Innovation de produits				Innovation de procédés			
					Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%	
Ensemble des entreprises	72,7	A	68,6	76,7	51,7	B	46,6	56,9	57,0	A	51,9	62,0
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	72,9	A	68,0	77,8	52,1	B	45,8	58,4	56,6	B	50,5	62,7
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	71,4	A	65,5	77,4	50,2	B	43,3	57,1	59,1	B	52,5	65,8
Sièges sociaux de 250 employés et plus	72,6	B	64,2	79,9	50,2	B	42,2	58,1	56,8	B	48,6	65,1
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	72,4	A	67,0	77,9	55,3	B	48,5	62,1	56,9	B	50,2	63,7
Autre	73,9	A	66,9	80,1	48,1	B	39,9	56,3	57,9	B	50,2	65,6
Secteur industriel												
Fabrication d'aliments	72,7	B	52,3	87,9	54,7	E	35,0	73,3	56,6	E	36,0	75,7
Fabrication de boissons et de produits du tabac	87,5	B	59,8	98,7	x	x	x	x	87,5	B	59,8	98,7
Usines de textiles	67,3	B	53,6	79,2	52,8	B	39,0	66,5	58,3	B	45,4	71,2
Usines de produits textiles	63,1	E	37,7	84,1	57,8	E	33,5	79,6	54,4	E	29,5	77,7
Fabrication de vêtements	41,9*	E	26,0	59,0	34,2	E	19,6	51,4	30,9*	E	17,3	47,6
Fabrication de produits en cuir et de produits analogues	80,4	B	64,2	91,5	51,3	E	33,4	68,8	44,2	E	27,1	62,5
Fabrication de produits en bois	78,6	B	60,0	91,3	47,2	E	26,3	68,8	64,9	B	44,0	82,3
Fabrication du papier	90,3	B	73,7	98,1	58,4	B	40,7	74,6	65,0	B	47,1	80,3
Impression et activités connexes de soutien	60,3	E	38,3	79,6	45,9	E	25,5	67,4	43,6	E	23,7	65,1
Fabrication de produits du pétrole et du charbon	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Fabrication de produits chimiques	67,2	B	48,3	82,7	35,8	E	19,9	54,3	61,4	B	43,1	77,6
Fabrication de produits en plastique et en caoutchouc	67,4	B	47,9	83,3	46,8	E	28,2	66,1	54,2	E	35,2	72,3
Fabrication de produits minéraux non métalliques	64,6	E	39,4	84,9	40,3	E	17,9	66,1	55,5	E	30,5	78,7
Première transformation des métaux	64,0	B	46,4	79,2	39,1	E	23,4	56,7	46,8	E	30,8	63,2
Fabrication de produits métalliques	89,1*	A	79,1	95,5	64,1	E	41,7	82,7	73,0	B	51,6	88,7
Fabrication de machines	86,0	B	72,1	94,6	69,6	B	53,3	83,0	66,1	B	46,2	82,6
Fabrication de produits informatiques et électroniques	92,0*	A	83,0	97,1	81,3*	B	68,3	90,6	68,2	B	52,6	81,2
Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	71,7	B	59,1	82,2	58,2	B	45,3	71,0	47,2	B	34,3	60,1
Fabrication de matériel de transport	71,9	B	60,5	81,5	53,9	B	42,9	64,9	45,5	B	34,8	56,2
Fabrication de meubles et de produits connexes	58,3	E	36,9	77,6	41,2	E	22,0	62,7	52,4	E	31,5	72,7
Activités diverses de fabrication	63,5	E	40,7	82,5	36,8	E	18,7	58,1	37,4	E	18,5	59,7

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 1.3

Part des entreprises qui ont introduit une innovation non technologique entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Innovation non technologique				Catégories d'innovation non technologique							
	Estimation		I.C. à 95 %		Innovation en organisation				Innovation de marketing			
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	63,6	A	58,8	68,5	52,5	A	47,5	57,5	35,3	B	30,3	40,3
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	63,3	A	57,4	69,2	51,1	B	45,0	57,2	35,7	B	29,7	41,8
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	65,2	A	59,4	70,9	60,3	B	54,4	66,2	33,0	B	26,4	39,6
Sièges sociaux de 250 employés et plus	64,8	B	56,7	72,9	53,6	B	45,5	61,6	34,6	B	27,0	42,1
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	61,5	B	54,8	68,2	50,8	B	44,4	57,2	35,5	B	28,8	42,1
Autre	67,7	B	60,4	75,1	55,7	B	47,6	63,8	36,1	B	28,6	43,5
Secteur industriel												
Fabrication d'aliments	67,1	B	45,9	84,2	55,2	E	34,8	74,4	43,1	E	23,9	63,8
Fabrication de boissons et de produits du tabac	75,0	E	45,9	93,4	75,0	E	45,9	93,4	x	x	x	x
Usines de textiles	48,2	B	34,5	61,9	43,7	E	30,2	57,2	x	x	x	x
Usines de produits textiles	54,4	E	29,5	77,7	x	x	x	x	x	x	x	x
Fabrication de vêtements	45,3	E	28,7	62,7	37,6	E	22,0	55,4	28,4	E	15,0	45,2
Fabrication de produits en cuir et de produits analogues	43,1	E	26,9	60,5	x	x	x	x	x	x	x	x
Fabrication de produits en bois	68,8	B	51,6	82,9	53,4	E	32,2	73,6	35,4	E	16,6	58,2
Fabrication du papier	53,4	B	37,2	69,1	40,0	E	26,7	54,4	27,2	E	13,5	45,1
Impression et activités connexes de soutien	58,4	E	36,6	78,0	58,4	E	36,6	78,0	F	F	F	F
Fabrication de produits du pétrole et du charbon	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Fabrication de produits chimiques	72,5	B	56,3	85,2	48,9	E	31,3	66,7	41,7	E	24,9	60,1
Fabrication de produits en plastique et en caoutchouc	65,8	B	46,4	82,0	62,1	B	43,2	78,7	26,9	E	14,2	43,3
Fabrication de produits minéraux non métalliques	64,6	E	39,4	84,9	54,2	E	29,4	77,5	42,3	E	19,3	68,1
Première transformation des métaux	50,7	E	33,3	68,0	30,8	E	16,4	48,7	35,2	E	19,1	54,1
Fabrication de produits métalliques	50,7	E	29,3	71,8	40,7	E	23,0	60,4	F	F	F	F
Fabrication de machines	89,3*	A	82,0	94,4	79,5*	B	62,7	91,1	46,5	E	28,0	65,8
Fabrication de produits informatiques et électroniques	78,4	B	62,6	89,8	71,7	B	54,4	85,4	56,5*	B	40,8	71,4
Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	72,1	B	59,1	82,9	57,6	B	44,9	70,2	44,7	B	32,6	56,8
Fabrication de matériel de transport	68,9	B	57,4	78,9	61,1	B	49,3	72,0	27,4	E	19,0	37,2
Fabrication de meubles et de produits connexes	72,2	B	51,7	87,5	56,3	E	35,2	75,9	38,8	E	20,0	60,5
Activités diverses de fabrication	37,4*	E	19,2	58,6	F	F	F	F	F	F	F	F

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 2.1

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Au moins une innovation de produits				Catégories d'innovation de produits							
	Estimation		I.C. à 95 %		Biens nouveaux ou améliorés de manière significative				Services nouveaux ou significativement améliorés			
					Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	51,7	B	46,6	56,9	48,2	B	43,0	53,4	18,7	B	14,8	23,1
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	52,1	B	45,8	58,4	48,3	B	42,0	54,6	19,3	B	14,6	24,8
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	50,2	B	43,3	57,1	47,4	B	40,5	54,2	16,9	B	12,2	22,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	50,2	B	42,2	58,1	48,6	B	40,7	56,5	13,7	E	8,7	20,1
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	55,3	B	48,5	62,1	52,6	B	45,8	59,5	19,8	B	14,3	26,3
Autre	48,1	B	39,9	56,3	43,2	B	35,1	51,3	17,7	E	12,1	24,4

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

Tableau 2.2

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de produits a nécessité des changements, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Changements aux activités de marketing			Changements aux activités opérationnelles			Changements aux activités organisationnelles			Introduction de nouveaux procédés de production						
	Estimation		I.C. à 95 %	Estimation		I.C. à 95 %	Estimation		I.C. à 95 %	Estimation		I.C. à 95 %				
	%	Cote	%	%	Cote	%	%	Cote	%	%	Cote	%				
Ensemble des entreprises	51,1	B	44,0	58,3	68,0	B	61,2	74,8	44,2	B	36,7	51,7	66,3	B	59,3	73,2
Taille																
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	48,8	B	40,2	57,4	67,5	B	59,3	75,8	44,5	B	35,4	53,6	64,9	B	56,5	73,3
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	65,0	B	56,6	73,3	70,1	B	60,4	78,6	45,4	B	36,2	54,6	73,8	B	64,9	81,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	50,9	B	40,2	61,7	70,4	B	59,7	79,7	36,3	B	25,9	46,7	67,7	B	58,0	77,5
Regroupement régional																
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	52,7	B	43,3	62,1	64,6	B	55,6	73,6	41,7	B	32,5	50,8	69,7	B	60,8	78,7
Autre	48,9	B	36,8	60,9	74,3	B	62,3	84,2	48,3	B	36,2	60,3	61,1	B	48,8	72,4

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

Tableau 2.3

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de produits, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Principalement l'entreprise				Principalement l'entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organisations				Principalement d'autres entreprises ou organisations			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	74,3	A	67,3	80,6	20,6	E	14,8	27,5	5,1	E	2,8	8,3
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	73,1	B	64,4	80,7	21,6	E	14,6	30,2	F	F	F	F
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	81,3	A	73,6	87,6	x	x	x	x	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	74,7	B	64,0	83,5	x	x	x	x	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	77,5	A	69,7	84,1	18,1	E	12,2	25,3	F	F	F	F
Autre	69,2	B	56,1	80,4	24,9	E	14,2	38,4	F	F	F	F

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

Tableau 2.4

Part des entreprises qui ont indiqué qu'au moins une de leurs innovations de produits introduite entre 2010 et 2012 est une nouveauté, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Une nouveauté sur le marché				Une nouveauté pour l'entreprise seulement			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	73,2	A	65,3	80,1	74,3	A	67,2	80,6
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	72,5	B	62,8	80,8	71,9	B	63,2	79,5
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	75,4	B	67,1	82,6	87,1*	A	80,8	91,9
Sièges sociaux de 250 employés et plus	79,6	B	70,5	86,9	78,9	B	69,1	86,7
Regroupement régional								
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	75,2	B	64,3	84,1	76,1	B	66,5	84,0
Autre	70,1	B	57,9	80,6	71,8	B	59,7	82,0

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 2.5

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de produits dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de produits en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Aucune dépense				Entre 1 \$ et 49 999 \$				Entre 50 000 \$ et 199 999 \$				Entre 200 000 \$ et 999 999 \$				1 000 000 \$ et plus				
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		
Ensemble des entreprises	7,4	E	4,6	11,2	27,3	B	20,1	35,6	29,3	B	23,2	35,5	22,0	B	16,6	27,4	14,0	E	9,6	19,3	
Taille																					
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	7,3	E	4,1	12,0	32,4	B	23,5	41,4	29,8	B	22,5	37,9	19,5	E	13,4	26,8	11,0	E	6,0	18,0	
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	F	F	F	F	6,7*	E	3,3	11,9	30,7	B	22,1	39,4	33,7	B	24,8	42,5	21,3	E	13,3	31,4	
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	x	x	x	x	17,8	E	10,1	28,0	31,3	B	22,5	40,1	43,5*	B	32,9	54,1	
Regroupement régional																					
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	F	F	F	F	27,3	E	18,1	38,2	32,4	B	24,1	40,6	21,9	E	15,2	29,7	13,5	E	9,3	18,6	
Autre	F	F	F	F	27,8	E	17,4	40,3	25,2	E	16,2	36,2	21,9	E	13,7	32,0	F	F	F	F	

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 2.6

Répartition du pourcentage du total des revenus de l'entreprise en 2012 provenant de leurs biens et leurs services, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Biens et services nouveaux ou améliorés de manière significative introduits de 2010 à 2012 qui étaient une nouveauté sur le marché				Biens et services nouveaux ou améliorés de manière significative introduits de 2010 à 2012 qui étaient une nouveauté uniquement dans l'entreprise				Biens et services qui n'ont pas changé ou ont été modifiés de façon superficielle de 2010 à 2012			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%
Ensemble des entreprises	16,1	B	12,0	20,1	14,1	B	10,0	18,1	69,9	A	64,7	75,0
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	17,4	B	12,4	22,4	F	F	F	F	67,9	A	61,7	74,2
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	9,1*	B	7,3	10,9	12,0	B	9,4	14,6	78,9*	A	75,5	82,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	13,2	B	10,7	15,7	10,5	B	7,8	13,2	76,3	A	71,9	80,8
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	13,6	B	10,0	17,2	15,6	E	9,2	22,0	70,8	A	64,2	77,3
Autre	19,9	E	11,6	28,3	11,8	E	7,4	16,2	68,3	B	58,4	78,1

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 2.7

Part des entreprises qui ont introduit une innovation de produits indiquant quel est le bien ou le service le plus innovant, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Il est le même que le produit s'étant le mieux vendu				Il fait partie de la même gamme de produits que le bien ou le service s'étant le mieux vendu			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%
Ensemble des entreprises	28,2	B	21,2	36,0	60,5	B	53,6	67,4
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	29,7	B	21,2	39,3	61,5	B	53,2	69,9
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	19,1	E	12,4	27,4	56,1	B	47,0	65,2
Sièges sociaux de 250 employés et plus	29,0	E	19,9	39,5	55,1	B	44,3	65,9
Regroupement régional								
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	27,5	E	19,4	36,8	61,8	B	52,5	71,1
Autre	29,5	E	18,3	43,0	58,3	B	47,6	69,1

