

Rapport

# L'état de la numérisation des entreprises au Québec

Secteur du commerce de  
détail

Économie  
et Innovation

Québec 

DATE 2023-07-25 NUMÉRO DE PROJET 16209-003

# Léger

---

*Comprendre le monde*

# TABLE DES MATIÈRES

<b>APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE</b>	<b>05</b>
<b>PROFIL DES RÉPONDANTS</b>	<b>07</b>
<b>FAITS SAILLANTS</b>	<b>10</b>
<b>RÉSULTATS DÉTAILLÉS</b>	<b>15</b>
<hr/>	
<b>1. Le numérique au sein des entreprises</b>	<b>16</b>
1.1 La place du numérique au sein du comité de direction	17
1.2 Les ressources dédiées aux initiatives numériques	18
1.3 L'adoption d'un plan stratégique	19
1.4 La maturité numérique	20
1.5 La réalisation d'un audit numérique	21
1.6 Les investissements en numérique	23
1.7 La satisfaction quant au retour sur investissement	25
1.8 Les enjeux à la transformation numérique	26
1.9 La gestion de l'information au sein de l'entreprise	27

# TABLE DES MATIÈRES

<b>2. Les mesures d'aide gouvernementale</b>	<b>28</b>
2.1 La satisfaction à l'égard des mesures d'aide gouvernementale	29
2.2 La satisfaction à l'égard de la disponibilité et de la qualité de l'accompagnement	30
2.3 Les initiatives et programmes connus	31
<b>3. Les technologies numériques émergentes 4.0</b>	<b>32</b>
3.1 L'impact des technologies émergentes 4.0	33
3.2 Les technologies émergentes 4.0 comme opportunité	35
3.3 L'intérêt à l'égard des nouvelles technologies émergentes 4.0	36
3.4 L'utilisation des nouvelles technologies émergentes 4.0	37
<b>4. L'étendue de l'utilisation du numérique</b>	<b>38</b>
4.1 La vue d'ensemble de l'utilisation des systèmes ou applications	39
4.2 L'utilisation du numérique pour la gestion d'entreprise	40
4.3 L'utilisation du numérique pour la gestion des stocks	41
4.4 L'utilisation du numérique pour la commercialisation	42
4.5 Le degré d'interconnexion des systèmes et applications numériques	43

---

# TABLE DES MATIÈRES

<b>5. L'intégration du numérique dans les pratiques d'affaires</b>	<b>44</b>
5.1 L'intensification de l'utilisation du numérique	45
5.2 La formation des employés	46
<b>6. Les champs de compétences en entreprise</b>	<b>47</b>
<b>7. La gestion interne des données</b>	<b>49</b>
7.1 La structuration et la valorisation des données	50
7.2 L'importance de la sécurité des données	51
<b>8. Les ventes en ligne</b>	<b>52</b>

---

# APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

## APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



COMMENT

Un **sondage hybride** (combinant le Web et le téléphonique) mené auprès d'entreprises québécoises issues du secteur du commerce de détail. Plus précisément, les propriétaires, hauts dirigeants ou responsables des technologies numériques étaient ciblés prioritairement par cette étude. Cependant, toute personne étant responsable des technologies numériques ou détenant une connaissance pointue de l'application des technologies numériques au sein de l'entreprise était admissible.

L'échantillon Web a été tiré aléatoirement à partir du panel B2B de Léger et l'échantillon téléphonique a été tiré de façon aléatoire à partir de la base de données de Data Axle Canada, partenaire de confiance de Léger.



QUI

Au total, **400** répondants pouvant s'exprimer en français ont participé à l'étude.

À titre indicatif, pour un échantillon probabiliste de même taille (n=400), la marge d'erreur maximale est de +/- 4,9%, et ce, dans 95% des cas (19 fois sur 20).



QUAND

Avant d'entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 8 mai 2023 afin de valider le questionnaire et d'assurer son déroulement logique. La collecte des données officielle s'est déroulée du 9 mai au 30 juin 2023 inclusivement.



PONDÉRATION

Afin de redresser les déséquilibres et de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble des entreprises québécoises issues du secteur du commerce de détail, les données brutes de l'étude ont été pondérées selon le nombre d'employés.

### ARRONDISSEMENT DES PROPORTIONS

Le complément à 100% est attribuable à l'arrondissement à l'entier des proportions ou à la non-réponse.

### DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d'analyse.

Les résultats en caractères gras et **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants tandis que ceux en caractères gras et **verts** signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants.

*La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.*

NOTES AUX LECTEURS

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## PROFIL DES RÉPONDANTS

Profil après pondération des résultats	Total (n=400)
<b>Fonction au sein de l'entreprise</b>	
Propriétaire ou copropriétaire	56%
Président-directeur-général, président ou directeur général	13%
Gestionnaire / administrateur	8%
Chef ou directeur des opérations (ou fabrication)	6%
Comptable	3%
Directeur/directeur adjoint / directeur d'un service	3%
Adjointe/technicienne administrative / secrétaire	2%
Vice-président	1%
Chef ou directeur des technologies numériques	1%
Contrôleur / contrôleur financier	1%
Coordonnateur/trice	1%
Autre*	6%
<b>Nombre d'employés</b>	
Moins de 5 employés	35%
Entre 5 et 9 employés	27%
Entre 10 et 19 employés	19%
Entre 20 et 49 employés	13%
Entre 50 et 99 employés	5%
100 employés ou plus	2%
<b>Moyenne</b>	<b>15,7</b>

\*La catégorie « Autre » regroupe les énoncés récoltant moins de 1% des mentions.  
Le complément de 100% représente la non-réponse.

Profil après pondération des résultats	Total (n=400)
<b>Sous-secteur d'activité</b>	
Concessionnaires de véhicules et de pièces automobiles (SCIAN 441)	9%
Magasins de meubles et d'accessoires de maison (SCIAN 442)	5%
Magasins d'appareils électroniques et ménagers (SCIAN 443)	5%
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage (SCIAN 444)	6%
Magasins d'alimentation (SCIAN 445)	12%
Magasins de produits de santé et de soins personnels (SCIAN 446)	4%
Stations-service (SCIAN 447)	3%
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (SCIAN 448)	8%
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres (SCIAN 451)	8%
Magasins de marchandises diverses (SCIAN 452)	10%
Magasins de détail divers (SCIAN 453)	22%
Détaillants hors magasin (SCIAN 454)	4%
Ne sait pas	3%



## PROFIL DES RÉPONDANTS

Profil après pondération des résultats	Total (n=400)
<b>Chiffres d'affaires des 12 derniers mois</b>	
Moins de 1 M\$	39%
De 1 à 4,9 M\$	37%
De 5 à 9,9 M\$	7%
De 10 à 24,9 M\$	5%
De 25 à 49,9 M\$	1%
50 M\$ et plus	1%
Préfère ne pas répondre	9%
<b>Satisfaction à l'égard du taux de croissance des ventes</b>	
Très élevée	8%
Plutôt élevée	36%
Ni élevée, ni faible	32%
Plutôt faible	16%
Très faible	6%

FAITS SAILLANTS

# LA PLACE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES

La majorité des entreprises québécoises issues du secteur du commerce de détail interrogées dédient des ressources humaines et financières pour des initiatives numériques, et comptent poursuivre dans cette voie.

## L'IMPORTANCE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES

**80%**

des entreprises sondées affirment avoir **au moins une personne dédiée** aux tâches stratégiques et opérationnelles permettant de supporter leur développement numérique et technologique. Dépendamment de la taille des entreprises, elles affectent généralement entre une et quatre personnes à ces tâches.

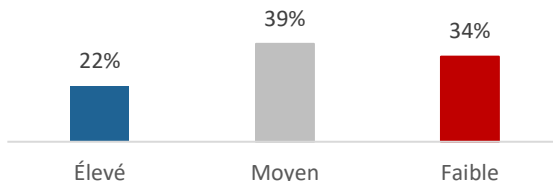
**55%**

ont une personne en charge de faire évoluer les initiatives numériques au sein de leur **comité de direction**.

## LA MATURITÉ NUMÉRIQUE

**22%**

des entreprises considèrent avoir un **degré de maturité numérique élevé**.



**18%**

ont fait un **audit numérique** au cours des deux dernières années afin d'avoir un plan numérique formel. Celles qui ne l'ont pas fait se justifient principalement par le fait que ce n'est pas un besoin actuel au sein de leur entreprise (40%).

## L'INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE

**67%**

ont investi dans le numérique au cours des **trois dernières années**.

Moyenne (\$)	TOTAL	Moins de 5 employés	Entre 5 et 49 employés	50 employés +
Incluant 0 \$	29 383	9 179	37 574	103 547
Excluant 0 \$	35 773	12 755	42 663	106 148

**57%**

ont l'intention d'investir dans le numérique au cours des **12 prochains mois**.