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

Tableau 2.8

Part des entreprises indiquant le degré d'unicité de leur bien ou leur service le plus innovant, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Il possède des caractéristiques uniques et il n'existe que peu ou pas de produits de substitut pour ce bien ou service et/ou ses caractéristiques innovatrices				Il possède quelques caractéristiques uniques mais il existe des substituts pour ce bien ou service et/ou ses caractéristiques innovatrices				Des caractéristiques innovatrices et/ou des produits innovants analogues sont largement disponibles sur le marché			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%
Ensemble des entreprises	37,7	B	30,4	45,0	48,3	B	40,8	55,8	14,1	E	9,8	19,3
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	37,8	B	29,0	46,6	47,8	B	38,8	56,9	14,4	E	9,2	20,9
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	37,0	B	27,4	46,7	46,6	B	37,0	56,3	16,3	E	10,7	23,5
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	60,4	B	49,9	70,9	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	36,2	B	26,9	45,4	50,2	B	40,5	59,9	13,6	E	8,5	20,2
Autre	39,6	E	27,9	52,3	45,8	B	33,8	57,8	14,6	E	7,2	25,2

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

Tableau 2.9

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de procédés entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Au moins une innovation de procédés				Catégories d'innovations de procédés											
	Estimation		I.C. à 95 %		Procédés de fabrication ou de production nouveaux ou significativement améliorés pour leurs biens ou services		Méthodes de logistique, de livraison ou de distribution de matières premières nouvelles ou significativement améliorées		Nouvelles activités ou significativement améliorées de soutien pour leurs procédés							
	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%	%	Cote	%	%				
Ensemble des entreprises	57,0	A	51,9	62,0	49,7	B	44,7	54,8	14,0	B	10,8	17,6	26,3	B	21,8	30,7
Taille																
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	56,6	B	50,5	62,7	48,8	B	42,7	54,9	12,5	E	8,9	17,0	26,5	B	21,1	31,9
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	59,1	B	52,5	65,8	53,7	B	46,9	60,5	19,7	B	14,3	26,1	26,7	B	20,7	32,6
Sièges sociaux de 250 employés et plus	56,8	B	48,6	65,1	52,9	B	44,6	61,3	20,4	E	13,8	28,4	21,7	E	15,5	29,0
Regroupement régional																
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	56,9	B	50,2	63,7	50,2	B	43,3	57,2	11,4	E	7,6	16,1	26,4	B	20,7	32,1
Autre	57,9	B	50,2	65,6	50,2	B	42,4	58,0	17,2	E	11,9	23,5	26,2	B	19,2	34,1

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

Tableau 2.10

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012 a nécessité des changements, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Changements aux activités de marketing				Changements aux activités opérationnelles				Changements aux activités organisationnelles			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	24,4	B	18,5	30,3	81,2	A	74,3	86,9	43,5	B	36,5	50,6
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	23,1	E	16,2	31,1	80,0	A	71,4	87,0	43,5	B	34,9	52,2
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	31,0	B	23,3	38,7	85,6	A	77,9	91,4	47,7	B	39,0	56,3
Sièges sociaux de 250 employés et plus	25,9	E	17,0	36,5	86,6	A	78,5	92,4	31,1	E	21,3	40,9
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	23,5	E	15,9	32,7	76,8	B	66,4	85,2	43,2	B	34,4	52,1
Autre	25,9	E	17,1	36,4	87,7	A	79,6	93,4	44,6	B	33,1	56,0

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

Tableau 2.11

Part des entreprises indiquant qui ont développé leurs innovations de procédés entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Principalement l'entreprise				Principalement l'entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organisations				Principalement d'autres entreprises ou organisations			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	47,6	B	40,6	54,6	36,2	B	29,5	42,9	16,2	E	11,6	21,7
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	48,4	B	39,8	57,0	33,7	B	25,5	41,8	18,0	E	12,4	24,8
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	46,6	B	38,1	55,2	46,8	B	37,8	55,8	F	F	F	F
Sièges sociaux de 250 employés et plus	38,4	B	28,5	48,2	46,1	B	35,5	56,7	15,5	E	8,5	25,2
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	51,4	B	42,2	60,6	28,3	B	21,1	36,4	20,3	E	13,4	28,8
Autre	43,5	B	32,3	54,6	46,4	B	35,0	57,9	F	F	F	F

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

Tableau 2.12

Part des entreprises qui ont introduit des innovations de procédés dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en matière d'innovations de procédés en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Aucune dépense				Entre 1 \$ et 49 000 \$				Entre 50 000 \$ et 149 999 \$				Entre 150 000 \$ et 499 999 \$				500 000 \$ et plus				
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		
Ensemble des entreprises	F	F	F	F	30,2	B	23,1	37,2	29,1	B	22,8	35,4	18,1	B	13,6	23,4	18,8	B	13,8	24,7	
Taille																					
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	F	F	F	F	36,4	B	27,7	45,0	29,5	B	22,0	38,0	15,5	E	10,3	22,0	14,7	E	8,9	22,4	
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	x	x	x	x	x	x	x	x	28,9	B	22,1	36,5	32,5*	B	24,4	40,6	28,9	B	20,9	37,9	
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	x	x	x	x	23,1	E	16,0	31,6	17,7	E	10,0	28,0	54,1*	B	43,4	64,8	
Regroupement régional																					
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	F	F	F	F	29,4	E	20,0	40,3	23,6	E	15,5	33,4	19,9	E	13,5	27,8	21,2	E	15,0	28,5	
Autre	x	x	x	x	31,9	E	21,6	43,7	36,7	B	26,9	46,5	14,9	E	8,6	23,3	15,4	E	7,5	26,7	

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 2.13

Part des entreprises indiquant que les innovations de procédés mises en œuvre entre 2010 et 2012 ont réduit le coût moyen¹ des produits existants, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	58,3	B	51,4	65,2
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	55,8	B	47,3	64,2
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	71,0	B	63,1	78,0
Sièges sociaux de 250 employés et plus	61,0	B	50,2	71,7
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	58,0	B	49,2	66,8
Autre	58,5	B	47,7	69,2

1. Le coût moyen représente le coût par unité.

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

Tableau 2.14

Pourcentage moyen de réduction des coûts découlant des innovations de procédés mises en œuvre en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de 20 employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	11,0	B	9,0	13,0
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	11,5	B	9,0	14,0
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	9,9	B	8,5	11,2
Sièges sociaux de 250 employés et plus	7,3	B	5,6	9,1
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	12,1	B	9,2	15,1
Autre	9,6	E	6,7	12,5

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

Tableau 3.1

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation organisationnelle entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Au moins une innovation organisationnelle				Catégories d'innovation organisationnelle											
					Nouvelles pratiques opérationnelles pour l'organisation des procédures				Nouvelles méthodes d'organisation des tâches professionnelles et de la prise de décision				Nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	52,5	A	47,5	57,5	44,7	B	39,7	49,8	35,4	B	30,4	40,4	16,7	B	13,0	21,0
Taille																
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	51,1	B	45,0	57,2	42,8	B	36,7	49,0	34,3	B	28,3	40,4	15,4	E	10,9	20,8
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	60,3	B	54,4	66,2	54,4	B	48,1	60,6	40,0	B	33,1	46,8	22,6	B	17,0	28,2
Sièges sociaux de 250 employés et plus	53,6	B	45,5	61,6	48,1	B	40,0	56,2	39,8	B	31,6	48,0	21,4	E	14,9	29,3
Regroupement régional																
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	50,8	B	44,4	57,2	41,2	B	34,7	47,6	37,6	B	31,2	43,9	12,5	E	8,8	17,1
Autre	55,7	B	47,6	63,8	50,1	B	42,0	58,2	33,0	B	25,3	40,7	22,8	E	15,9	31,0

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

Tableau 3.2

Nombre moyen d'innovations organisationnelles introduites en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus qui ont innové en organisation, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	3,0	B	2,7	3,3
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	2,8	B	2,4	3,1
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	4,2*	E	3,5	4,8
Sièges sociaux de 250 employés et plus	3,5	E	2,9	4,2
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	2,9	B	2,5	3,2
Autre	3,2	E	2,7	3,8

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 3.3

Pourcentage moyen de travailleurs touchés par les innovations organisationnelles de l'entreprise introduites en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	42,0	B	37,3	46,7
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	41,8	B	36,0	47,6
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	43,3	B	37,3	49,3
Sièges sociaux de 250 employés et plus	40,0	E	32,3	47,7
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	44,4	B	38,2	50,7
Autre	38,4	E	31,3	45,6

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

Tableau 3.4

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations organisationnelles a nécessité des changements en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Changements aux activités de marketing				Changements aux activités opérationnelles			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	%	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	20,2	B	14,7	26,8	81,7	A	75,8	86,7
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	20,4	E	13,5	28,7	81,8	A	74,3	87,8
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	20,2	E	14,0	27,7	80,4	A	72,0	87,1
Sièges sociaux de 250 employés et plus	18,6	E	11,7	27,3	85,2	A	76,6	91,5
Regroupement régional								
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	23,3	E	15,3	33,1	83,2	A	75,3	89,5
Autre	16,6	E	9,7	25,9	80,9	B	71,1	88,5

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

Tableau 3.5

Part des entreprises qui ont introduit au moins une innovation en marketing entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Au moins une innovation en marketing				Catégories d'innovation en marketing																
					Changements importants à la conception ou à l'emballage esthétique d'un bien ou d'un service				Nouveaux médias ou nouvelles techniques publicitaires pour faire la promotion de biens ou de services				Nouvelles méthodes de placement de biens ou de services ou nouveaux circuits commerciaux				Nouvelles méthodes d'établissement du prix des biens ou des services				
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		
Ensemble des entreprises	35,3	B	30,3	40,3	15,2	B	11,8	19,1	18,3	B	15,0	21,9	13,0	B	9,5	17,1	16,2	B	12,5	20,5	
Taille																					
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	35,7	B	29,7	41,8	15,1	B	11,1	19,9	17,4	B	13,6	21,8	12,7	E	8,6	17,9	17,0	B	12,5	22,3	
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	33,0	B	26,4	39,6	15,6	E	10,5	21,9	22,7	B	16,5	30,0	13,8	E	9,0	20,1	13,7	E	9,3	19,3	
Sièges sociaux de 250 employés et plus	34,6	B	27,0	42,1	15,6	E	10,7	21,6	19,4	B	14,4	25,2	13,9	E	8,7	20,5	9,9	E	6,4	14,6	
Regroupement régional																					
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	35,5	B	28,8	42,1	18,6	B	13,7	24,4	17,2	B	13,2	21,9	13,0	E	8,5	18,7	14,5	E	9,9	20,3	
Autre	36,1	B	28,6	43,5	11,1	E	7,0	16,3	20,1	B	14,6	26,6	13,3	E	8,1	20,1	18,8	E	12,9	25,9	

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

Tableau 3.6

Part des entreprises qui ont indiqué que l'introduction de leurs innovations en marketing en 2012 concernait des biens ou des services existants, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Des biens ou des services existants				Des biens ou des services nouveaux ou considérablement améliorés de 2010 à 2012			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	82,1	A	75,0	87,8	54,5	B	45,8	63,2
Taille								
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	83,5	A	74,9	90,1	53,9	B	43,5	64,3
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	72,3	B	59,7	82,8	54,1	B	41,9	66,3
Sièges sociaux de 250 employés et plus	83,7	B	70,2	92,8	65,6	B	51,1	78,3
Regroupement régional								
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	84,3	A	75,2	91,0	58,0	B	46,3	69,7
Autre	78,9	B	67,0	88,1	49,4	B	36,5	62,3

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

Tableau 3.7

Part des entreprises dans chaque catégorie du montant total des dépenses de l'entreprise en marketing en 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Aucune dépense		Entre 1 \$ et 19 999 \$			Entre 20 000 \$ et 99 999 \$			Entre 100 000 \$ et 299 999 \$			300 000 \$ et plus									
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %						
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%						
Ensemble des entreprises	9,2	B	6,9	12,1	32,0	B	27,0	37,0	29,7	B	24,9	34,4	15,9	B	12,9	19,3	13,1	B	10,4	16,3	
Taille																					
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	9,3	E	6,5	12,8	37,6	B	31,5	43,7	31,3	B	25,5	37,1	13,8	B	10,4	17,9	7,9	E	4,9	12,1	
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	7,4	E	4,7	10,9	8,9*	E	6,4	12,0	28,2	B	22,5	33,9	27,7*	B	21,5	33,8	27,8*	B	21,7	34,0	
Sièges sociaux de 250 employés et plus	13,4	E	8,1	20,6	F	F	F	F	8,2*	E	4,7	13,1	16,1	E	10,2	23,6	55,1*	B	46,9	63,2	
Regroupement régional																					
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	10,2	E	6,8	14,6	28,4	B	22,2	34,6	28,2	B	22,2	34,2	16,7	B	12,4	21,7	16,5	B	12,2	21,6	
Autre	7,8	E	4,7	12,0	36,4	B	28,0	44,7	32,5	B	24,6	40,5	x	x	x	x	x	x	x	x	

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 4.1

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	57,0	A	52,3	61,6
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	55,5	B	49,9	61,1
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	63,0	B	56,7	69,2
Sièges sociaux de 250 employés et plus	63,6	B	55,4	71,8
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	57,6	B	51,3	63,9
Autre	56,0	B	48,3	63,7

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

Tableau 4.2

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé au moins une technologie de pointe, selon le type de technologie, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Conception informatique et technique de pointe				Technologies de pointe en matière de traitement informatique, de fabrication et d'assemblage				Techniques d'inspection informatique de pointe			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	38,2	B	33,4	42,9	33,6	B	28,9	38,3	9,6	B	7,2	12,4
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	37,3	B	31,5	43,1	31,1	B	25,4	36,8	8,5	E	5,8	11,9
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	45,0	B	38,4	51,6	42,4	B	35,9	48,9	13,5	E	9,1	18,9
Sièges sociaux de 250 employés et plus	31,9	B	24,5	39,2	48,3*	B	40,4	56,3	16,7	E	10,8	24,1
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	38,9	B	32,4	45,3	31,3	B	25,8	36,9	10,2	E	6,9	14,5
Autre	37,1	B	29,3	45,0	36,9	B	29,1	44,6	8,1	E	4,6	13,0
	Technologies de communication de pointe				Technologies de pointe de manutention de matériel automatisées				Technologies d'intégration et de contrôle de l'information de pointe			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	22,0	B	17,7	26,4	13,7	B	10,2	17,8	14,9	B	11,9	18,3
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	20,9	B	15,6	26,2	12,8	E	8,7	18,0	12,9	B	9,4	17,0
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	28,3	B	22,1	35,1	15,9	E	10,8	22,3	23,1	B	17,4	29,6
Sièges sociaux de 250 employés et plus	23,3	E	16,5	31,2	21,7	E	15,3	29,2	25,1*	B	18,9	32,2
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	21,3	B	15,5	27,9	14,5	E	10,3	19,6	15,0	B	11,0	19,8
Autre	22,5	E	15,8	30,4	12,8	E	7,2	20,6	13,7	E	9,1	19,5
	Biotechnologies ou des bioproduits de pointe				Nanotechnologies de pointe				Technologies vertes de pointe			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	F	F	F	F	F	F	F	F	5,1	E	3,3	7,5
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	F	F	F	F	x	x	x	x	4,9	E	2,8	8,0
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	x	x	x	x	x	x	x	x	4,9	E	2,6	8,2
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	x	x	x	x	8,8	E	5,2	13,8
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	F	F	F	F	F	F	F	F	4,9	E	2,6	8,2
Autre	x	x	x	x	x	x	x	x	F	F	F	F

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 4.3

Part des entreprises qui ont indiqué de quelle façon elles ont acquis ou intégré les technologies de pointe, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	En achetant des technologies de pointe disponibles dans le commerce				En louant des technologies de pointe disponibles dans le commerce				En obtenant les technologies de pointe sous licence			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	75,5	A	69,8	81,2	F	F	F	F	19,3	E	13,7	26,1
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	76,0	A	68,1	82,9	F	F	F	F	17,3	E	10,6	26,0
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	72,3	A	64,7	79,0	4,1	E	2,4	6,6	29,7	B	22,0	38,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	77,9	B	68,2	85,9	x	x	x	x	17,8	E	10,7	26,9
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	70,6	B	61,5	78,7	F	F	F	F	20,2	E	12,7	29,6
Autre	81,7	A	72,6	88,8	F	F	F	F	18,6	E	9,9	30,3
	En personnalisant ou modifiant de façon significative une technologie de pointe existante				En mettant au point une technologie de pointe complètement nouvelle ¹				Par fusion ou acquisition d'une autre entreprise dotée de technologies de pointe			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	28,3	B	23,0	33,7	21,1	E	14,9	28,5	F	F	F	F
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	26,5	B	20,2	33,7	21,9	E	14,2	31,4	x	x	x	x
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	38,0	B	29,7	46,4	19,2	E	13,4	26,3	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	26,1	E	18,4	35,1	15,3	E	9,1	23,4	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	31,2	B	23,0	39,3	21,9	E	13,3	32,6	F	F	F	F
Autre	25,1	E	17,1	34,6	20,7	E	12,5	31,3	x	x	x	x

1. Seul ou en collaboration.

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

Tableau 4.4

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	89,2	A	85,3	92,4
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	88,4	A	83,6	92,2
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	92,1	A	87,7	95,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	94,4	A	89,4	97,5
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	90,7	A	85,2	94,6
Autre	87,9	A	82,0	92,4

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

Tableau 4.5

Part des entreprises qui ont indiqué avoir utilisé un programme d'aide gouvernemental pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le type de programme, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Programmes de formation gouvernementaux				Subventions gouvernementales				Crédits d'impôt du gouvernement			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	41,8	B	36,6	46,9	43,3	B	38,4	48,2	76,1	A	71,8	80,5
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	40,7	B	34,4	46,9	41,2	B	35,2	47,1	75,4	A	70,1	80,7
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	48,9	B	42,1	55,6	51,3	B	44,9	57,6	75,8	A	70,5	81,1
Sièges sociaux de 250 employés et plus	39,7	B	31,7	47,7	55,8	B	47,9	63,7	88,2*	A	81,9	92,9
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	37,7	B	30,9	44,6	35,8	B	29,9	41,8	74,4	A	67,7	80,4
Autre	48,2	B	40,2	56,1	53,9	B	46,0	61,8	79,1	A	72,7	84,6
	Achats de l'État				Programme gouvernemental d'embauche des diplômés récents				Accès aux installations de recherche du gouvernement			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	4,5	E	2,7	7,0	14,6	B	11,1	18,7	9,4	E	6,4	13,2
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	F	F	F	F	14,1	E	10,0	19,2	9,5	E	5,9	14,3
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	5,2	E	3,2	8,0	15,1	E	10,4	20,7	8,5	E	5,4	12,6
Sièges sociaux de 250 employés et plus	9,8	E	5,3	16,2	20,9	B	15,1	27,8	11,0	E	6,6	16,8
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	F	F	F	F	10,9	E	7,3	15,4	7,9	E	4,8	12,1
Autre	F	F	F	F	19,0	E	12,7	26,8	11,7	E	6,3	19,2
	Mesures d'incitation à l'exportation et services gouvernementaux				Programmes d'information et d'assistance technique de l'État				Services gouvernementaux d'information sur les marchés			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	12,1	B	9,3	15,3	5,7	E	3,8	8,2	9,4	E	6,5	13,1
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	11,9	B	8,6	15,9	5,3	E	3,0	8,5	9,0	E	5,6	13,6
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	14,6	E	10,0	20,4	5,6	E	3,2	8,9	12,5	E	8,4	17,8
Sièges sociaux de 250 employés et plus	8,3	E	4,5	13,9	12,9	E	7,5	20,1	F	F	F	F
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	12,2	E	8,5	16,7	4,3	E	2,4	7,0	6,0	E	3,5	9,4
Autre	11,6	E	7,5	16,9	7,4	E	3,8	12,7	13,5	E	8,0	21,0

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 4.6

Part des entreprises indiquant avoir utilisé des crédits d'impôt du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Gouvernement fédéral				Gouvernement provincial/territorial				Administration municipale			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	58,1	A	53,2	63,0	62,7	A	57,8	67,7	x	x	x	x
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	55,5	B	49,6	61,5	62,4	A	56,3	68,4	x	x	x	x
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	66,2	A	60,5	71,8	62,4	B	56,0	68,9	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	76,5*	A	69,0	82,9	69,1	B	61,6	76,5	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	61,8	B	55,3	68,3	59,5	B	53,2	65,8	x	x	x	x
Autre	53,4	B	45,4	61,3	68,0	B	61,1	75,0	x	x	x	x

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 4.7

Part des entreprises indiquant avoir utilisé des subventions du gouvernement pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Gouvernement fédéral				Gouvernement provincial/territorial				Administration municipale			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	18,7	B	15,6	22,1	38,1	B	33,3	42,8	F	F	F	F
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	15,9	B	12,3	20,1	37,2	B	31,5	43,0	F	F	F	F
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	28,9*	B	22,9	34,8	40,5	B	33,8	47,2	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	33,8*	B	25,8	41,8	44,3	B	36,5	52,1	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	17,5	B	13,4	22,2	30,1	B	24,5	35,8	x	x	x	x
Autre	20,9	B	15,5	26,2	48,9	B	41,1	56,8	x	x	x	x

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 4.8

Part des entreprises indiquant avoir utilisé des programmes de formation gouvernementaux pour des activités liées à l'innovation entre 2010 et 2012 selon le palier gouvernemental, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Gouvernement fédéral				Gouvernement provincial/territorial				Administration municipale			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	11,9	B	8,6	15,8	37,4	B	32,6	42,2	F	F	F	F
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	11,3	E	7,4	16,2	36,6	B	30,7	42,4	x	x	x	x
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	14,1	E	9,5	19,8	43,1	B	36,7	49,6	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	14,9	E	9,8	21,3	33,8	B	26,2	41,3	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	15,4	E	10,3	21,8	31,7	B	25,9	37,5	x	x	x	x
Autre	7,6	E	4,8	11,2	45,7	B	37,8	53,7	x	x	x	x

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

Tableau 4.9

Part des entreprises indiquant le plus essentiel des programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation entre 2010 et 2012, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Programmes de formation gouvernementaux				Subventions gouvernementales				Crédits d'impôt du gouvernement			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	10,5	E	7,3	14,4	18,5	B	15,1	22,5	63,2	A	58,2	68,1
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	11,0	E	7,1	16,1	17,0	B	12,9	21,8	64,4	A	58,4	70,4
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	8,1	E	5,6	11,3	26,3	B	19,8	33,6	55,8	B	48,9	62,7
Sièges sociaux de 250 employés et plus	F	F	F	F	20,5	E	14,4	27,8	65,3	B	57,5	73,1
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	7,5	E	4,3	11,9	16,8	B	12,2	22,3	65,7	B	59,2	72,2
Autre	14,6	E	8,5	22,9	20,7	B	15,2	26,3	60,1	B	52,5	67,7
	Achats de l'État				Programme gouvernemental d'embauche des diplômés récents				Accès aux installations de recherche du gouvernement			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	x	x	x	x	F	F	F	F	x	x	x	x
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	0,6	B	0,5	0,7	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Autre	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Mesures d'incitation à l'exportation et services gouvernementaux				Programmes d'information et d'assistance technique de l'État				Services gouvernementaux d'information sur les marchés			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	3,0	E	1,7	5,0	x	x	x	x	x	x	x	x
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	F	F	F	F	x	x	x	x	x	x	x	x
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	F	F	F	F	x	x	x	x	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	F	F	F	F	x	x	x	x	x	x	x	x
Autre	F	F	F	F	x	x	x	x	x	x	x	x

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

Tableau 5.1

Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à au moins un obstacle à l'innovation, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	57,0	A	51,9	62,1
Taille				
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	57,5	B	51,4	63,7
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	56,4	B	49,9	62,9
Sièges sociaux de 250 employés et plus	50,6	B	42,5	58,7
Regroupement régional				
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	56,2	B	49,5	62,9
Autre	58,2	B	50,1	66,4

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

Tableau 5.2

Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012, selon le type d'obstacles, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Taille du marché				Financement interne de l'entreprise				Financement externe de l'entreprise			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	16,7	B	13,3	20,7	22,3	B	18,0	26,6	15,4	B	11,8	19,6
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	17,6	B	13,4	22,5	23,3	B	18,0	28,5	16,4	B	12,0	21,5
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	12,4	E	8,9	16,7	19,2	B	15,1	23,9	12,5	E	8,9	16,9
Sièges sociaux de 250 employés et plus	15,0	E	9,2	22,6	15,3	E	10,1	21,8	8,0	E	4,2	13,7
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	18,1	B	13,3	23,7	22,7	B	16,7	29,7	13,1	E	9,2	17,9
Autre	14,6	E	9,8	20,6	22,5	B	16,5	29,5	19,0	E	12,7	26,8
Manque de compétence au sein de l'entreprise												
Recherche d'ententes avec des collaborateurs externes et la conclusion de ces ententes												
Incertitude et risque												
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	23,9	B	19,2	28,7	3,1	E	1,9	4,7	31,4	B	26,4	36,4
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	25,4	B	19,6	31,2	3,2	E	1,8	5,3	32,0	B	25,9	38,0
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	18,0	B	13,8	22,9	2,6	E	1,3	4,6	32,7	B	27,0	38,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	17,2	E	11,8	23,7	x	x	x	x	18,7*	E	12,7	26,0
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	24,4	B	18,2	31,6	3,9	E	2,1	6,5	31,1	B	24,3	37,9
Autre	23,3	E	16,5	31,3	F	F	F	F	31,8	B	24,2	39,3
Questions de réglementation												
Protection de la propriété intellectuelle												
Politique sur la concurrence du gouvernement												
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	13,9	B	10,6	17,7	4,5	E	2,8	6,7	2,3	E	1,4	3,5
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	13,6	E	9,7	18,4	4,7	E	2,7	7,5	2,2	E	1,2	3,6
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	17,2	B	12,5	22,6	3,5	E	2,1	5,4	F	F	F	F
Sièges sociaux de 250 employés et plus	8,6	E	5,1	13,4	x	x	x	x	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	15,2	E	10,6	20,8	5,5	E	3,2	8,8	1,9	E	1,0	3,3
Autre	12,5	E	8,1	18,1	F	F	F	F	F	F	F	F

* Indique que le taux est significativement différent de celui de l'ensemble des entreprises.

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

Tableau 5.3

Part des entreprises qui ont indiqué avoir fait face à des obstacles à l'innovation en 2012 et pris des mesures pour surmonter ces obstacles, selon le type d'obstacles, entreprises du secteur de la fabrication de vingt employés et plus, Québec

	Taille du marché				Financement interne de l'entreprise				Financement externe de l'entreprise			
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	52,5	B	40,8	64,2	64,6	B	51,6	76,2	66,6	B	52,3	78,9
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	53,1	B	39,5	66,7	65,0	B	49,5	78,4	66,3	B	49,7	80,4
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	44,1	E	28,5	60,7	64,6	B	51,7	76,1	72,8	B	57,3	85,1
Sièges sociaux de 250 employés et plus	61,3	E	35,8	82,9	56,5	E	33,6	77,5	48,2	E	22,4	74,7
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	69,2	B	54,7	81,3	64,6	B	47,2	79,6	69,7	B	52,4	83,7
Autre	28,0	E	14,8	44,8	64,7	B	45,9	80,6	63,7	E	41,1	82,6
Manque de compétence au sein de l'entreprise												
Recherche d'ententes avec des collaborateurs externes et la conclusion de ces ententes												
Incertitude et risque												
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	68,0	B	55,8	78,6	48,2	E	26,7	70,2	51,0	B	41,0	61,1
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	67,4	B	53,2	79,6	45,3	E	21,5	70,9	51,1	B	39,0	63,1
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	70,4	B	57,0	81,7	x	x	x	x	46,6	B	35,8	57,4
Sièges sociaux de 250 employés et plus	75,3	B	55,4	89,6	x	x	x	x	70,5	B	51,4	85,4
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	69,8	B	52,7	83,7	40,9	E	18,5	66,4	48,3	B	34,8	61,7
Autre	64,3	B	46,4	79,6	66,0	E	33,9	90,0	53,0	B	39,6	66,4
Questions de réglementation												
Protection de la propriété intellectuelle												
Politique sur la concurrence du gouvernement												
	Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %		Estimation		I.C. à 95 %	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
	%	Cote	%		%	Cote	%		%	Cote	%	
Ensemble des entreprises	68,1	B	54,5	79,7	63,2	E	40,4	82,3	52,9	E	30,1	74,8
Taille												
Sièges sociaux de 20 à 99 employés	68,5	B	51,5	82,5	59,5	E	33,6	82,0	57,8	E	30,7	81,7
Sièges sociaux de 100 à 249 employés	65,8	B	50,4	79,2	75,9	B	53,0	91,4	x	x	x	x
Sièges sociaux de 250 employés et plus	70,2	E	40,3	91,1	x	x	x	x	x	x	x	x
Regroupement régional												
RMR de Montréal, de Québec et de Gatineau	76,0	B	59,8	88,2	67,6	E	42,7	86,8	x	x	x	x
Autre	55,5	E	34,6	75,1	F	F	F	F	79,5	B	53,3	94,8

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

Note méthodologique

L'Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012

Cette enquête fournit de l'information sur les activités d'innovation, les décisions stratégiques et les stratégies opérationnelles ainsi que sur la participation des entreprises aux chaînes de valeur globales. Elle a été menée par Statistique Canada au courant de l'hiver 2013.