Moyenne (\$)	TOTAL	Moins de 5 employés	Entre 5 et 49 employés	50 employés +
Incluant 0 \$	51 873	5 679	77 693	119 325
Excluant 0 \$	70 199	9 069	97 025	129 856

**81%** des entreprises qui ont investi dans le numérique au cours des trois dernières années ont l'intention de poursuivre leur investissement dans les **12 prochains mois**.

**39%**

des entreprises ayant investi dans le numérique sont satisfaites du retour sur leur investissement. Notons que 33% sont plutôt neutres à cet effet et que 23% en sont insatisfaites.

# LA PLACE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES - SUITE

L'implantation et l'utilisation du numérique sont variables selon la taille de l'entreprise; les plus petites (moins de 5 employés) rapportant une utilisation très peu étendue des différents systèmes et applications évalués. Néanmoins, nonobstant leur taille, une constante demeure au sein des entreprises sondées : c'est surtout pour la commercialisation que des gains seraient à faire.

## LA GESTION DE L'INFORMATION EN ENTREPRISE

À l'heure actuelle, la plus grande proportion des entreprises sondées affirme que la gestion de l'information se fait principalement sur **papier ou à l'aide d'outils de bureautique** (35%). Pour leur part, 17% vont utiliser **plusieurs outils de bureautique mais non intégrés**, 16% vont utiliser des **solutions logicielles spécialisées mais non intégrées**, 12% vont utiliser **un ERP en partie interconnecté** et 8% supportent la gestion de l'information à l'aide **d'un ERP complètement interconnecté**.

## L'ÉTENDUE DE L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE ET LE NIVEAU D'INTERCONNEXION

Entre 50% et 74% des entreprises interrogées disent utiliser les systèmes et applications numériques évalués dans les différents champs d'activités. Celles qui utilisent chacun de ces outils rapportent, en moyenne, un niveau d'interconnexion de 41% à 52% par rapport à leurs autres systèmes.

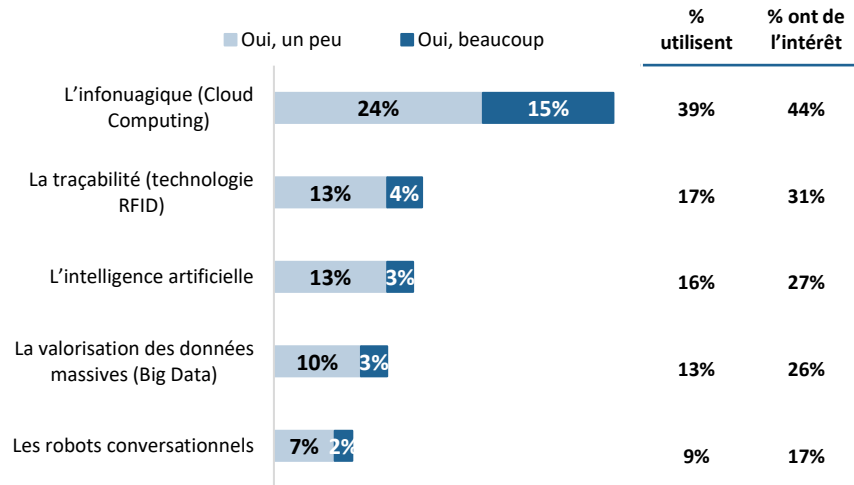
Besoin d'affaire	Système ou application	Utilisation	% étendu	Niveau d'interconnexion
Gestion d'entreprise	Système de gestion intégré	<b>74%</b> (petite : 63%   moyenne : 80%   grande : 82%)*	<b>45%</b> (petite : 28%   moyenne : 53%   grande : 69%)	<b>41%</b> (petite : 31%   moyenne : 43%   grande : 57%)
Gestion des stocks	Applications de type système de gestion de la chaîne logistique ( <i>Supply Chain Management</i> ou <i>SCM</i> ) ou autres logiciels de gestion des commandes	<b>51%</b> (petite : 32%   moyenne : 59%   grande : 72%)	<b>40%</b> (petite : 23%   moyenne : 47%   grande : 66%)	<b>52%</b> (petite : 40%   moyenne : 54%   grande : 60%)
Commercialisation	Applications logicielles ou plateformes permettant des stratégies de vente omnicanales	<b>50%</b> (petite : 41%   moyenne : 54%   grande : 59%)	<b>26%</b> (petite : 21%   moyenne : 28%   grande : 38%)	<b>44%</b> (petite : 44%   moyenne : 43%   grande : 57%)

## LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

Les technologies émergentes 4.0 représentent une certaine opportunité d'innovation pour les entreprises, mais leur usage et leur impact actuels demeurent généralement modestes. Les technologies d'infonuagique sont à la fois les plus attractives et les plus utilisées.

### L'UTILISATION ET L'IMPACT DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

Les technologies émergentes **sont encore peu répandues** au sein des entreprises sondées, alors qu'entre 9% et 39% rapportent en faire usage. L'intérêt pour ces technologies est généralement plus élevé que leur utilisation actuelle.

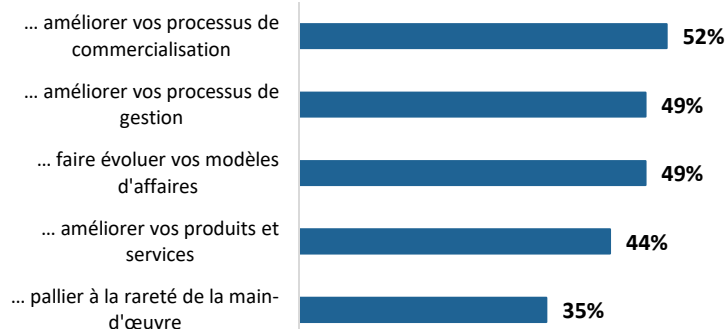


Seule une faible minorité d'entreprises affirment que ces technologies les ont impactées fortement au cours des trois dernières années (8%).

### LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 COMME OPPORTUNITÉ

**43%** des entreprises sondées pensent que ces technologies pourraient avoir un impact fort ou modéré sur leur organisation d'ici les trois prochaines années.

**68%** estiment que les technologies émergentes 4.0 représentent une opportunité pour au moins un des champs d'action évalués. C'est principalement pour améliorer leurs processus de commercialisation que les entreprises voient le plus de potentiel. À cet effet, rappelons qu'il s'agit du champ d'intervention où l'utilisation du numérique est actuellement le moins étendu.



---

## ENJEUX DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Les programmes destinés à la transformation numérique et à l'innovation sont actuellement peu connus des entreprises québécoises de commerce de détail interrogées, ce qui résulte en une satisfaction relativement faible à l'égard de ces programmes.

- Les entreprises démontrent une certaine volonté d'intégrer le numérique dans leurs pratiques courantes : elles dédient des ressources à cet effet, elles ont investi dans le numérique et comptent le faire dans un avenir rapproché. Elles démontrent également de l'intérêt pour certaines technologies émergentes 4.0, l'infonuagique étant la principale.
- Elles se butent toutefois à certains enjeux : manque de connaissances sur le sujet, absence de ressources internes spécialisées, situation financière précaire, accès insuffisant au financement, etc. Ces défis résultent en une utilisation actuellement modérée, voire parfois faible du numérique dans les pratiques d'affaires, et à une interconnexion inachevée avec les différents systèmes en place.
- Moins de la moitié des entreprises sondées disposent actuellement de ressources internes pour assurer la gestion et la sécurité des données, la gestion des réseaux et des télécommunications, la programmation, la gestion de projets numériques spéciaux, la conception d'interfaces utilisateurs et la science des données. Peu ont l'intention de développer ces compétences à court terme.
- De façon générale, les petites et moyennes entreprises (comptant moins de 50 employés) semblent moins avancées dans leur transformation numérique; se butant davantage à des ressources (financières et humaines) plus limitées.

**Les résultats de l'étude démontrent que les mesures d'aide gouvernementale pour faciliter la transformation numérique bénéficieraient d'une plus grande visibilité; la plupart des entreprises ne connaissant pas les initiatives et programmes gouvernementaux mis à leur disposition. Le secteur du commerce de détail au Québec étant particulièrement constitué de petites entreprises, l'aide est d'autant plus importante afin de leur permettre d'amorcer et de maintenir un virage numérique qui soit durable.**

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# 1. LE NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES



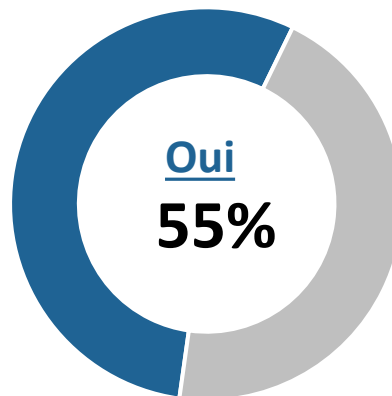
## 1.1 LA PLACE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION

Plus de la moitié des entreprises sondées affirment qu'au moins une personne issue du comité de direction a la responsabilité de faire évoluer les initiatives numériques au sein de l'organisation (55%).