Population visée par l'enquête

L'enquête a été menée auprès des entreprises comptant au moins vingt employés et ayant des revenus de 250 000 \$ ou plus. Les secteurs couverts par la population d'enquête sont les suivants :

- Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz
- Services publics
- Construction
- Fabrication
- Commerce de gros
- Commerce de détail
- Transport et entreposage
- Industrie de l'information et industrie culturelle
- Finance et assurances
- Services immobiliers et services de location et de location à bail
- Services professionnels, scientifiques et techniques
- Gestion de sociétés et d'entreprises
- Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement

Taille et répartition de l'échantillon

La base de données du Registre des entreprises de Statistique Canada (version octobre 2012) a été utilisée comme base de sondage. La taille de l'échantillon se chiffre à 7 818 entreprises dans l'ensemble du Canada. Statistique Canada a procédé à un suréchantillonnage d'entreprises manufacturières, ce qui offre des données plus précises et rigoureuses pour ce secteur d'activité. En particulier, 4 559 entreprises du secteur de la fabrication ont été échantillonnées dans l'ensemble du Canada.

Afin d'obtenir une mesure régionale de l'innovation, Statistique Canada a divisé l'échantillon en cinq régions : le Québec, l'Ontario, l'Alberta, le Canada atlantique et le reste du Canada. La taille de l'échantillon au Québec est de 2 073 entreprises.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site Web de Statistique Canada :
http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=5171

**Questionnaire de l'Enquête sur l'innovation
et les stratégies d'entreprise, 2012**

Division de l'investissement, des sciences et de la technologie (DIST)

Enquête sur l'innovation et les stratégies d'entreprise, 2012

CONFIDENTIEL une fois rempli

If you would prefer to receive this questionnaire in English, please call: 1-800-461-1662.

Veillez inscrire votre adresse électronique.

Adresse électronique

C0009

Veillez vérifier le nom et l'adresse de l'entreprise ainsi que le nom du contact et faire les corrections nécessaires.

Dénomination sociale

C0001

Nom commercial

C0002

Prénom

C0008

Nom de famille

C0028

Adresse (rue et numéro)

C0004

Ville

C0005

Province, territoire ou état

Code postal/ code de zone

C0006 C0007

INFORMATION GÉNÉRALE

Ces renseignements sont recueillis en vertu de la *Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S-19. EN VERTU DE CETTE LOI, IL EST OBLIGATOIRE DE REMPLIR LE PRÉSENT QUESTIONNAIRE.*

But de l'enquête

Statistique Canada entreprend la présente enquête afin de produire de l'information statistique sur les décisions stratégiques, les activités d'innovation et les stratégies opérationnelles des entreprises canadiennes. L'enquête recueille aussi de l'information sur la participation des entreprises aux chaînes de valeur globales.

Le gouvernement du Canada pourra utiliser les renseignements recueillis dans le cadre de cette enquête afin de mieux comprendre l'incidence des décisions en matière d'innovation et de stratégie de même que des adaptations opérationnelles sur l'économie canadienne, notamment la productivité et la capacité concurrentielle. Le gouvernement pourra ainsi élaborer des politiques de soutien aux entreprises qui cherchent à améliorer leur productivité et leur situation concurrentielle.

Les renseignements que vous fournissez pourraient être utilisés par Statistique Canada à d'autres fins statistiques ou pour la recherche.

Divulgué des renseignements transmis par télécopieur ou courriel

Statistique Canada tient à vous avertir que la transmission des renseignements par télécopieur ou courriel peut poser un risque de divulgation. Toutefois, dès la réception de votre document, Statistique Canada garantit la protection de tous les renseignements recueillis en vertu de la *Loi sur la statistique*. **Avis :** Il n'y a aucun risque de divulgation si vous remplissez un questionnaire en ligne sur le Web.

Confidentialité

La *Loi sur la statistique* protège la confidentialité des renseignements recueillis par Statistique Canada.

Ententes de partage de données

Afin de réduire le fardeau du répondant, Statistique Canada a conclu des ententes de partage de données avec les organismes statistiques provinciaux et territoriaux et d'autres organisations gouvernementales, qui ont accepté de garder les données confidentielles et les utiliser uniquement à des fins statistiques.

Les renseignements sur la confidentialité, les ententes de partage de données et les couplages d'enregistrements se trouvent à la dernière page du questionnaire.

Couplages d'enregistrements

Dans le but d'améliorer les données de la présente enquête, Statistique Canada pourrait combiner les renseignements de cette enquête avec ceux provenant d'autres enquêtes ou de données administratives.

Information supplémentaire

Si vous avez besoin d'aide au sujet de cette enquête, veuillez communiquer avec Statistique Canada par téléphone au 1-800-461-1662.

LIGNES DIRECTRICES GÉNÉRALES

Qui devrait remplir ce questionnaire?

Ce questionnaire devrait être rempli par l'entrepreneur, le PDG ou un cadre supérieur possédant une connaissance approfondie de cette entreprise et de sa vision stratégique.

Champ d'enquête

Veillez déclarer les montants en monnaie canadienne pour l'année de référence 2012.

5-5300-542.2: 2013-02-25 SOC/SAT-465-75452

Stratégies d'entreprise et contrôle

1. Indiquez parmi les stratégies à long terme ci-dessous laquelle est la **PLUS IMPORTANTE** pour votre entreprise.

0010000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. Nous nous concentrons principalement sur le positionnement du bien ou du service (p. ex. leadership de produit, segmentation du marché, diversification de produits, amélioration de la qualité) 1
- b. Nous nous concentrons principalement sur les bas prix et la domination du marché par les coûts (p. ex. le marché de masse) 2

2. Quand avez-vous mis en œuvre votre stratégie à long terme actuelle?

Année

0020000

3. Quand prévoyez-vous apporter des changements importants à votre stratégie à long terme actuelle?

0030000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. Jamais 1
- b. Au cours du prochain mois 2
- c. Au cours des six prochains mois 3
- d. Au cours de la prochaine année 4
- e. Dans plus d'une année 5

4. En 2012, quels indicateurs de rendement votre entreprise a-t-elle utilisés pour suivre le rendement de ses objectifs stratégiques **À LONG TERME**?

Cochez (✓) **tous ceux** qui s'appliquent

- a. Croissance de la marge brute / de la marge d'exploitation 0040001
- b. Croissance des ventes / du revenu 0040002
- c. Croissance des dividendes des actionnaires 0040003
- d. Croissance de la part du marché/ de la clientèle 0040004
- e. Amélioration de la satisfaction de la clientèle 0040005
- f. Augmentation des ventes de nouveaux produits 0040006
- g. Amélioration des délais de livraison 0040007
- h. Autre, veuillez préciser : 0040008
- 0041008

5. Parmi les énoncés suivants, lequel décrit le mieux l'orientation stratégique de votre entreprise en ce qui concerne ses biens ou services?

0050000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. Mon entreprise vise le maintien ou la croissance des ventes de biens ou services existants 1
- b. Mon entreprise vise à lancer régulièrement des biens ou services nouveaux ou significativement améliorés 2
- c. Ne sait pas 9

6. Parmi les énoncés suivants, lequel décrit le mieux l'orientation stratégique de votre entreprise en ce qui concerne ses pratiques ou méthodes de marketing?

0060000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à maintenir ou intensifier ses pratiques ou méthodes de marketing courantes 1
- b. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à adopter de nouvelles pratiques ou méthodes de marketing ou à les améliorer de façon significative 2
- c. Ne sait pas 9

7. Parmi les énoncés suivants, lequel décrit le mieux l'orientation stratégique de votre entreprise en ce qui concerne son fonctionnement et ses activités commerciales?

0070000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à maintenir ou à optimiser son fonctionnement et ses activités commerciales courantes 1
- b. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à adopter des activités commerciales ou des procédés de fonctionnement nouveaux ou significativement améliorés 2
- c. Ne sait pas 9

8. Parmi les énoncés suivants, lequel décrit le mieux l'orientation stratégique de votre entreprise en ce qui concerne ses pratiques organisationnelles et de gestion?

0080000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à maintenir ou optimiser ses pratiques courantes organisationnelles et de gestion 1
- b. La stratégie à long terme de mon entreprise consiste principalement à adopter de nouvelles pratiques de gestion ou à modifier sa structure organisationnelle 2
- c. Ne sait pas 9

Structure de l'entreprise

9. Est-ce que votre entreprise est une filiale d'une autre entreprise?

0090000

- 1 Oui
- 3 Non

10. Où est situé le siège social de votre entreprise?

0100000

Cochez (✓) **une seule** réponse

- a. Canada 1
- b. États-unis 2
- c. Europe 3
- d. Asie Pacifique 4
- e. Tous les autres pays 5

11. Votre entreprise exploite-t-elle une filiale aux endroits suivants?

	Oui	Non	
a. Canada	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0110010
b. États-unis	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0110020
c. Europe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0110030
d. Asie Pacifique	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0110040
e. Tous les autres pays	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0110050

12. Votre entreprise a-t-elle plus d'un centre de profit?

0121000 1 Oui → Combien? 0122000
3 Non

13. Veuillez indiquer où se prennent les types de décisions suivantes au sein de votre entreprise.

Cochez (✓) **une seule** réponse pour chaque genre de décision

Type de décision	Où les décisions sont-elles prises?					
	Principalement au siège social au Canada	Principalement dans les établissements canadiens (exploitation ou centres de profit)	Conjointement entre le siège social au Canada et la société mère étrangère	Principalement à la société mère étrangère	Sans objet	
a. Déterminer quels fournisseurs seront utilisés	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130010
b. Déterminer l'emplacement des installations de production ou de services	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130020
c. Déterminer l'emplacement des installations de recherche et de développement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130030
d. Déterminer les priorités de la recherche et du développement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130040
e. Déterminer l'adoption et la mise en œuvre des technologies de pointe importantes	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130050
f. Déterminer la source et le mode de financement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130060
g. Déterminer les méthodes de distribution et de logistique	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130070
h. Prendre les décisions liées aux services de soutien (notamment la gestion des ressources humaines, la paye, la comptabilité et la tenue des livres, les services juridiques, le marketing etc.)	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0130080

Activités opérationnelles

14. En 2012, parmi les activités commerciales suivantes, lesquelles votre entreprise a-t-elle effectuées au Canada et hors du Canada?

Cochez (✓) tout ce qui s'applique à chaque activité commerciale

Activités commerciales	Activités effectuées au Canada		Activités effectuées hors du Canada		Sans objet
	Au sein de votre entreprise	Impartis (sous-traitance)	Au sein de votre entreprise	Impartis (sous-traitance)	
a. Production de biens	0141011 <input type="radio"/>	0141012 <input type="radio"/>	0142013 <input type="radio"/>	0142014 <input type="radio"/>	0143015 <input type="radio"/>
b. Fourniture de services	0141021 <input type="radio"/>	0141022 <input type="radio"/>	0142023 <input type="radio"/>	0142024 <input type="radio"/>	0143025 <input type="radio"/>
c. Distribution et logistique	0141031 <input type="radio"/>	0141032 <input type="radio"/>	0142033 <input type="radio"/>	0142034 <input type="radio"/>	0143035 <input type="radio"/>
d. Centres d'appels et centres d'aide	0141041 <input type="radio"/>	0141042 <input type="radio"/>	0142043 <input type="radio"/>	0142044 <input type="radio"/>	0143045 <input type="radio"/>
e. Marketing, ventes et services après-vente	0141051 <input type="radio"/>	0141052 <input type="radio"/>	0142053 <input type="radio"/>	0142054 <input type="radio"/>	0143055 <input type="radio"/>
f. Développement de logiciels	0141061 <input type="radio"/>	0141062 <input type="radio"/>	0142063 <input type="radio"/>	0142064 <input type="radio"/>	0143065 <input type="radio"/>
g. Traitement de données	0141071 <input type="radio"/>	0141072 <input type="radio"/>	0142073 <input type="radio"/>	0142074 <input type="radio"/>	0143075 <input type="radio"/>
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	0141081 <input type="radio"/>	0141082 <input type="radio"/>	0142083 <input type="radio"/>	0142084 <input type="radio"/>	0143085 <input type="radio"/>
i. Services juridiques	0141091 <input type="radio"/>	0141092 <input type="radio"/>	0142093 <input type="radio"/>	0142094 <input type="radio"/>	0143095 <input type="radio"/>
j. Comptabilité et tenue des livres	0141101 <input type="radio"/>	0141102 <input type="radio"/>	0142103 <input type="radio"/>	0142104 <input type="radio"/>	0143105 <input type="radio"/>
k. Gestion des ressources humaines	0141111 <input type="radio"/>	0141112 <input type="radio"/>	0142113 <input type="radio"/>	0142114 <input type="radio"/>	0143115 <input type="radio"/>
l. Gestion financière	0141121 <input type="radio"/>	0141122 <input type="radio"/>	0142123 <input type="radio"/>	0142124 <input type="radio"/>	0143125 <input type="radio"/>
m. Ingénierie et services techniques connexes	0141131 <input type="radio"/>	0141132 <input type="radio"/>	0142133 <input type="radio"/>	0142134 <input type="radio"/>	0143135 <input type="radio"/>
n. Recherche-développement (R-D)	0141141 <input type="radio"/>	0141142 <input type="radio"/>	0142143 <input type="radio"/>	0142144 <input type="radio"/>	0143145 <input type="radio"/>
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	0141151 <input type="radio"/>	0141152 <input type="radio"/>	0142153 <input type="radio"/>	0142154 <input type="radio"/>	0143155 <input type="radio"/>
	0141156 <input type="radio"/>		0142156 <input type="radio"/>		