C'est le cas plus particulièrement des entreprises affirmant avoir un niveau de maturité numérique élevé (73%).\*

**Au sein de votre comité de direction, est-ce qu'une personne est en charge de faire évoluer les initiatives numériques de votre entreprise?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*



## 1.2 LES RESSOURCES DÉDIÉES AUX INITIATIVES NUMÉRIQUES

80% des entreprises sondées ont au moins une ressource dédiée aux tâches stratégiques et opérationnelles permettant de supporter leur développement numérique et technologique.

Bien entendu, plus les entreprises comptent d'employés, plus elles affectent du personnel spécifiquement à ces tâches, comme présenté dans le tableau ci-dessous.

**Combien de personnes sont affectées aux tâches stratégiques et opérationnelles permettant de supporter le développement numérique et technologique de votre organisation?**

	NOMBRE D'EMPLOYÉS			
	TOTAL	Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91
Aucune personne	20%	24%	18%	13%
Au moins une personne	80%	76%	82%	87%
Une seule personne	44%	57%	39%	24%
Deux personnes	20%	14%	24%	20%
Trois personnes ou plus	16%	5%	19%	43%
<i>Moyenne (incluant 0)</i>	1,5	1,1	1,5	3,8

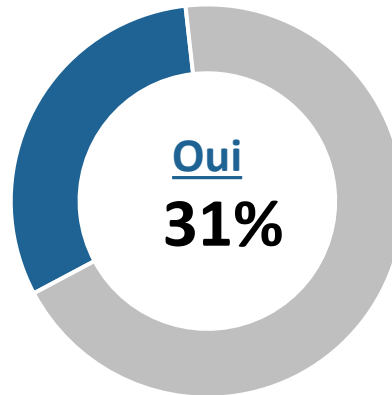
## 1.3 L'ADOPTION D'UN PLAN STRATÉGIQUE

**Actuellement, 31% des entreprises sondées disposent d'un plan qui précise leurs orientations stratégiques et opérationnelles.**

Cette proportion est significativement plus élevée parmi les entreprises comptant 50 employés ou plus (66%), celles dont au moins une personne issue du comité de direction est responsable de faire évoluer les initiatives numériques (46%) et celles dont le chiffre d'affaires des 12 derniers mois est de 5 M\$ ou plus (45%).

**Votre entreprise dispose-t-elle actuellement d'un plan stratégique qui précise les orientations stratégiques et opérationnelles ainsi que des objectifs mesurables?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*



## 1.4 LA MATURITÉ NUMÉRIQUE

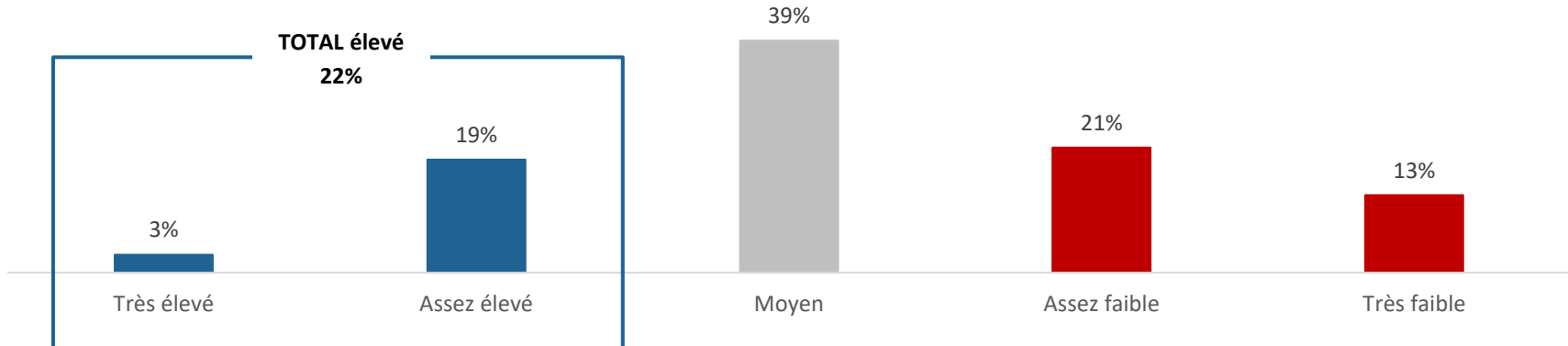
Moins du quart des entreprises interrogées estiment avoir un niveau de maturité numérique élevé (22%).

Ainsi, la plupart qualifient leur degré de maturité de moyen (39%), voire faible ou très faible (34%).

Bien que minoritaires, les entreprises qui disposent d'un plan stratégique (39%), celles qui comptent 50 employés ou plus (38%) et celles dont au moins une personne du comité de direction veille à l'évolution des initiatives numériques (29%) sont plus nombreuses en proportion à qualifier leur maturité numérique d'élevée.

Comment jugez-vous le niveau de maturité numérique de votre entreprise? Est-ce...?

Base: l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)



## 1.5 LA RÉALISATION D'UN AUDIT NUMÉRIQUE

**18% des entreprises sondées disent avoir réalisé un audit numérique au cours des deux dernières années.**

Les entreprises ayant un plan stratégique (43%), celles qui estiment avoir un degré de maturité numérique élevé (36%), les entreprises qui comptent 50 employés ou plus (31%) et celles dont au moins une ressource au sein du comité de direction assure l'évolution des initiatives numériques (27%) sont plus nombreuses à l'avoir fait.

**Votre entreprise a-t-elle déjà réalisé au cours des deux dernières années un audit numérique pour faire un diagnostic de ses processus d'affaires, évaluer sa maturité numérique et avoir un plan numérique formel?**

	TOTAL	ONT UN PLAN STRATÉGIQUE		MATURITÉ NUMÉRIQUE		
		Oui	Non	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	154	222	108	149	122
Oui	18%	43%	6%	36%	19%	7%
Non	77%	50%	91%	55%	77%	90%
Ne sait pas	5%	7%	3%	9%	4%	3%

Parmi les entreprises qui ont réalisé un audit numérique au cours des deux dernières années (n=89), 82% ont amorcé sa mise en œuvre. Cette proportion est similaire selon le profil des entreprises répondantes.

## 1.5 LA RÉALISATION D'UN AUDIT NUMÉRIQUE - SUITE

C'est principalement parce que ce n'est pas un besoin actuel que les entreprises n'ont pas fait d'audit numérique au cours des deux dernières années (40%).

Pour quelle(s) raison(s) votre entreprise n'a-t-elle pas réalisé un audit numérique au cours des deux dernières années?	TOTAL
<i>Base : les entreprises qui n'ont pas fait d'audit numérique au cours des deux dernières années, question ouverte, plusieurs mentions possibles</i>	282
Pas d'intérêt / ce n'est pas un besoin actuel	40%
Manque de temps / ce n'est pas une priorité	17%
Manque de ressources/de fonds	6%
Nous sommes une petite entreprise	5%
Achat de l'entreprise / réorganisation de l'entreprise (en cours)/ en démarrage	5%
Je ne connais pas / je ne sais pas ce qu'est un audit numérique	5%
Manque de connaissances sur le sujet	4%
Manque d'effectif/de main-d'œuvre qualifié	3%
Nous ne sommes pas rendus là / jeune entreprise	3%
En raison de la pandémie de COVID-19	3%
Notre entreprise relève d'un siège social/bureau chef/organisme externe	3%
Les coûts associés à un tel audit	2%
Transformation numérique déjà réalisée/suffisamment avancée	2%
Je n'étais pas au courant	1%
Ne s'applique pas à notre entreprise	1%
Autres raisons*	6%
Aucune raison en particulier	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	6%

\*La catégorie « Autres raisons » regroupe les énoncés récoltant moins de 1% des mentions.  
Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

## 1.6 LES INVESTISSEMENTS EN NUMÉRIQUE

**Au cours des trois dernières années, les entreprises sondées ont investi, en moyenne, un peu plus de 29 000 \$ dans le numérique.\***

Plus les entreprises comptent d'employés et plus elles se considèrent comme étant matures sur le plan numérique, plus elles tendent à avoir investi des sommes élevées dans le numérique au cours des trois dernières années.

Notons que 14% des entreprises ont déclaré n'avoir fait aucun investissement en ce sens au cours des trois dernières années, proportion qui augmente à 26% parmi les petites entreprises (moins de 5 employés).