15. Veuillez indiquer, parmi les changements suivants, ceux qui ont été apportés aux activités commerciales de votre entreprise au Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Cochez (✓) tout ce qui s'applique à chaque activité commerciale

Activités commerciales	Changements au Canada				
	Capacité obtenue par fusion ou acquisition	Ouverture d'une nouvelle installation ou expansion de la capacité	Fermeture d'une installation existante ou réduction de la capacité	Pas de changement	Sans objet
a. Production de biens	0150011 <input type="radio"/>	0150012 <input type="radio"/>	0150013 <input type="radio"/>	0150014 <input type="radio"/>	0150015 <input type="radio"/>
b. Fourniture de services	0150021 <input type="radio"/>	0150022 <input type="radio"/>	0150023 <input type="radio"/>	0150024 <input type="radio"/>	0150025 <input type="radio"/>
c. Distribution et logistique	0150031 <input type="radio"/>	0150032 <input type="radio"/>	0150033 <input type="radio"/>	0150034 <input type="radio"/>	0150035 <input type="radio"/>
d. Centres d'appels et centres d'aide	0150041 <input type="radio"/>	0150042 <input type="radio"/>	0150043 <input type="radio"/>	0150044 <input type="radio"/>	0150045 <input type="radio"/>
e. Marketing, ventes et service après-vente	0150051 <input type="radio"/>	0150052 <input type="radio"/>	0150053 <input type="radio"/>	0150054 <input type="radio"/>	0150055 <input type="radio"/>
f. Développement de logiciels	0150061 <input type="radio"/>	0150062 <input type="radio"/>	0150063 <input type="radio"/>	0150064 <input type="radio"/>	0150065 <input type="radio"/>
g. Traitement de données	0150071 <input type="radio"/>	0150072 <input type="radio"/>	0150073 <input type="radio"/>	0150074 <input type="radio"/>	0150075 <input type="radio"/>
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	0150081 <input type="radio"/>	0150082 <input type="radio"/>	0150083 <input type="radio"/>	0150084 <input type="radio"/>	0150085 <input type="radio"/>
i. Services juridiques	0150091 <input type="radio"/>	0150092 <input type="radio"/>	0150093 <input type="radio"/>	0150094 <input type="radio"/>	0150095 <input type="radio"/>
j. Comptabilité et tenue des livres	0150101 <input type="radio"/>	0150102 <input type="radio"/>	0150103 <input type="radio"/>	0150104 <input type="radio"/>	0150105 <input type="radio"/>
k. Gestion des ressources humaines	0150111 <input type="radio"/>	0150112 <input type="radio"/>	0150113 <input type="radio"/>	0150114 <input type="radio"/>	0150115 <input type="radio"/>
l. Gestion financière	0150121 <input type="radio"/>	0150122 <input type="radio"/>	0150123 <input type="radio"/>	0150124 <input type="radio"/>	0150125 <input type="radio"/>
m. Ingénierie et services techniques connexes	0150131 <input type="radio"/>	0150132 <input type="radio"/>	0150133 <input type="radio"/>	0150134 <input type="radio"/>	0150135 <input type="radio"/>
n. Recherche et développement (R-D)	0150141 <input type="radio"/>	0150142 <input type="radio"/>	0150143 <input type="radio"/>	0150144 <input type="radio"/>	0150145 <input type="radio"/>
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	0150151 <input type="radio"/>	0150152 <input type="radio"/>	0150153 <input type="radio"/>	0150154 <input type="radio"/>	0150155 <input type="radio"/>

0150156

16. Votre entreprise a-t-elle mené des activités commerciales hors du Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012?

- 0160000 1 Oui
 3 Non → Passez à la question 27

17. Votre entreprise a-t-elle mené des activités commerciales à l'appui de ses opérations hors du Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012? (inclure les activités commerciales des entreprises qui font partie de votre société mère)

- 0170000 1 Oui
 3 Non → Passez à la question 19

18. Veuillez indiquer, parmi les activités commerciales suivantes, celles que votre entreprise a menées à l'appui de ses opérations hors du Canada en 2010 et en 2012.

Activités commerciales	2010				2012			
	Oui	Non	Sans objet		Oui	Non	Sans objet	
a. Production de biens	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181010	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182010
b. Fourniture de services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181020	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182020
c. Distribution et logistique	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181030	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182030
d. Centres d'appels et centres d'aide	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181040	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182040
e. Marketing, ventes et service après-vente	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181050	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182050
f. Développement de logiciels	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181060	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182060
g. Traitement de données	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181070	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182070
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181080	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182080
i. Services juridiques	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181090	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182090
j. Comptabilité et tenue des livres	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181100	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182100
k. Gestion des ressources humaines	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181110	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182110
l. Gestion financière	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181120	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182120
m. Ingénierie et services techniques connexes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181130	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182130
n. Recherche et développement (R-D)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181140	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182140
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0181150	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0182150

0181156

0182156

19. Veuillez indiquer, parmi les changements suivants, ceux qui ont été apportés aux activités commerciales de votre entreprise hors du Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Cochez (✓) tout ce qui s'applique à chaque activité commerciale

Activités commerciales	Changements hors du Canada				
	Capacité obtenue par fusion ou acquisition	Ouverture d'une nouvelle installation ou expansion de la capacité	Fermeture d'une installation existante ou réduction de la capacité	Pas de changement	Sans objet
a. Production de biens	0190011 <input type="checkbox"/>	0190012 <input type="checkbox"/>	0190013 <input type="checkbox"/>	0190014 <input type="checkbox"/>	0190015 <input type="checkbox"/>
b. Fourniture de services	0190021 <input type="checkbox"/>	0190022 <input type="checkbox"/>	0190023 <input type="checkbox"/>	0190024 <input type="checkbox"/>	0190025 <input type="checkbox"/>
c. Distribution et logistique	0190031 <input type="checkbox"/>	0190032 <input type="checkbox"/>	0190033 <input type="checkbox"/>	0190034 <input type="checkbox"/>	0190035 <input type="checkbox"/>
d. Centres d'appels et centres d'aide	0190041 <input type="checkbox"/>	0190042 <input type="checkbox"/>	0190043 <input type="checkbox"/>	0190044 <input type="checkbox"/>	0190045 <input type="checkbox"/>
e. Marketing, ventes et service après-vente	0190051 <input type="checkbox"/>	0190052 <input type="checkbox"/>	0190053 <input type="checkbox"/>	0190054 <input type="checkbox"/>	0190055 <input type="checkbox"/>
f. Développement de logiciels	0190061 <input type="checkbox"/>	0190062 <input type="checkbox"/>	0190063 <input type="checkbox"/>	0190064 <input type="checkbox"/>	0190065 <input type="checkbox"/>
g. Traitement de données	0190071 <input type="checkbox"/>	0190072 <input type="checkbox"/>	0190073 <input type="checkbox"/>	0190074 <input type="checkbox"/>	0190075 <input type="checkbox"/>
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	0190081 <input type="checkbox"/>	0190082 <input type="checkbox"/>	0190083 <input type="checkbox"/>	0190084 <input type="checkbox"/>	0190085 <input type="checkbox"/>
i. Services juridiques	0190091 <input type="checkbox"/>	0190092 <input type="checkbox"/>	0190093 <input type="checkbox"/>	0190094 <input type="checkbox"/>	0190095 <input type="checkbox"/>
j. Comptabilité et tenue des livres	0190101 <input type="checkbox"/>	0190102 <input type="checkbox"/>	0190103 <input type="checkbox"/>	0190104 <input type="checkbox"/>	0190105 <input type="checkbox"/>
k. Gestion des ressources humaines	0190111 <input type="checkbox"/>	0190112 <input type="checkbox"/>	0190113 <input type="checkbox"/>	0190114 <input type="checkbox"/>	0190115 <input type="checkbox"/>
l. Gestion financière	0190121 <input type="checkbox"/>	0190122 <input type="checkbox"/>	0190123 <input type="checkbox"/>	0190124 <input type="checkbox"/>	0190125 <input type="checkbox"/>
m. Ingénierie et services techniques connexes	0190131 <input type="checkbox"/>	0190132 <input type="checkbox"/>	0190133 <input type="checkbox"/>	0190134 <input type="checkbox"/>	0190135 <input type="checkbox"/>
n. Recherche et développement (R-D)	0190141 <input type="checkbox"/>	0190142 <input type="checkbox"/>	0190143 <input type="checkbox"/>	0190144 <input type="checkbox"/>	0190145 <input type="checkbox"/>
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	0190151 <input type="checkbox"/>	0190152 <input type="checkbox"/>	0190153 <input type="checkbox"/>	0190154 <input type="checkbox"/>	0190155 <input type="checkbox"/>
	0190156 <input type="checkbox"/>				

20. Veuillez nommer les trois pays les plus importants dans lesquels votre entreprise a apporté des changements à ses activités opérationnelles.

1. 0200001
2. 0200002
3. 0200003

Déplacement d'activités commerciales du Canada à l'étranger

21. Votre entreprise a-t-elle déplacé des activités commerciales du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012?

- 0210000 1 Oui
 3 Non → Passez à la question 23

22. Veuillez indiquer, parmi les activités commerciales suivantes, celles que votre entreprise a déplacées du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Activités commerciales	Déplacement des activités dans un autre pays?		Sans objet	
	Oui	Non		
a. Production de biens	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220010
b. Fourniture de services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220020
c. Distribution et logistique	<input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220030
d. Centres d'appels et centres d'aide	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220040
e. Marketing, ventes et service après-vente	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220050
f. Développement de logiciels	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220060
g. Traitement de données	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220070
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220080
i. Services juridiques	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220090
j. Comptabilité et tenue des livres	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220100
k. Gestion des ressources humaines	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220110
l. Gestion financière	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220120
m. Ingénierie et services techniques connexes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220130
n. Recherche et développement (R-D)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220140
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0220150

0220156

23. Votre entreprise a-t-elle procédé à l'impartition (sous-traitance) d'activités commerciales du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012?

0230000

1 Oui3 Non → Passez à la question 25

24. Veuillez indiquer, parmi les activités commerciales suivantes, celles que votre entreprise a imparties (données en sous-traitance) du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Cochez (✓) **une seule**
réponse pour chaque activité
commerciale

Activités commerciales	Impartition des activités dans un autre pays?		Sans objet	
	Oui	Non		
a. Production de biens	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240010
b. Fourniture de services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240020
c. Distribution et logistique	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240030
d. Centres d'appels et centres d'aide	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240040
e. Marketing, ventes et service après-vente	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240050
f. Développement de logiciels	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240060
g. Traitement de données	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240070
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240080
i. Services juridiques	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240090
j. Comptabilité et tenue des livres	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240100
k. Gestion des ressources humaines	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240110
l. Gestion financière	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240120
m. Ingénierie et services techniques connexes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240130
n. Recherche et développement (R-D)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240140
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0240150

0240156

25. Veuillez nommer les trois pays étrangers les plus importants vers lesquels votre entreprise a, le plus récemment, procédé au déplacement ou à l'impartition (sous-traitance) de certaines activités commerciales.

- 1. 0250001
- 2. 0250002
- 3. 0250003

26. Si vous avez répondu « oui » au déplacement en question 21 ou à l'impartition (sous-traitance) à la question 23, veuillez indiquer l'importance des raisons pour lesquelles votre entreprise a décidé de procéder au déplacement ou à l'impartition (sous-traitance) d'activités commerciales du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Sinon, passez à la question 29

Cochez (✓) **une seule** réponse par raison

Raisons	Degré d'importance			Sans objet	
	Faible	Moyen	Élevé		
a. Réduction des coûts de la main-d'œuvre	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260010
b. Réduction des coûts autres que ceux de la main-d'œuvre	<input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260020
c. Accès à de nouveaux marchés	<input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260030
d. Désir d'imiter le comportement ou l'exemple des concurrents ou des clients	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260040
e. Amélioration de la qualité des biens et services ou introduction de nouveaux biens et services	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260050
f. Priorité accordée aux activités essentielles	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260060
g. Accès aux connaissances et technologies spécialisées	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260070
h. Incitatifs fiscaux ou autres incitatifs financiers	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260080
i. Amélioration de la logistique (y compris les préoccupations concernant la frontière américaine)	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260090
j. Réduction des délais de livraison	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260100
k. Manque de main-d'œuvre	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260110
l. Autres raisons, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0260120

0260126

27. Votre entreprise a-t-elle fait face à des obstacles importants qui ont ralenti ou entravé le déplacement ou l'impartition d'activités commerciales du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012?

0270000

1 Oui3 Non → Passez à la question 29

28. Veuillez indiquer l'importance des obstacles suivants lors du déplacement ou de l'impartition d'activités commerciales du Canada vers l'étranger au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Cochez (✓) **une seule** réponse par obstacle

Obstacles	Degré d'importance				Sans objet	
	Faible	Moyen	Élevé			
a. Obstacles juridiques ou administratifs au Canada	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280010	
b. Obstacles juridiques ou administratifs à l'étranger	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280020	
c. Obstacles d'ordre fiscal	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280030	
d. Tarifs commerciaux	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280040	
e. Incertitude quant aux normes internationales	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280050	
f. Préoccupations des employés (y compris des syndicats)	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280060	
g. Préoccupations concernant la violation des droits de brevet ou de propriété intellectuelle	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280070	
h. Conflit avec les valeurs sociales de votre entreprise (p. ex. questions de responsabilité sociale de l'entreprise)	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280080	
i. Problèmes de distance jusqu'aux producteurs	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280090	
j. Problèmes de distance jusqu'aux consommateurs	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280100	
k. Obstacles linguistiques ou culturels	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280110	
l. Difficultés à trouver des fournisseurs potentiels ou adéquats	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280120	
m. Manque de compétences en gestion	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280130	
n. Manque de financement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280140	
o. Autres obstacles, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0280150	

0280156

Déplacement d'activités commerciales au Canada

29. Votre entreprise a-t-elle déplacé des activités commerciales de l'étranger vers le Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012?

- 0290000 1 Oui
 3 Non → Passez à la question 32

30. Veuillez indiquer, parmi les activités commerciales suivantes, celles que votre entreprise a déplacées de l'étranger vers le Canada au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012.