**Quel a été approximativement le montant annuel moyen qui a été investi par votre entreprise dans le numérique AU COURS DES TROIS DERNIÈRES ANNÉES, incluant les équipements automatisés, les logiciels, les licences, les ressources humaines, les services-conseils, la formation et tout autre type d'investissement?**

	NOMBRE D'EMPLOYÉS			MATURITÉ NUMÉRIQUE			
	TOTAL	Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	108	149	122
Aucun investissement	14%	26%	9%	1%	3%	8%	28%
Moins de 5 000 \$	19%	29%	15%	5%	14%	16%	26%
Entre 5 000 \$ et 14 999 \$	19%	22%	18%	19%	11%	30%	13%
Entre 15 000 \$ et 24 999 \$	9%	5%	12%	3%	11%	8%	10%
Entre 25 000 \$ et 49 999 \$	8%	6%	9%	4%	6%	10%	7%
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$	5%	3%	7%	7%	11%	5%	3%
100 000 \$ et plus	6%	2%	7%	16%	13%	6%	2%
<i>Moyenne (incluant 0 \$)</i>	29 383	9 179	37 574	103 547	69 074	22 450	18 729
Préfère ne pas répondre	19%	8%	22%	45%	30%	18%	12%

\* En excluant les entreprises qui n'ont réalisé aucun investissement au cours des trois dernières années, la moyenne serait de 35 773 \$ (moyenne excluant 0 \$).

## 1.6 LES INVESTISSEMENTS EN NUMÉRIQUE - SUITE

**Au cours des 12 prochains mois, les entreprises sondées comptent investir, en moyenne, un peu plus de 51 000 \$.\***

Encore ici, les grandes entreprises et celles qui se considèrent comme étant matures sur le plan numérique entrevoient des investissements plus importants au cours de la prochaine année. Notons tout de même que des proportions importantes d'entre elles ne savent pas encore si elles comptent investir dans des initiatives numériques à court terme (respectivement 51% et 31%).

Par ailleurs, il est intéressant de souligner que 81% des entreprises **qui ont investi dans le numérique au cours des trois dernières années** ont l'intention de continuer d'investir au cours des 12 prochains mois.

**Quel est le montant approximatif que votre entreprise compte investir dans le numérique au cours des 12 PROCHAINS MOIS, incluant les équipements automatisés, les logiciels, les licences, les ressources humaines, les services-conseils, la formation et tout autre type d'investissement?**

	NOMBRE D'EMPLOYÉS			MATURITÉ NUMÉRIQUE			
	TOTAL	Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	108	149	122
Aucun investissement	20%	32%	15%	4%	10%	13%	34%
Moins de 5 000 \$	17%	28%	12%	4%	12%	17%	20%
Entre 5 000 \$ et 14 999 \$	16%	16%	17%	12%	11%	23%	12%
Entre 15 000 \$ et 24 999 \$	9%	4%	12%	3%	11%	11%	5%
Entre 25 000 \$ et 49 999 \$	7%	3%	11%	1%	6%	9%	5%
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$	8%	3%	9%	25%	18%	5%	5%
100 000 \$ et plus	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%
<i>Moyenne</i>	51 873	5 679	77 693	119 325	212 586	15 902	9 530
Préfère ne pas répondre	23%	15%	24%	51%	31%	22%	18%

\* En excluant les entreprises qui ne prévoient pas investir au cours des 12 prochains mois, la moyenne serait de 70 199 \$ (moyenne excluant 0 \$).



## 1.7 LA SATISFACTION QUANT AU RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Le tiers des entreprises sondées se disent satisfaites du retour sur investissement en technologies numériques (33%).

Notons toutefois qu'une faible proportion se dit très satisfaite en ce sens (6%), laquelle est plus élevée parmi les entreprises qui affirment avoir une maturité numérique élevée (14%).

Parmi les entreprises qui ont investi dans le numérique au cours des trois dernières années, 39% se disent très ou plutôt satisfaites du retour sur investissement.

### Votre satisfaction par rapport au retour sur investissement en technologies numériques est...?

	TOTAL	MATURITÉ NUMÉRIQUE			INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE AU COURS DES 3 DERNIÈRES ANNÉES*		INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS*	
		Élevée	Moyenne	Faible	Aucun investissement	Ont investi	Aucun investissement	Ont l'intention d'investir
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	108	149	122	48	454	67	220
TOTAL ÉLEVÉE	33%	58%	36%	15%	13%	39%	19%	41%
Très élevée	6%	14%	5%	3%	6%	7%	6%	8%
Plutôt élevée	27%	44%	30%	11%	6%	32%	12%	33%
NI ÉLEVÉE, NI FAIBLE	31%	24%	40%	27%	19%	33%	21%	33%
TOTAL FAIBLE	23%	17%	16%	39%	25%	23%	36%	20%
Plutôt faible	15%	13%	11%	22%	10%	14%	16%	12%
Très faible	9%	4%	6%	18%	15%	9%	20%	7%
Ne sait pas	13%	2%	8%	19%	42%	5%	24%	7%

\*La balance du nombre de répondants correspond à ceux qui ne se sont pas prononcés sur les investissements passés (19% de l'ensemble) et futurs (23%).

## 1.8 LES ENJEUX À LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le manque de connaissances sur le sujet (16%), l'absence de ressources internes spécialisées (12%), la situation financière précaire (11%) et l'accès insuffisant au financement (10%) sont actuellement les principaux enjeux à la transformation numérique au sein des entreprises sondées.

7% ont également réitéré que ce n'est tout simplement pas un besoin actuel dans leur entreprise.

### D'après vous, quels sont les principaux enjeux à la transformation numérique au sein de votre entreprise?

*Base : l'ensemble des entreprises, plusieurs mentions possibles, réponses obtenant 3% des mentions et plus*

	TOTAL
Manque de connaissances sur le sujet	16%
Absence de ressources internes spécialisées	12%
Situation financière précaire	11%
Accès insuffisant au financement	10%
Incertitudes quant aux bénéfices liés à l'implantation de certaines technologies de l'information	8%
Difficultés liées à l'implantation de certaines technologies de l'information	8%
Ce n'est pas un besoin actuel	7%
Difficultés à identifier les solutions appropriées	6%
Manque de temps	6%
Ce n'est pas adapté à notre clientèle	5%
L'adaptation aux nouvelles technologies / se maintenir à jour / arriver à suivre l'évolution technologique	5%
Disponibilité de ressources externes spécialisées	4%
Coûts liés à la transformation numérique / investissement trop important	4%
Enjeu de main-d'œuvre (sans précision du type de main-d'œuvre)	3%
Autres enjeux*	7%
Aucun enjeu en particulier	17%
Ne sait pas	11%

\*La catégorie « Autres enjeux » regroupe les énoncés récoltant moins de 1% des mentions.

Les réponses suivantes ont été mentionnées par 2% des répondants ou moins : la sécurité de l'information et des données, la formation, la résistance au changement, la désuétude de l'équipement utilisé, la réglementation et loi sur la protection des renseignements personnels, les logiciels non adaptés et non compatibles, le manque de soutien et d'aide gouvernementale, l'efficacité et la productivité de l'entreprise et le manque de visibilité des outils numériques (site Internet, page de réseaux sociaux). // Le total supérieur à 100% est attribuable à la mention multiple.

## 1.9 LA GESTION DE L'INFORMATION AU SEIN DE L'ENTREPRISE

À l'heure actuelle, la plus grande proportion des entreprises sondées affirme que la gestion de l'information se fait principalement sur papier ou à l'aide d'outils de bureautique (35%), plus encore parmi celles qui comptent moins de 5 employés (47%).

Parmi les entreprises qui affirment avoir un degré de maturité numérique élevé, les processus de gestion de l'information sont plus diversifiés, et près d'une entreprise sur cinq procède à l'aide de **solutions logicielles spécialisées complètement interconnectées** (19%).

De façon générale, comment est supportée la gestion de l'information des différents processus de votre entreprise?

	MATURITÉ NUMÉRIQUE			
	TOTAL	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	108	149	122
Papier ou soutenus en partie par des outils de bureautique de type tableur	35%	26%	30%	48%
Soutenus par plusieurs outils de bureautique mais pas tous intégrés	17%	11%	26%	12%
Soutenus par des solutions logicielles spécialisées mais non intégrées	16%	19%	13%	18%
Soutenus par un progiciel intégré de gestion (ERP) et par des solutions logicielles spécialisées en partie interconnectées	12%	16%	13%	9%
Soutenus par un progiciel intégré de gestion (ERP) et par des solutions logicielles spécialisées complètement interconnectées	8%	19%	8%	1%
Ne sait pas	12%	9%	10%	12%

## 2. LES MESURES D'AIDE GOUVERNEMENTALE

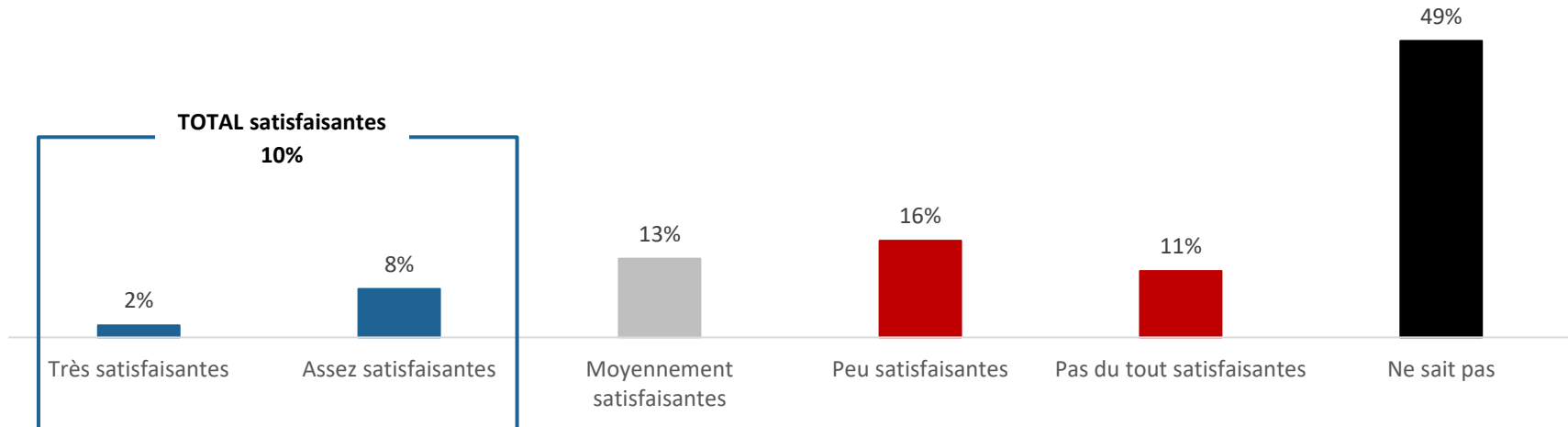
## 2.1 LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES MESURES D'AIDE GOUVERNEMENTALE

Questionnées sur leur satisfaction à l'égard des mesures d'aide gouvernementale mises en place pour faciliter leur transformation numérique, près de la moitié des entreprises sondées ne sont pas en mesure de se prononcer sur le sujet (49%).

Pour leur part, 10% en sont satisfaites, alors que 13% se disent moyennement satisfaites à cet égard et 27%, insatisfaites.

Comment jugez-vous les mesures d'aide gouvernementale pour faciliter la transformation numérique de votre organisation? Diriez-vous qu'elles sont...?

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)



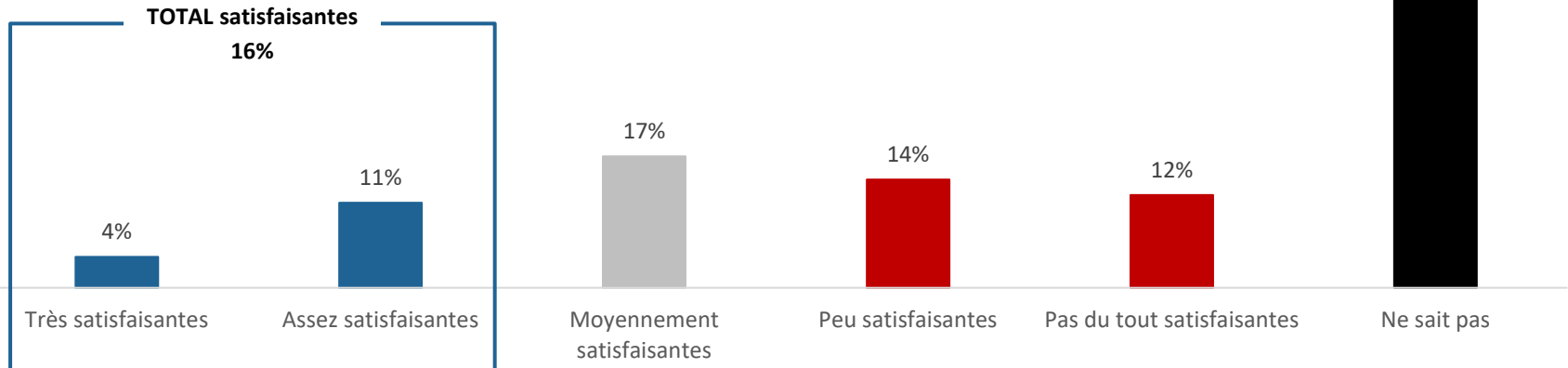
## 2.2 LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE LA DISPONIBILITÉ ET DE LA QUALITÉ DE L'ACCOMPAGNEMENT

Dans la continuité des précédents résultats, une proportion importante des entreprises interrogées ne sont pas en mesure de se prononcer quant à leur degré de satisfaction à l'égard de la disponibilité et de la qualité de l'accompagnement mis à leur disposition pour les aider dans leur transformation numérique (42%).

Ces résultats, combinés à ceux observés précédemment, dénotent une certaine méconnaissance de l'aide gouvernementale disponible pour les entreprises issues du secteur du commerce de détail en matière de transformation numérique.

**Comment jugez-vous la disponibilité et la qualité de l'accompagnement pour vous aider dans la transformation numérique de votre organisation? Diriez-vous qu'elles sont...?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*



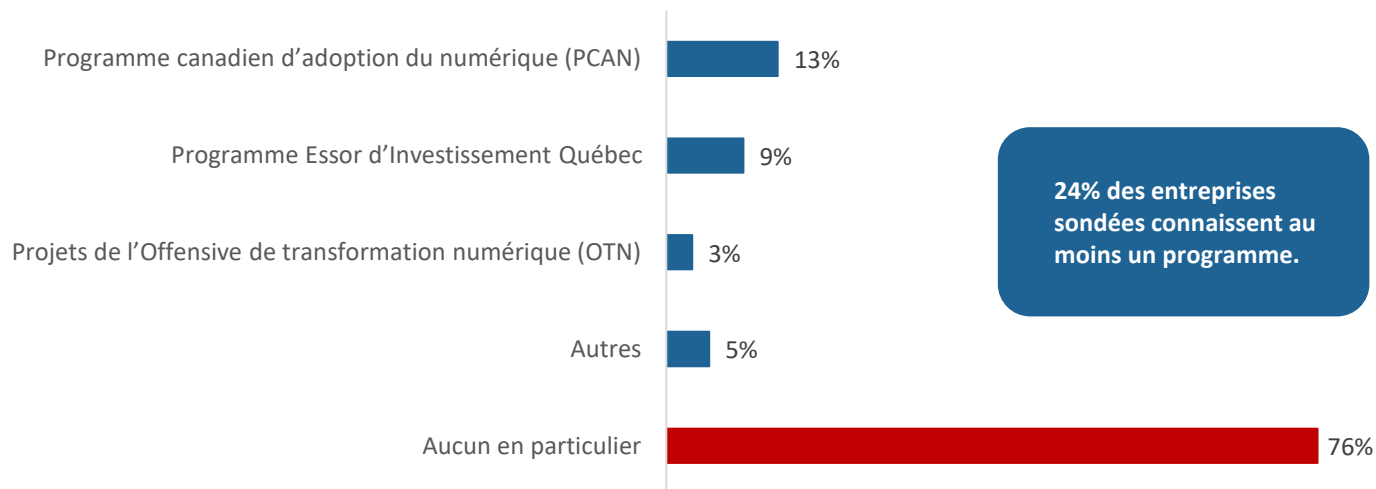
## 2.3 LES INITIATIVES ET PROGRAMMES CONNUS

La majorité des entreprises sondées ne connaissent aucun programme gouvernemental destiné à l’accompagnement à la transformation numérique (76%), confirmant ainsi le constat selon lequel l’aide disponible est actuellement méconnue.

Environ le quart connaît au moins un programme gouvernemental (24%), un peu plus chez les entreprises qui disposent d’un plan stratégique (39%), celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à l’évolution des initiatives numériques (35%), de même que celles qui ont investi (30%) ou prévoient investir (29%) dans leur transformation numérique.

**Quels initiatives et programmes gouvernementaux d’accompagnement à la transformation numérique connaissez-vous ?**

*Base : l’ensemble des entreprises répondantes (n=400) – plusieurs mentions possibles*



# 3. LES TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ÉMERGENTES 4.0

**La définition suivante des technologies numériques émergentes 4.0 a été fournie aux entreprises répondantes :**

*Les termes « technologies numériques émergentes 4.0 » font référence entre autres à l'intelligence artificielle l'infonuagique, la traçabilité (technologie RFID), les robots conversationnels et elles sont caractérisées par l'automatisation intelligente et l'interconnexion des systèmes à l'ensemble de la chaîne de valeur.*



### 3.1 L'IMPACT DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

La majorité des entreprises sondées (61%) déclarent que les technologies numériques émergentes 4.0 n'ont eu qu'un faible (19%), voire un très faible (42%) impact sur leur organisation au cours des trois dernières années, qu'elles aient investi dans le numérique ou non.

Pour 8% des entreprises, l'impact des technologies numériques émergentes 4.0 a été marqué. C'est le cas plus particulièrement des entreprises dont le degré de maturité numérique est élevé (20%), de celles qui comptent 50 employés ou plus (19%), des entreprises qui disposent d'un plan stratégique (17%) et de celles qui dédient une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques (13%).

Est-ce que les technologies numériques émergentes 4.0 ont eu un impact sur votre entreprise au cours des trois dernières années? Est-ce...?