Cochez (✓) **une seule** réponse pour chaque activité commerciale

Activités commerciales	Déplacement d'un autre pays vers le Canada?		Sans objet	
	Oui	Non		
a. Production de biens	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300010
b. Fourniture de services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300020
c. Distribution et logistique	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300030
d. Centres d'appels et centres d'aide	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300040
e. Marketing, ventes et service après-vente	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300050
f. Développement de logiciels	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300060
g. Traitement de données	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300070
h. Services de technologie de l'information et des communications (TIC)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300080
i. Services juridiques	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300090
j. Comptabilité et tenue des livres	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300100
k. Gestion des ressources humaines	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300110
l. Gestion financière	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300120
m. Ingénierie et services techniques connexes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300130
n. Recherche et développement (R-D)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300140
o. Autres genres d'activités commerciales, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	0300150

0300156

31. Veuillez nommer les trois pays les plus importants à partir desquels votre entreprise a, le plus récemment, déplacé des activités commerciales vers le Canada.

1. 0310001
2. 0310002
3. 0310003

Activités de vente

32. En 2012, votre entreprise a-t-elle fabriqué des biens?

- 0320000 1 Oui
- 3 Non → Passez à la question 35

33. En 2012, votre entreprise a-t-elle vendu ses biens fabriqués à une autre entreprise au Canada qui les a ensuite exportés « tels quels »?

- 0330000 1 Oui
- 3 Non
- 9 Ne sait pas

34. En 2012, votre entreprise a-t-elle vendu ses biens fabriqués servant d'intrants intermédiaires pour des produits finaux à une autre entreprise du Canada qui les a exportés par la suite?

- 0340000 1 Oui
- 3 Non
- 9 Ne sait pas

35. En 2012, votre entreprise a-t-elle acheté des biens à l'étranger puis les a revendus à l'étranger sans que ces biens soient entrés au Canada?

- 0351000 1 Oui → Quel pourcentage des ventes totales de votre entreprise ces ventes ont-elles représenté? % 0352000
- 3 Non

36. Votre entreprise a-t-elle exporté ou tenté d'exporter des biens ou des services à une entreprise à l'étranger au cours des trois années allant de 2010 à 2012?

(exclure les entreprises qui font partie de votre société mère)

- 0360000 1 Oui
- 3 Non → Passez à la question 38

37. Veuillez évaluer l'importance des obstacles suivants lorsque votre entreprise a exporté ou tenté d'exporter des biens ou des services à une entreprise à l'étranger au cours des trois années soit de 2010 à 2012.
(exclure les entreprises qui font partie de votre société mère)

Cochez (✓) **une seule** réponse par obstacle

Obstacles	Degré d'importance			Pas un obstacle	
	Faible	Moyen	Élevé		
a. Obstacles juridiques ou administratifs au Canada	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370010
b. Barrières commerciales ou taxes canadiennes à l'exportation	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370020
c. Incertitude quant aux normes internationales	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370030
d. Accès au financement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370040
e. Préoccupations concernant la violation des droits de brevet ou de propriété intellectuelles	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370050
f. Obstacles tarifaires ou commerciaux étrangers	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370060
g. Questions de sécurité frontalière	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370070
h. Problèmes concernant la distance jusqu'aux consommateurs	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370080
i. Obstacles linguistiques ou culturels	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370090
j. Exigence des clients concernant l'utilisation de technologies ou de systèmes précis	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370100
k. Respect des exigences des clients en matière de coût	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370110
l. Respect des exigences des clients en matière de qualité	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370120
m. Autres obstacles, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0370130

0370136

POUR INFORMATION SEULEMENT

Changements aux pratiques commerciales

38. Veuillez indiquer si, en 2012, votre entreprise a apporté des changements majeurs ou importants pour répondre à des demandes précises de ses clients.

Types de changements	Oui	Non	
a. Mettre en œuvre des réductions précises de coûts	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380010
b. Améliorer la qualité des biens ou des services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380020
c. Réduire les délais d'exécution	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380030
d. Accroître les fonctions après-vente	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380040
e. Accepter un plus grand partage des risques (p. ex. accepter des paiements basés sur consignation)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380050
f. Assumer des coûts initiaux et extraordinaires plus élevés (p. ex. conception, investissement dans une nouvelle technologie)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380060
g. Accéder à une nouvelle région géographique ou accroître les activités existantes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380070
h. Entreprendre de nouvelles activités commerciales ou augmenter les activités existantes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380080
i. Étendre les heures d'ouverture pour répondre aux besoins des employés, des clients ou des fournisseurs dans d'autres fuseaux horaires	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380090
i. Autres changements, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0380100

0380106

Relations avec les principaux fournisseurs

39. Veuillez cocher l'énoncé qui, pour 2012, décrit le mieux les relations que votre entreprise entretient avec ses principaux fournisseurs au Canada. (exclure les fournisseurs qui font partie de votre société mère)

0390000

Relations avec les principaux fournisseurs au Canada	Cochez (✓) une seule réponse
a. Nous n'avons pas de fournisseurs au Canada	1 <input type="radio"/>
b. Il est facile de changer de fournisseur puisque l'approvisionnement est fondé principalement sur le prix	2 <input type="radio"/>
c. Les fournisseurs offrent des biens et des services en fonction de nos exigences, mais il est relativement facile de passer d'un fournisseur à un autre	3 <input type="radio"/>
d. Nous connaissons nos fournisseurs et ceux-ci nous connaissent. Changer de fournisseur présente un défi, étant donné la courbe d'apprentissage relative à l'offre de biens et de services	4 <input type="radio"/>
e. Nous faisons appel à un fournisseur principal ou à un petit nombre de fournisseurs qui ont à cœur de répondre à nos besoins dans de nombreux aspects de leurs activités. Il est difficile de changer de fournisseur	5 <input type="radio"/>

40. Veuillez cocher l'énoncé qui, pour 2012, décrit le mieux les relations que votre entreprise entretient avec ses principaux fournisseurs aux États-Unis. (exclure les fournisseurs qui font partie de votre société mère)

0400000

Relations avec les principaux fournisseurs aux États-Unis

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|--|---|-----------------------|
| a. Nous n'avons pas de fournisseurs aux États-Unis | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Il est facile de changer de fournisseur puisque l'approvisionnement est fondé principalement sur le prix | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Les fournisseurs offrent des biens et des services en fonction de nos exigences, mais il est relativement facile de passer d'un fournisseur à un autre | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Nous connaissons nos fournisseurs et ceux-ci nous connaissent. Changer de fournisseur présente un défi, étant donné la courbe d'apprentissage relative à l'offre de biens et de services | 4 | <input type="radio"/> |
| e. Nous faisons appel à un fournisseur principal ou à un petit nombre de fournisseurs qui ont à cœur de répondre à nos besoins dans de nombreux aspects de leurs activités. Il est difficile de changer de fournisseur | 5 | <input type="radio"/> |

41. Veuillez cocher l'énoncé qui, pour 2012, décrit le mieux les relations que votre entreprise entretient avec ses principaux fournisseurs en Europe. (exclure les fournisseurs qui font partie de votre société mère)

0410000

Relations avec les principaux fournisseurs en Europe

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|--|---|-----------------------|
| a. Nous n'avons pas de fournisseurs en Europe | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Il est facile de changer de fournisseur puisque l'approvisionnement est fondé principalement sur le prix | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Les fournisseurs offrent des biens et des services en fonction de nos exigences, mais il est relativement facile de passer d'un fournisseur à un autre | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Nous connaissons nos fournisseurs et ceux-ci nous connaissent. Changer de fournisseur présente un défi, étant donné la courbe d'apprentissage relative à l'offre de biens et de services | 4 | <input type="radio"/> |
| e. Nous faisons appel à un fournisseur principal ou à un petit nombre de fournisseurs qui ont à cœur de répondre à nos besoins dans de nombreux aspects de leurs activités. Il est difficile de changer de fournisseur | 5 | <input type="radio"/> |

42. Veuillez cocher l'énoncé qui, pour 2012, décrit le mieux les relations que votre entreprise entretient avec ses principaux fournisseurs en Asie Pacifique. (exclure les fournisseurs qui font partie de votre société mère)

0420000

Relations avec les principaux fournisseurs en Asie Pacifique

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|--|---|-----------------------|
| a. Nous n'avons pas de fournisseurs en Asie Pacifique | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Il est facile de changer de fournisseur puisque l'approvisionnement est fondé principalement sur le prix | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Les fournisseurs offrent des biens et des services en fonction de nos exigences, mais il est relativement facile de passer d'un fournisseur à un autre | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Nous connaissons nos fournisseurs et ceux-ci nous connaissent. Changer de fournisseur présente un défi, étant donné la courbe d'apprentissage relative à l'offre de biens et de services | 4 | <input type="radio"/> |
| e. Nous faisons appel à un fournisseur principal ou à un petit nombre de fournisseurs qui ont à cœur de répondre à nos besoins dans de nombreux aspects de leurs activités. Il est difficile de changer de fournisseur | 5 | <input type="radio"/> |

43. Veuillez cocher l'énoncé qui, pour 2012, décrit le mieux les relations que votre entreprise entretient avec ses principaux fournisseurs dans les pays autres que le Canada, les États-Unis, l'Europe et l'Asie Pacifique. (exclure les fournisseurs qui font partie de votre société mère)

0430000

Relations avec les principaux fournisseurs dans les pays autres que le Canada, les États-Unis, l'Europe et l'Asie Pacifique	Cochez (✓) une seule réponse
a. Nous n'avons pas de fournisseurs dans ces pays	1 <input type="radio"/>
b. Il est facile de changer de fournisseur puisque l'approvisionnement est fondé principalement sur le prix	2 <input type="radio"/>
c. Les fournisseurs offrent des biens et des services en fonction de nos exigences, mais il est relativement facile de passer d'un fournisseur à un autre	3 <input type="radio"/>
d. Nous connaissons nos fournisseurs et ceux-ci nous connaissent. Changer de fournisseur présente un défi, étant donné la courbe d'apprentissage relative à l'offre de biens et de services	4 <input type="radio"/>
e. Nous faisons appel à un fournisseur principal ou à un petit nombre de fournisseurs qui ont à cœur de répondre à nos besoins dans de nombreux aspects de leurs activités. Il est difficile de changer de fournisseur	5 <input type="radio"/>

Utilisation de technologies de pointe

Par **technologie** on entend au sens large, les moyens et le savoir-faire technique nécessaires à la fabrication de biens ou de services, qu'il s'agisse d'équipement, de matériel, de procédés, de plans ou de connaissances.

La **technologie de pointe** est une nouvelle technologie (équipement ou logiciel) par laquelle on exerce une nouvelle fonction ou on améliore grandement une fonction par rapport aux technologies utilisées couramment dans l'industrie ou par ses concurrents.

44. En 2012, votre entreprise a-t-elle utilisé l'une ou l'autre des technologies de pointe suivantes (équipement ou logiciel)?

	Oui	Non	
a. Conception informatique et technique de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440010
b. Technologies de pointe en matière de traitement informatique, de fabrication et d'assemblage	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440020
c. Techniques d'inspection informatique de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440030
d. Technologies de communication de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440040
e. Technologies de pointe de manutention de matériel automatisée	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440050
f. Technologies d'intégration et de contrôle de l'information de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440060
g. Biotechnologies/bioproducts de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440070
h. Nanotechnologies de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440080
i. Technologies vertes de pointe	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440090
j. Autre type de technologie de pointe, veuillez préciser	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0440100

0441106

45. Comment votre entreprise a-t-elle acquis ou intégré les technologies de pointe (équipement ou logiciel) énoncées à la question précédente?

Cochez (✓) tout ce qui s'applique

- | | | |
|---|-----------------------|---------|
| a. En achetant des technologies de pointe disponibles dans le commerce (équipement ou logiciel) | <input type="radio"/> | 0450001 |
| b. En louant des technologies de pointe disponibles dans le commerce (équipement ou logiciel) | <input type="radio"/> | 0450002 |
| c. En obtenant les technologies de pointe sous licence | <input type="radio"/> | 0450003 |
| d. En personnalisant ou modifiant de façon significative une technologie de pointe existante | <input type="radio"/> | 0450004 |
| e. En mettant au point une technologie de pointe complètement nouvelle (seul ou en collaboration) | <input type="radio"/> | 0450005 |
| f. Par fusion ou acquisition d'une autre entreprise dotée de technologies de pointe | <input type="radio"/> | 0450006 |

Innovation de procédés

Une innovation de procédés consiste en la mise en œuvre d'une technologie de production, d'une méthode de distribution ou d'une activité de soutien **nouvelle** ou **significativement** améliorée.

- Le nouveau procédé doit constituer une innovation pour votre entreprise, mais il n'est pas forcément nouveau sur votre marché.
- Votre propre entreprise ou d'autres entreprises peuvent être à l'origine de l'innovation.
- Il faut exclure les innovations strictement organisationnelles

46. Pendant les trois années de 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle mis en œuvre :

	Oui	Non	
a. Des procédés de fabrication ou de production nouveaux ou significativement améliorés pour vos biens ou services?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0460010
b. Des méthodes de logistique, de livraison ou de distribution de matières premières nouvelles ou significativement améliorées pour vos intrants, biens ou services?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0460020
c. Des activités de soutien pour vos procédés nouvelles ou significativement améliorées comme des systèmes d'entretien ou des opérations d'achat, de comptabilité ou de calcul?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0460030

Si vous avez répondu « Non » à toutes ces questions → Passez à la question 52

Sinon → Continuez à la question 47

47. Qui a développé ces innovations de procédés?

0470000

Cochez (✓) **une seule réponse**

- | | |
|---|-------------------------|
| a. Principalement votre entreprise | 1 <input type="radio"/> |
| b. Principalement votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organisations | 2 <input type="radio"/> |
| c. Principalement d'autres entreprises ou organisations | 3 <input type="radio"/> |

48. En 2012, environ combien de procédés nouveaux ou significativement améliorés votre entreprise a-t-elle introduits?

Nombre d'innovations de procédés 0480000

49. En 2012, quel a été le montant total de dépenses de votre entreprise dans l'innovation de procédés?

\$ 0490000

50. Les innovations de procédés de votre entreprise, mises en œuvre de 2010 à 2012, ont-elles réduit le coût moyen (par unité/exploitation) des biens ou services existants?

0501000 1 Oui → Veuillez estimer le pourcentage de réduction des coûts (en pourcentage du coût moyen) découlant des innovations de procédés mises en œuvre en 2012. %

3 Non

51. La mise en œuvre des innovations de procédés pendant les trois années de 2010 à 2012 a-t-elle exigé :

	Oui	Non	
a. Des changements aux activités de marketing?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0510010
b. Des changements aux activités opérationnelles?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0510020
c. Des changements aux activités organisationnelles?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0510030

Pratiques de gestion du rendement

52. Votre entreprise a-t-elle un procédé ou une procédure systématique pour résoudre des problèmes associés à la production de biens ou à la fourniture de services?

0520000 1 Oui
3 Non

53. Combien d'indicateurs clés du rendement de la production sont sous surveillance dans votre entreprise?

Nombre d'indicateurs clés du rendement de la production 0530000

S'il n'y en a aucun → Passez à la question 60

Sinon → Continuez à la question 54

54. À quelle fréquence ces indicateurs clés de rendement de la production sont-ils communiqués aux gestionnaires des opérations dans votre entreprise?

Cochez (✓) tous ceux qui s'appliquent

- a. Trimestrielle 0540001
- b. Mensuelle 0540002
- c. Hebdomadaire 0540003
- d. Quotidienne 0540004
- e. Chaque heure ou plus souvent 0540005
- f. Jamais 0540006
- g. Autre fréquence, veuillez préciser : 0540007 0541007
- h. Ne sait pas 0540008

55. À quelle fréquence ces indicateurs clés de rendement de la production sont-ils communiqués aux travailleurs de votre entreprise?

Cochez (✓) tous ceux qui s'appliquent

- a. Trimestrielle 0550001
- b. Mensuelle 0550002
- c. Hebdomadaire 0550003
- d. Quotidienne 0550004
- e. Chaque heure ou plus souvent 0550005
- f. Jamais 0550006
- g. Autre fréquence, veuillez préciser : 0550007 0551007
- h. Ne sait pas 0550008

56. À quelle fréquence ces indicateurs clés de rendement de la production sont-ils examinés par les cadres intermédiaires ou supérieurs de votre entreprise?

0560000

*Cochez (✓)
une seule réponse*

- a. Ils sont continuellement examinés 1
- b. Ils sont périodiquement examinés 2
- c. Ils sont rarement examinés 3
- d. Ne sait pas 9

57. Dans votre entreprise, qui prend la décision de déterminer le rythme du travail pour atteindre les objectifs de rendement de la production?

0570000

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|--|---|-----------------------|
| a. Seulement les gestionnaires | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Principalement les gestionnaires avec une certaine participation des employés | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Principalement les employés et certains gestionnaires | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Seulement les employés | 4 | <input type="radio"/> |

58. Quelle est l'échelle des temps de votre entreprise en ce qui concerne les objectifs de rendement de la production ou des services pour ses biens ou services qui connaissent le plus de succès?

0580000

Échelle des tempsCochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|--|---|-----------------------|
| a. Objectifs de production/rendement à court terme (moins d'une année) | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Objectifs de production/rendement à long terme seulement | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Objectifs intégrés de production/rendement à court et à long terme | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Aucun objectif de production/rendement | 4 | <input type="radio"/> |

59. Comment récompensez-vous l'atteinte des objectifs de rendement de la production de votre entreprise?

0590000

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|---------------------------------------|---|-----------------------|
| a. Seuls les cadres sont récompensés | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Tous les employés sont récompensés | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Il n'y a pas de récompenses | 3 | <input type="radio"/> |

Gestion des ressources humaines**60. Parmi les facteurs d'excellence suivants, lequel correspond à la principale politique de votre entreprise en ce qui concerne l'avancement?**

0600000

Facteurs influençant l'avancementCochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|---|---|-----------------------|
| a. L'avancement est fondé uniquement sur les efforts et les capacités | 1 | <input type="radio"/> |
| b. L'avancement est fondé en partie sur les efforts et les capacités et en partie sur d'autres facteurs comme l'ancienneté (temps passé par l'employé à travailler au sein de l'entreprise) | 2 | <input type="radio"/> |
| c. L'avancement est fondé principalement sur d'autres facteurs que les efforts et les capacités, notamment l'ancienneté | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Autres facteurs, veuillez préciser : | 4 | <input type="radio"/> |

0600006

61. Parmi les facteurs d'excellence suivants, lequel correspond à la politique principale de votre entreprise en ce qui concerne les employés qui ne satisfont pas aux attentes de leur poste?

0610000

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|---|---|-----------------------|
| a. On ne les déplace pratiquement jamais de leur poste | 1 | <input type="radio"/> |
| b. On leur sert un certain nombre d'avertissements avant de prendre d'autres mesures | 2 | <input type="radio"/> |
| c. On leur sert un avertissement et on leur assure une nouvelle formation, mais on ne les déplace pratiquement jamais de leur poste | 3 | <input type="radio"/> |
| d. On les déplace immédiatement de leur poste | 4 | <input type="radio"/> |

62. Dans votre entreprise, les employés prennent-ils part au processus décisionnel quant à l'affectation générale des tâches des travailleurs?

0620000

- 1 Oui
3 Non

63. Veuillez estimer le pourcentage d'employés de votre entreprise qui possèdent un grade universitaire.

0630000

%

64. En 2012, parmi les pratiques suivantes en matière de ressources humaines, lesquelles votre entreprise a-t-elle utilisées?

Pratiques en matière de ressources humaines

Cochez (✓) toutes
celles qui s'appliquent

- | | | |
|--|-----------------------|---------|
| a. Au moins l'une des méthodes suivantes de sélection des candidats : tests de personnalité et d'aptitudes, tests d'intelligence et d'aptitudes, échantillon d'activités professionnelles | <input type="radio"/> | 0640001 |
| b. Des programmes de formation structurée pour enseigner aux nouveaux employés les compétences nécessaires à leur travail | <input type="radio"/> | 0640002 |
| c. Des programmes de formation structurée aux employés afin d'améliorer leurs possibilités d'avancement | <input type="radio"/> | 0640003 |
| d. Des ententes officielles de rendement fondé sur des résultats objectifs et quantifiables sont élaborées au moins une fois par année pour les employés qui occupent des postes de gestion, de surveillance et de cadre | <input type="radio"/> | 0640004 |
| e. Une évaluation officielle est effectuée pour la majorité du personnel d'exécution au moins une fois par année | <input type="radio"/> | 0640005 |
| f. Une évaluation officielle est effectuée pour la majorité des cadres au moins une fois par année | <input type="radio"/> | 0640006 |
| g. Au moins un des programmes d'encouragement suivants est mis à la disposition du personnel d'exécution : régime d'actionnariat des employés, régime d'intéressement, prime au mérite | <input type="radio"/> | 0640007 |
| h. Au moins un des programmes d'encouragement suivants est mis à la disposition des cadres : régime d'actionnariat des employés, régime d'intéressement, prime au mérite | <input type="radio"/> | 0640008 |
| i. Au moins un des programmes d'encouragement suivants est mis à la disposition de tout le personnel : régime d'actionnariat des employés, régime d'intéressement, prime au mérite | <input type="radio"/> | 0640009 |

Innovations organisationnelles

Une innovation organisationnelle est une méthode nouvelle intégrée aux pratiques opérationnelles de votre entreprise (incluant la gestion du savoir) relativement à l'organisation du lieu de travail ou aux relations extérieures, et qui n'a pas été utilisée antérieurement par votre entreprise.

- Elle doit être le résultat de décisions stratégiques prises par la direction.
- Il faut exclure les fusions ou les acquisitions, même s'il s'agit d'une première fois.

65. Pendant les trois années, de 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle adopté :

	Oui	Non	
a. De nouvelles pratiques opérationnelles pour l'organisation des procédures (gestion de la chaîne d'approvisionnement, restructuration des activités, gestion du savoir, production sur commande, gestion de la qualité, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0650010
b. De nouvelles méthodes d'organisation des tâches professionnelles et de la prise de décision (première utilisation d'un nouveau système de tâches professionnelles, travail d'équipe, décentralisation, intégration ou démantèlement de services, systèmes de formation, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0650020
c. De nouvelles méthodes d'organisation des relations extérieures avec d'autres entreprises ou institutions publiques (nouvelle alliance ou nouveau partenariat, impartition ou sous-traitance, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0650030

Si vous avez répondu « Non » à toutes ces options → Passez à la question 69

Sinon → Continuez à la question 66

66. En 2012, environ combien d'innovations organisationnelles votre entreprise a-t-elle introduites?

Nombre d'innovations organisationnelles 0660000

67. Veuillez estimer le pourcentage de travailleurs touchés par vos innovations organisationnelles introduites en 2012.

0670000 %

68. En 2012, l'introduction de vos innovations organisationnelles a-t-elle nécessité :

	Oui	Non	
a. Des changements aux activités de marketing?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0680010
b. Des changements aux activités opérationnelles?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0680020

Le bien ou le service le plus vendu et marché principal

69. En 2012, combien de gammes différentes de produits votre entreprise a-t-elle offert?

Nombre de gammes différentes de produits 0690000

70. En 2012, combien de biens ou de services différents votre entreprise a-t-elle offert?

Nombre de biens ou de services différents 0700000

71. Veuillez décrire le bien ou le service (nom et utilité) de votre entreprise qui s'est le mieux vendu (en proportion des ventes totales).

0710001

0710002

0710003

0710004

0710005

72. Est-ce que le bien ou le service qui se vend le plus, décrit à la question précédente, constitue une gamme de produits?

0720000 1 Oui

 3 Non

73. En 2012, quel pourcentage des ventes totales de votre entreprise a représenté le bien ou le service qui s'est le mieux vendu?

0730000 %

74. En 2012, quel pourcentage des ventes totales a représenté le bien ou le service qui s'est le mieux vendu pour chacun des marchés géographiques suivants?

a. Marché local (même municipalité ou région)	<input type="text"/> %	0740010
b. Reste de la province ou du territoire	<input type="text"/> %	0740020
c. Reste du Canada	<input type="text"/> %	0740030
d. États-Unis	<input type="text"/> %	0740040
e. Europe	<input type="text"/> %	0740050
f. Asie Pacifique	<input type="text"/> %	0740060
g. Reste du monde	<input type="text"/> %	0740070
Total des ventes du bien ou du service qui s'est le mieux vendu	100 %	

Le **marché principal** du bien ou du service votre entreprise qui s'est le mieux vendu correspond à la région géographique d'où vous avez tiré la plus grande partie de vos ventes totales (la ligne où vous avez indiqué le pourcentage le plus élevé à la question 74).

75. Quelle est selon vous la part du marché du bien ou du service de votre entreprise qui s'est le mieux vendu dans son marché principal en 2012?

0750000 %

76. Veuillez estimer combien de biens ou de services font une concurrence directe au bien ou au service de votre entreprise qui s'est le mieux vendu dans son marché principal en 2012?

Nombre de biens ou services concurrents 0760000

77. En 2012, pour ce qui est du marché principal de votre bien ou service s'étant le mieux vendu, à combien de concurrents votre entreprise a-t-elle dû faire face?

- 0770000
- | | | | | | |
|---|-----------------------|-----|---|-----------------------|------------|
| 1 | <input type="radio"/> | 1 | 5 | <input type="radio"/> | 6–10 |
| 2 | <input type="radio"/> | 2 | 6 | <input type="radio"/> | 11–20 |
| 3 | <input type="radio"/> | 3 | 7 | <input type="radio"/> | Plus de 20 |
| 4 | <input type="radio"/> | 4–5 | | | |

78. En 2012, y avait-il des entreprises multi-nationales parmi les concurrents de votre bien ou service s'étant le mieux vendu dans son marché principal ?

- 0780000
- 1 Oui
- 3 Non

79. Pour 2012, lequel des énoncés suivants décrit le mieux le rendement de votre bien ou service s'étant le mieux vendu dans son marché principal?

0790000

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | | |
|---|---|-----------------------|
| a. Augmentation de la part du marché par rapport aux produits de la concurrence | 1 | <input type="radio"/> |
| b. Diminution de la part du marché par rapport aux produits de la concurrence | 2 | <input type="radio"/> |
| c. Part du marché inchangée | 3 | <input type="radio"/> |
| d. Ne sait pas | 9 | <input type="radio"/> |

80. En 2012, est-ce que de nouveaux concurrents se sont introduits dans le marché principal de votre bien ou service qui s'est le mieux vendu?

- 0800000
- 1 Oui
- 3 Non → Passez à la question 82

81. En réponse à l'introduction de concurrents dans le marché principal de votre bien ou service s'étant le mieux vendu, votre entreprise a-t-elle :

	Oui	Non	
a. Modifié la qualité de vos biens ou services?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810010
b. Adopté une nouvelle technologie ou un nouveau procédé?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810020
c. Modifié vos dépenses en marketing?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810030
d. Lancé un nouveau bien ou service?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810040
e. Accélééré l'introduction d'un nouveau bien ou service?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810050
f. Modifié le prix de votre bien ou service?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810060
g. Pris d'autres mesures? Veuillez préciser : <input type="text"/>	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810070 0810076
h. Décidé de ne pas prendre de mesures?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0810080

Innovation de produit (bien ou service)

Une innovation de produits correspond à l'introduction sur le marché d'un bien ou d'un service **nouveau ou significativement amélioré** en ce qui concerne leurs capacités, leur convivialité, leurs composantes ou leurs sous-systèmes.

- L'innovation de produit (nouveau ou amélioration) doit être nouvelle pour votre entreprise, mais elle n'a pas à être forcément nouvelle sur le marché.
- Une innovation de produit pourrait avoir été introduite par votre entreprise ou d'autres entreprises.