	MATURITÉ NUMÉRIQUE				INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE AU COURS DES 3 DERNIÈRES ANNÉES*	
	TOTAL	Élevée	Moyenne	Faible	Aucun investissement	Ont investi
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	108	149	122	48	254
TOTAL FORTEMENT	8%	20%	7%	3%	0%	11%
Très fortement	2%	6%	1%	0%	0%	3%
Fortement	6%	14%	6%	3%	0%	8%
MOYENNEMENT	13%	22%	14%	6%	4%	13%
TOTAL FAIBLEMENT	61%	44%	66%	71%	59%	65%
Faiblement	19%	21%	21%	18%	10%	21%
Très faiblement	42%	23%	45%	53%	49%	44%
Ne sait pas	18%	14%	13%	20%	37%	11%

\*La balance du nombre de répondants correspond à ceux qui ne se sont pas prononcés sur les investissements passés (19% de l'ensemble).

## 3.1 L'IMPACT DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 - SUITE

D'ici les trois prochaines années, environ une entreprise sur cinq pense que les technologies numériques émergentes l'impacteront fortement (21%).

Cette proportion est un peu plus élevée parmi celles qui disposent d'un plan stratégique (37%), les entreprises qui ont un degré de maturité numérique élevé (35%, dont 13% qui estiment que l'impact sera très élevé), celles qui dédient une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques (29%) et celles qui ont l'intention d'investir dans le numérique au cours des 12 prochains mois (26%).

**Croyez-vous que les technologies numériques émergentes 4.0 impacteront très fortement, fortement, moyennement, faiblement ou très faiblement votre entreprise d'ici les trois prochaines années?**

	MATURITÉ NUMÉRIQUE				INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE AU COURS DES 12 PROCHAINS MOIS*	
	TOTAL	Élevée	Moyenne	Faible	Aucun investissement	Ont l'intention d'investir
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	108	149	122	67	220
TOTAL FORTEMENT	21%	35%	15%	18%	9%	26%
Très fortement	6%	13%	4%	3%	2%	9%
Fortement	15%	22%	11%	14%	8%	17%
MOYENNEMENT	22%	22%	26%	22%	11%	25%
TOTAL FAIBLEMENT	44%	33%	49%	48%	66%	42%
Faiblement	19%	17%	22%	17%	21%	20%
Très faiblement	25%	16%	26%	31%	44%	22%
Ne sait pas	12%	10%	11%	12%	15%	7%

\*La balance du nombre de répondants correspond à ceux qui ne se sont pas prononcés sur les investissements futurs (23% de l'ensemble).

## 3.2 LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 COMME OPPORTUNITÉ

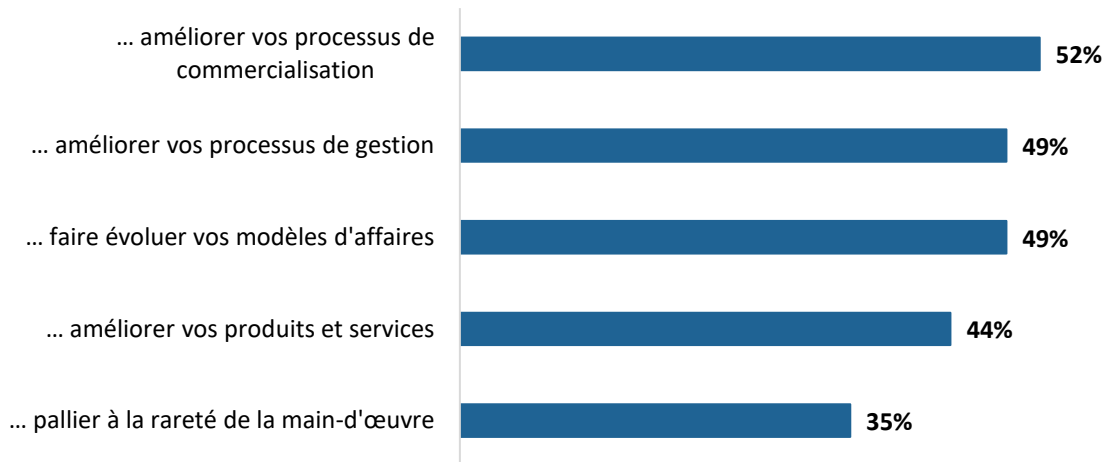
Globalement, 68% des entreprises sondées estiment que les technologies numériques émergentes 4.0 représentent une opportunité pour au moins un des champs d'action évalués.

De façon plus précise, 52% sont d'avis qu'elles peuvent contribuer à améliorer leurs processus de commercialisation et 49% leurs processus de gestion, 49% qu'elles contribueraient à faire évoluer leurs modèles d'affaires, 44% qu'elles pourraient améliorer leurs produits et services et 35% pensent qu'elles peuvent aider à pallier la rareté de la main-d'œuvre. Les entreprises qui disposent d'un plan stratégique, celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques et celles qui ont investi ou prévoient investir dans le numérique sont celles qui voient le plus d'opportunités liées aux technologies émergentes 4.0.

**Selon vous, les technologies numériques émergentes 4.0 représentent-elles une opportunité pour ...?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*

% OUI



### 3.3 L'INTÉRÊT À L'ÉGARD DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

Globalement, 61% des entreprises sondées ont de l'intérêt pour au moins une des technologies émergentes évaluées, davantage parmi les grandes entreprises (50 employés ou plus; 78%).

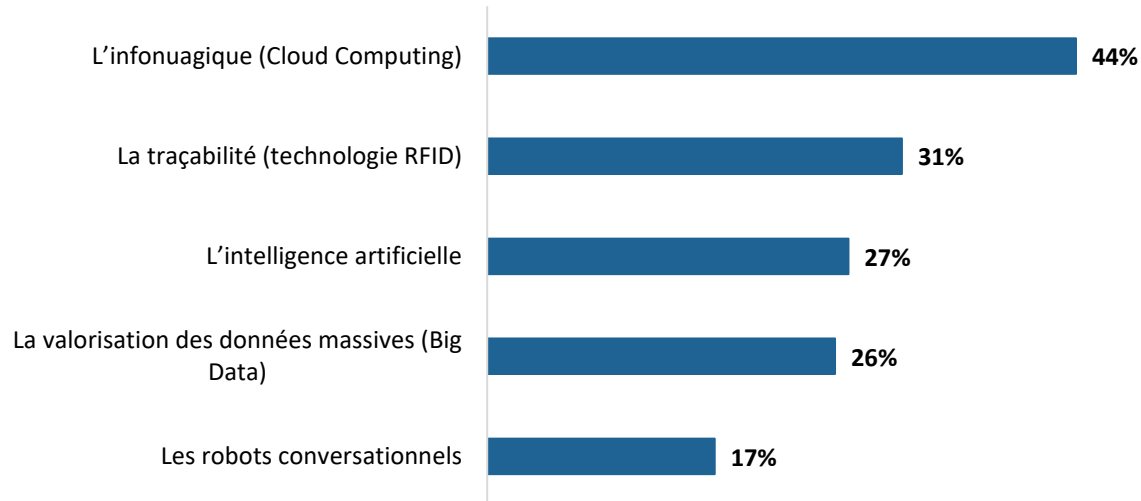
L'infonuagique (*Cloud Computing*) est la technologie qui suscite le plus d'intérêt de la part des entreprises sondées (44%).

Encore ici, les entreprises les plus sensibilisées au numérique (celles qui disposent d'un plan stratégique, celles qui y dédient au moins une ressource du comité de direction, celles qui ont investi ou comptent investir dans des initiatives numériques et celles qui se considèrent matures d'un point de vue numérique) ont généralement un intérêt plus élevé envers ces différentes technologies.

**Actuellement, votre entreprise a-t-elle de l'intérêt relativement aux nouvelles technologies suivantes?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*