82. Pendant les trois années, de 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit :

	Oui	Non	
a. Des biens nouveaux ou améliorés de manière significative? (Il faut exclure la simple revente de nouveaux biens achetés à d'autres entreprises et les modifications uniquement esthétiques.)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0820010
b. Des services nouveaux ou significativement améliorés?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0820020

Si vous avez répondu « Non » à ces deux options → Passez à la question 94

Sinon → Continuez à la question 83

83. Qui a développé ces biens ou services innovants?

0830000

Cochez (✓) uniquement la réponse la plus pertinente

a. Principalement votre entreprise	1 <input type="radio"/>
b. Principalement votre entreprise conjointement avec d'autres entreprises ou organisations	2 <input type="radio"/>
c. Principalement d'autres entreprises ou organisations	3 <input type="radio"/>

84. Pendant les trois années, de 2010 à 2012, l'une ou l'autre des innovations de votre entreprise a-t-elle été :

		Oui	Non	
a.	Une nouveauté sur le marché? Votre entreprise a introduit un bien ou un service nouveau ou significativement amélioré sur l'un de ses marchés avant ses concurrents (ce bien ou ce service pourrait avoir été disponible sur d'autres marchés)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0840010
b.	Une nouveauté pour votre entreprise seulement? Votre entreprise a introduit un bien ou un service nouveau ou significativement amélioré qui était déjà offert par vos concurrents sur votre marché	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0840020

85. D'après les définitions ci-dessus, veuillez préciser le pourcentage du total de vos revenus en 2012 provenant :

a.	Des biens et de services nouveaux ou améliorés de manière significative introduits de 2010 à 2012 et qui étaient une nouveauté sur votre marché	<input type="text"/>	%	0850010
b.	Des biens et des services nouveaux ou significativement améliorés introduits de 2010 à 2012 et qui étaient une nouveauté uniquement dans votre entreprise	<input type="text"/>	%	0850020
c.	Des biens et des services qui n'ont pas changé ou ont été modifiés de façon superficielle de 2010 à 2012 (il faut inclure la revente de produits ou services nouveaux achetés d'autres entreprises)	<input type="text"/>	%	0850030
Revenus totaux pour l'année 2012		100	%	

86. L'introduction de vos innovations de biens ou de services a-t-elle nécessité :

		Oui	Non	
a.	Des changements aux activités de marketing?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0860010
b.	Des changements aux activités opérationnelles?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0860020
c.	Des changements aux activités organisationnelles?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0860030
d.	L'introduction de nouveaux procédés de production?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0860040

87. En 2012, combien de biens ou services nouveaux ou significativement améliorés votre entreprise a-t-elle introduits sur le marché?

		Nombre d'innovations	
a.	Nombre de biens nouveaux ou significativement améliorés	<input type="text"/>	0870010
b.	Nombre de services nouveaux ou significativement améliorés	<input type="text"/>	0870020

88. En 2012, quel était le montant total des dépenses de votre entreprise en matière d'innovation de biens ou services?

\$ 0880000

89. Veuillez décrire le bien ou le service de votre entreprise le plus innovant mis sur le marché pendant les trois années de 2010 à 2012?

0890001

0890002

0890003

0890004

0890005

90. Quand votre entreprise a-t-elle introduit son produit le plus innovant au cours de la période de 2010 à 2012?

Cochez (✓) **une seule** réponse

- 0900000
- 1 2010
- 2 2011
- 3 2012

91. Votre produit le plus innovant est-il le même que votre bien ou service s'étant le mieux vendu?

- 0910000
- 1 Oui
- 3 Non

92. Votre bien ou service le plus innovant fait-il partie de la même gamme de produits que votre bien ou service s'étant le mieux vendu?

- 0920000
- 1 Oui
- 3 Non

93. Dans quelle mesure votre produit le plus innovant est-il unique?

0930000

Cochez (✓)
une seule réponse

- | | |
|---|-------------------------|
| a. Il possède des caractéristiques uniques et il n'existe que peu ou pas de substitut pour ce bien ou service et/ou ses caractéristiques innovatrices | 1 <input type="radio"/> |
| b. Il possède quelques caractéristiques uniques mais il existe des substituts pour ce bien ou service et/ou ses caractéristiques innovatrices | 2 <input type="radio"/> |
| c. Des caractéristiques innovatrices et/ou des produits innovants analogues sont largement disponibles sur le marché | 3 <input type="radio"/> |

Innovation en marketing

Une innovation en marketing consiste en la mise en œuvre d'un nouveau concept ou d'une nouvelle stratégie qui diffère de façon significative des méthodes existantes de votre entreprise et qui n'ont jamais été utilisés auparavant.

- Une telle innovation nécessite des changements importants à la conception ou l'emballage du produit, à son placement, sa promotion ou son prix.
- Il faut exclure les changements saisonniers, réguliers ou systématiques apportés aux méthodes de marketing.

94. Pendant les trois années, de 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle introduit :

	Oui	Non	
a. Des changements importants à la conception ou à l'emballage esthétique d'un bien ou service (il faut exclure les changements qui modifient les caractéristiques fonctionnelles ou d'utilisation du produit – il s'agit en l'occurrence d'une innovation de produit)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0940010
b. De nouveaux médias ou de nouvelles techniques publicitaires pour faire la promotion de biens ou services (première utilisation d'un nouveau média publicitaire, d'une nouvelle image de marque, introduction de cartes de fidélité, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0940020
c. De nouvelles méthodes de placement de biens ou services ou de nouveaux circuits commerciaux (première utilisation de licences de franchisage ou de distribution, vente directe, vente au détail en exclusivité, nouveaux concepts de présentation de produit, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0940030
d. De nouvelles méthodes d' établissement du prix des biens ou de services (première utilisation du prix variable en fonction de la demande, systèmes de remise, etc.)?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0940040

Si vous avez répondu « Non » à ces quatre options → Passez à la question 97

Sinon → Continuez à la question 95

95. L'introduction de vos innovations en marketing en 2012 concernait-elle :

	Oui	Non	
a. Des biens ou services existants?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0950010
b. Des biens ou services nouveaux ou significativement améliorés de 2010 à 2012?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0950020

96. Veuillez estimer le pourcentage des dépenses en marketing affectées à l'innovation en marketing en 2012.

0960000 %

97. Veuillez estimer le montant total des dépenses de votre entreprise en marketing en 2012.

\$ 0970000

Utilisation des programmes d'aide gouvernementaux pour des activités liées à l'innovation

98. Au cours des trois dernières années, soit de 2010 à 2012, votre entreprise a-t-elle eu recours aux programmes gouvernementaux de soutien à l'innovation suivants?

Cochez (✓) tout ce qui s'applique à chaque activité commerciale

Type de programmes gouvernementaux	Niveau de gouvernement			Aucun programme utilisé
	Gouvernement fédéral	Gouvernement provincial/territorial	Administration municipale	
a. Programmes de formation gouvernementaux	<input type="radio"/> 0980011	<input type="radio"/> 0980012	<input type="radio"/> 0980013	<input type="radio"/> 0980014
b. Subventions gouvernementales	<input type="radio"/> 0980021	<input type="radio"/> 0980022	<input type="radio"/> 0980023	<input type="radio"/> 0980024
c. Crédits d'impôt du gouvernement	<input type="radio"/> 0980031	<input type="radio"/> 0980032	<input type="radio"/> 0980033	<input type="radio"/> 0980034
d. Achats de l'État	<input type="radio"/> 0980041	<input type="radio"/> 0980042	<input type="radio"/> 0980043	<input type="radio"/> 0980044
e. Programme gouvernemental d'embauche des diplômés récents	<input type="radio"/> 0980051	<input type="radio"/> 0980052	<input type="radio"/> 0980053	<input type="radio"/> 0980054
f. Accès aux installations de recherche du gouvernement	<input type="radio"/> 0980061	<input type="radio"/> 0980062	<input type="radio"/> 0980063	<input type="radio"/> 0980064
g. Mesures d'incitation à l'exportation et services gouvernementaux	<input type="radio"/> 0980071	<input type="radio"/> 0980072	<input type="radio"/> 0980073	<input type="radio"/> 0980074
h. Programmes d'information et d'assistance technique de l'État	<input type="radio"/> 0980081	<input type="radio"/> 0980082	<input type="radio"/> 0980083	<input type="radio"/> 0980084
i. Services gouvernementaux d'information sur les marchés	<input type="radio"/> 0980091	<input type="radio"/> 0980092	<input type="radio"/> 0980093	<input type="radio"/> 0980094
j. Autre type de programme gouvernemental, veuillez préciser :	<input type="radio"/> 0980101	<input type="radio"/> 0980102	<input type="radio"/> 0980103	<input type="radio"/> 0980104

0981106

99. Quel genre de programme gouvernemental était le plus essentiel aux activités d'innovation de votre entreprise?

0990000

(Indiquez la lettre correspondant au type de programme énoncé à la question 98 ci-dessus)

Mesures/activités mises en œuvre pour atténuer les obstacles à l'innovation

Cette question porte sur les problèmes et les obstacles liés à l'innovation auxquels votre entreprise a fait face, la mesure dans laquelle elle a mis en œuvre des initiatives ou des activités précises pour atténuer ces problèmes et obstacles et le recours à des programmes d'aide gouvernementaux pour soutenir les initiatives et les activités mises en place par votre entreprise

100. a. En 2012, la taille du marché a-t-elle fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001010

1 Oui → Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002010 1 Oui → Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs à la taille du marché?

3 Non

1003010 1 Oui 3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs à la taille du marché?

1004010 1 Oui 3 Non

b. En 2012, le financement interne de votre entreprise a-t-il fait obstacle à l'innovation?

1001020

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002020

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs au financement interne?

3 Non

1003020

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs au financement interne?

1004020

1 Oui

3 Non

c. En 2012, le financement externe a-t-il fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001030

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002030

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs au financement externe?

3 Non

1003030

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs au financement externe?

1004030

1 Oui

3 Non

d. En 2012, un manque de compétence au sein de votre entreprise a-t-il fait obstacle à l'innovation?

1001040

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002040

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles relatifs à un manque de compétence au sein de votre entreprise?

3 Non

1003040

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à un manque de compétence interne dans votre entreprise?

1004040

1 Oui

3 Non

e. En 2012, la recherche d'ententes avec des collaborateurs externes et la conclusion de celles-ci ont-elles fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001050

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002050

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs à la recherche et l'obtention d'ententes avec des collaborateurs externes?

3 Non

1003050

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs à la recherche et l'obtention d'ententes avec des collaborateurs externes?

1004050

1 Oui

3 Non

f. En 2012, l'incertitude et le risque ont-ils fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001060

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002060

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs au risque et à l'incertitude?

3 Non

1003060

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs au risque et à l'incertitude?

1004060

1 Oui

3 Non

g. En 2012, les questions de réglementation ont-elles fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001070

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002070

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs à des enjeux réglementaires?

3 Non

1003070

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs à des enjeux réglementaires?

1004070

1 Oui

3 Non

h. En 2012, la protection de la propriété intellectuelle a-t-elle fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001080

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002080

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs à la protection de la propriété intellectuelle?

3 Non

1003080

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs à la protection de la propriété intellectuelle?

1004080

1 Oui

3 Non

i. En 2012, la politique sur la concurrence du gouvernement a-t-elle fait obstacle à l'innovation au sein de votre entreprise?

1001090

1 Oui →

Des mesures ont-elles été prises pour surmonter les obstacles?

3 Non

1002090

1 Oui →

Les mesures ont-elles permis d'atténuer tous les obstacles à l'innovation relatifs aux politiques gouvernementales sur la concurrence?

3 Non

1003090

1 Oui

3 Non

Avez-vous eu recours aux programmes de soutien de l'État pour surmonter les obstacles à l'innovation relatifs aux politiques gouvernementales sur la concurrence?

1004090

1 Oui

3 Non

Questions générales

101. Combien de temps avez-vous mis pour recueillir les données et remplir ce questionnaire

9910

heure(s)

9909

minutes

102. Combien de personnes ont été consultées pour remplir ce questionnaire?

1020000

Commentaires

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires ci-dessous. Soyez assurés que nous passons en revue tous les commentaires reçus dans le but d'améliorer l'enquête.

9920

9913

9914

9915

9916

POUR INFORMATION SEULEMENT

Confidentialité

La loi interdit à Statistique Canada de divulguer toute information recueillie qui pourrait dévoiler l'identité d'une personne, d'une entreprise ou d'un organisme sans leur permission ou sans en être autorisé par la loi. Statistique Canada utilisera les données de cette enquête à des fins statistiques.

Ententes de partage de données

Pour réduire le fardeau de réponse, Statistique Canada a conclu des ententes de partage de données avec des organismes statistiques provinciaux et territoriaux ainsi que d'autres organismes gouvernementaux, qui ont convenu de respecter le caractère confidentiel des données et de les utiliser uniquement à des fins statistiques. Statistique Canada communiquera les données de la présente enquête seulement aux organismes ayant démontré qu'ils ont besoin de les utiliser.

L'article 11 de la *Loi sur la statistique* prévoit le partage de données avec des organismes statistiques provinciaux et territoriaux répondant à certaines conditions. Ces organismes doivent posséder l'autorisation légale de recueillir les mêmes données, sur une base obligatoire, et les lois pertinentes doivent contenir essentiellement les mêmes dispositions que la *Loi sur la statistique* en ce qui concerne la confidentialité et les sanctions imposées en cas de divulgation de renseignements confidentiels. Comme ces organismes possèdent l'autorisation légale d'obliger les entreprises à fournir les mêmes données, on ne demande pas le consentement des entreprises et celles-ci ne peuvent s'opposer au partage des données.

Pour la présente enquête, des ententes en vertu de l'article 11 ont été conclues avec les organismes statistiques provinciaux et territoriaux de Terre-Neuve-et-Labrador, de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick, du Québec, de l'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et du Yukon.

Les données partagées seront limitées aux renseignements relatifs aux entreprises commerciales avec leur siège social situé dans la province ou le territoire en question.

L'article 12 de la *Loi sur la statistique* prévoit le partage de données avec des organismes gouvernementaux fédéraux, provinciaux ou territoriaux. En vertu de cet article, vous pouvez refuser de partager vos données avec l'une ou l'autre de ces organisations en écrivant une lettre d'objection au statisticien en chef et en la retournant avec le questionnaire rempli. Veuillez préciser les organisations avec lesquelles vous ne voulez pas partager vos données.

Aux fins de la présente enquête, des ententes ont été conclues en vertu de l'article 12 avec les organismes statistiques de l'Île du Prince Édouard, des Territoires du Nord Ouest et de Nunavut.

Dans le cas des ententes conclues avec des organismes gouvernementaux provinciaux et territoriaux, les données partagées seront limitées aux renseignements relatifs aux entreprises commerciales avec leur siège social situé dans la province ou le territoire en question.

Couplages d'enregistrements

Dans le but d'améliorer les données de la présente enquête, Statistique Canada pourrait combiner les renseignements de cette enquête avec ceux provenant d'autres enquêtes ou de données administratives.

Merci d'avoir rempli ce questionnaire.

Veuillez garder une copie pour vos dossiers.

Consultez notre site Web à l'adresse suivante : www.statcan.gc.ca

Des statistiques sur le Québec d'hier et d'aujourd'hui
pour le Québec de demain