% OUI



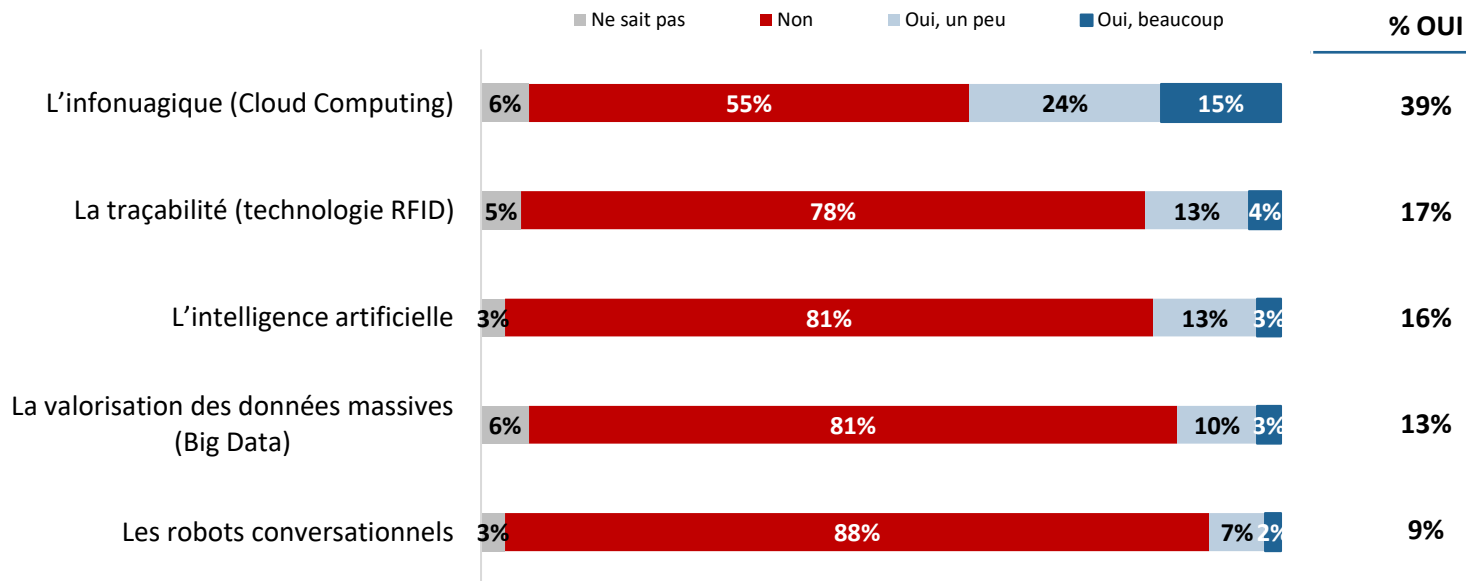
### 3.4 L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

Parmi les technologies évaluées, l'infonuagique est la plus répandue au sein des entreprises sondées, bien que moins de la moitié d'entre elles en fassent usage à l'heure actuelle (39%).

Rappelons que cette technologie est celle qui suscite le plus d'intérêt.

Actuellement, votre entreprise use-t-elle des nouvelles technologies suivantes?

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)



## 4. L'ÉTENDUE DE L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE

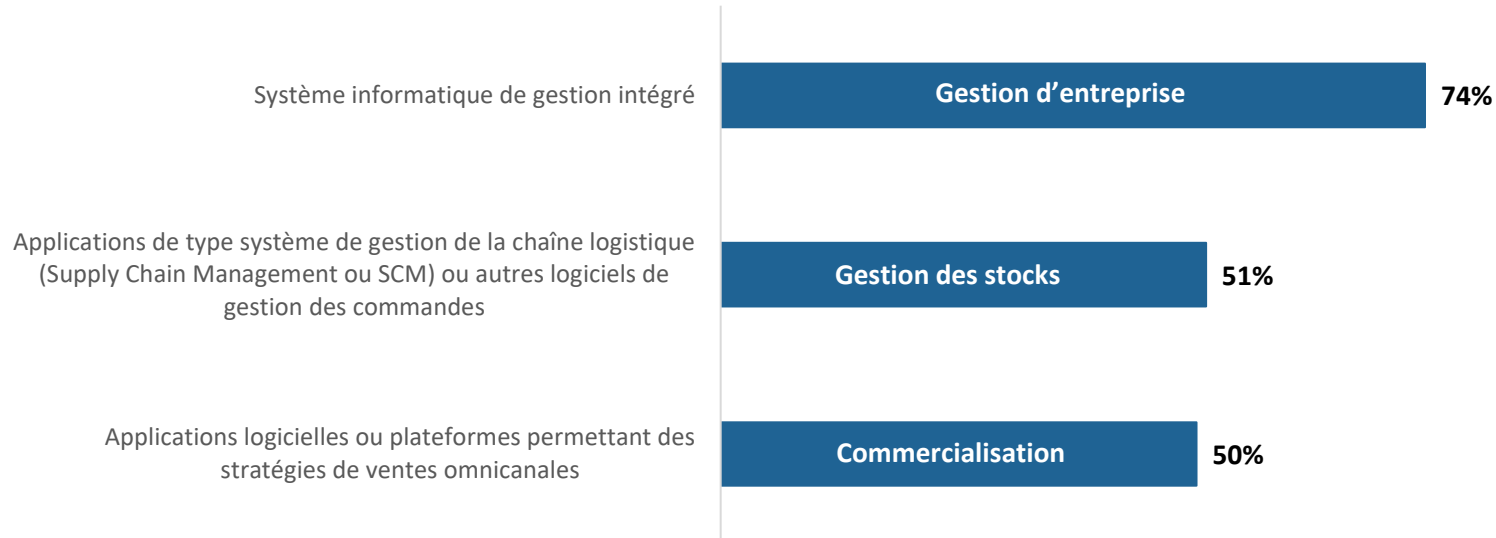
## 4.1 LA VUE D'ENSEMBLE DE L'UTILISATION DES SYSTÈMES OU APPLICATIONS

Le graphique ci-dessous présente l'utilisation globale des différents systèmes ou applications, selon le champ d'action. L'étendue de cette utilisation y est détaillée aux pages suivantes.

De façon générale, les grandes entreprises (50 employés ou plus), celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques, celles qui disposent d'un plan stratégique, les entreprises qui ont investi ou comptent investir dans le numérique et celles qui se considèrent matures sur le plan numérique sont plus nombreuses à utiliser les différentes technologies, et à en faire un usage étendu au sein de l'organisation.

### TAUX D'UTILISATION DES TECHNOLOGIES SELON LE CHAMP D'APPLICATION

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*



## 4.2 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA GESTION D'ENTREPRISE

74% des entreprises sondées utilisent un système de gestion intégré pour assurer la gestion de leur entreprise.

De façon plus précise, 45% en font un usage étendu (pour la plupart, assez étendu; 26%) et 29% en font un usage peu étendu.

Pour sa GESTION D'ENTREPRISE, votre entreprise utilise-t-elle actuellement un système de gestion intégré de manière très étendue, assez étendue, peu étendue ou elle n'en fait aucun usage?

	TOTAL	NOMBRE D'EMPLOYÉS			RESSOURCE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION		MATURITÉ NUMÉRIQUE		
		Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Oui	Non	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	231	154	108	149	122
TOTAL ÉTENDU	45%	28%	53%	69%	53%	35%	71%	47%	25%
Usage très étendu	19%	7%	24%	37%	24%	12%	44%	16%	5%
Usage assez étendu	26%	21%	29%	32%	29%	23%	27%	31%	20%
TOTAL PEU ÉTENDU	29%	35%	27%	14%	30%	28%	13%	30%	40%
Usage peu étendu	22%	25%	22%	12%	24%	21%	10%	24%	31%
Usage pas du tout étendu	7%	10%	5%	2%	7%	7%	2%	7%	9%
AUCUN USAGE	21%	32%	16%	8%	15%	28%	13%	18%	29%



## 4.3 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA GESTION DES STOCKS

51% des entreprises interrogées utilisent des technologies numériques pour la gestion de leurs stocks (approvisionnement et retours).

Plus précisément, 40% des entreprises en font un usage étendu et 11%, peu étendu.

Pour sa GESTION DES STOCKS (approvisionnement et retours), votre entreprise utilise-t-elle actuellement des applications de type système de gestion de la chaîne logistique (*Supply Chain Management* ou *SCM*) ou autres logiciels de gestion des commandes de manière très étendue, assez étendue, peu étendue ou elle n'en fait aucun usage?

	NOMBRE D'EMPLOYÉS			RESSOURCE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION		MATURITÉ NUMÉRIQUE			
	TOTAL	Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Oui	Non	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	231	154	108	149	122
TOTAL ÉTENDU	40%	23%	47%	66%	45%	34%	68%	40%	22%
Usage très étendu	18%	8%	23%	33%	23%	12%	40%	17%	6%
Usage assez étendu	22%	16%	24%	33%	22%	21%	28%	23%	16%
TOTAL PEU ÉTENDU	11%	9%	12%	7%	12%	10%	3%	14%	12%
Usage peu étendu	9%	6%	11%	5%	10%	7%	2%	12%	10%
Usage pas du tout étendu	2%	3%	2%	1%	2%	2%	1%	2%	2%
AUCUN USAGE	44%	61%	36%	19%	38%	51%	26%	41%	59%

Le complément de 100% représente la non-réponse (6%).

## 4.4 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA COMMERCIALISATION

La moitié des entreprises sondées rapportent avoir recours au numérique pour leur commercialisation, permettant ainsi des stratégies de vente omnicanales (50%).

De façon plus précise, 26% en font un usage étendu et 24%, un usage peu étendu. Il s'agit du champ d'application où l'utilisation du numérique est la moins répandue au sein des entreprises sondées.

**Pour sa COMMERCIALISATION (ventes et service client), votre entreprise utilise-t-elle actuellement des applications logicielles ou des plateformes permettant des stratégies de ventes omnicanales de manière très étendue, assez étendue, peu étendue ou elle n'en fait aucun usage?**

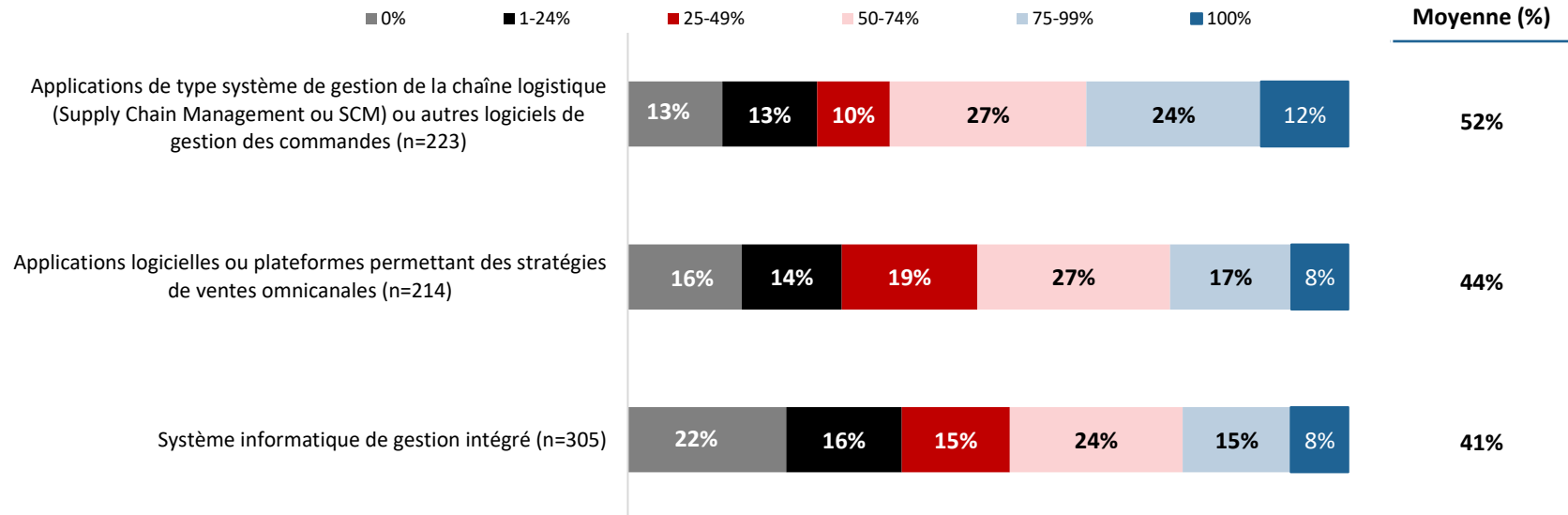
	TOTAL	NOMBRE D'EMPLOYÉS			RESSOURCE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION		MATURITÉ NUMÉRIQUE		
		Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Oui	Non	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	231	154	108	149	122
TOTAL ÉTENDU	26%	21%	28%	38%	35%	14%	52%	23%	16%
Usage très étendu	11%	8%	11%	18%	13%	6%	22%	8%	8%
Usage assez étendu	16%	13%	17%	21%	21%	8%	30%	15%	8%
TOTAL PEU ÉTENDU	24%	21%	26%	21%	24%	24%	21%	25%	24%
Usage peu étendu	21%	18%	23%	16%	21%	22%	19%	23%	20%
Usage pas du tout étendu	3%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	3%	3%
AUCUN USAGE	42%	52%	38%	30%	35%	53%	21%	43%	53%

## 4.5 LE DEGRÉ D'INTERCONNEXION DES SYSTÈMES ET APPLICATIONS NUMÉRIQUES

Selon les systèmes et applications numériques, le degré d'interconnexion moyen varie de 41% à 52%.

Quel est selon vous le niveau actuel d'interconnexion de ce système ou applications avec les autres systèmes ou applications numériques utilisés par votre entreprise? Veuillez répondre en pourcentage, où 0% signifie « aucune interconnexion » et 100%, une interconnexion complète.

Base : les entreprises répondantes qui utilisent les divers systèmes ou applications numériques



## 5. L'INTÉGRATION DU NUMÉRIQUE DANS LES PRATIQUES D'AFFAIRES

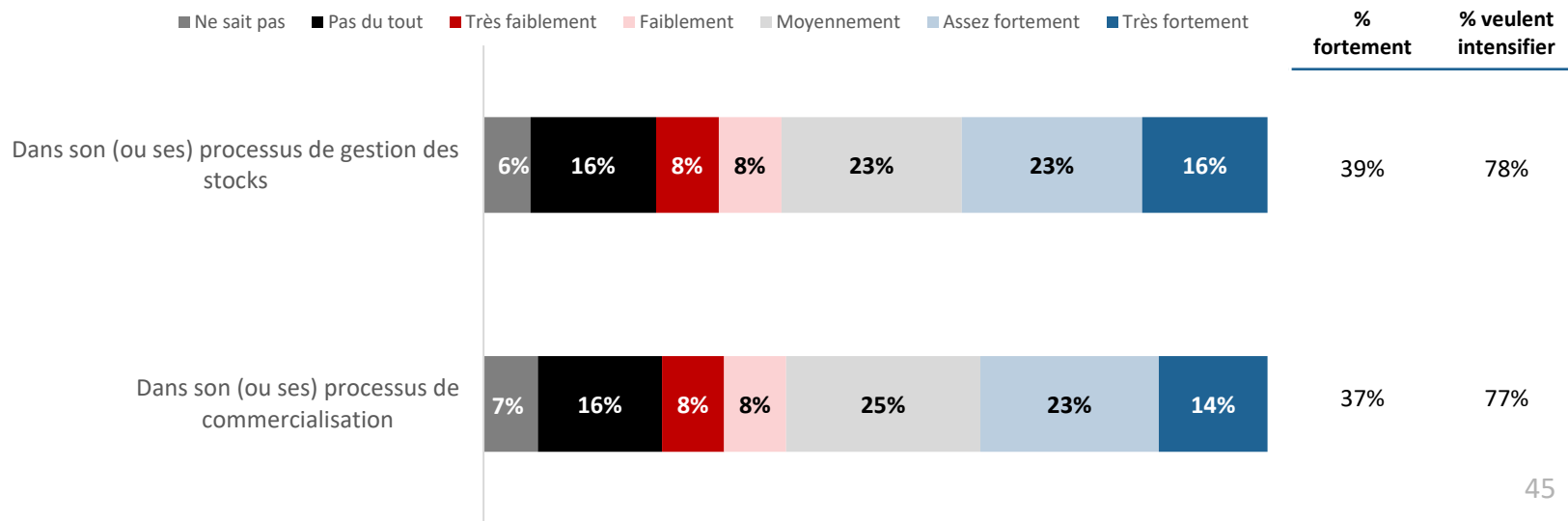
## 5.1 L'INTENSIFICATION DE L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE

Au cours des trois prochaines années, la vaste majorité des entreprises sondées comptent intensifier leur usage du numérique dans leurs processus de gestion des stocks (78%) et/ou de commercialisation (77%).

Près de 4 entreprises sur 10 ont d'ailleurs **une forte intention à ce chapitre**, particulièrement celles déjà sensibilisées au numérique (c'est-à-dire qui y dédient au moins une ressource, celles qui ont un plan stratégique, celles qui ont investi ou comptent investir en ce sens et celles qui se considèrent matures sur le plan numérique).

Dans quelle mesure votre entreprise a-t-elle l'intention d'intensifier l'usage du numérique au cours des 3 prochaines années...?

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)



## 5.2 LA FORMATION DES EMPLOYÉS

Au moment du sondage, un peu plus du quart des entreprises sondées étaient engagées dans un processus de formation de leurs employés, axé sur les compétences en matière de technologies numériques (26%).

Comme illustré dans le tableau ci-dessous, cette proportion augmente parmi les grandes entreprises et celles qui ont déjà une sensibilité quant au numérique.

**Votre entreprise est-elle engagée dans un processus de formation continue à l'interne de vos employés, axée sur les compétences portant sur les technologies numériques?**

	TOTAL	NOMBRE D'EMPLOYÉS			RESSOURCE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION		PLAN STRATÉGIQUE		MATURITÉ NUMÉRIQUE		
		Moins de 5	Entre 5 et 49	50 et plus	Oui	Non	Oui	Non	Élevée	Moyenne	Faible
<i>Base : l'ensemble des entreprises répondantes</i>	400	116	193	91	231	154	154	222	108	149	122
Oui	26%	16%	29%	45%	35%	12%	47%	14%	50%	26%	12%
Non	71%	83%	67%	49%	63%	84%	50%	83%	45%	72%	86%
Ne sait pas	3%	1%	4%	6%	2%	4%	2%	3%	5%	2%	3%

## 6. LES CHAMPS DE COMPÉTENCES EN ENTREPRISE

## 6.1 LES CHAMPS DE COMPÉTENCES EN ENTREPRISE

À l'heure actuelle, moins de la moitié des entreprises interrogées possèdent les différentes compétences évaluées (proportions variant de 22% à 47%, selon les types de compétences).

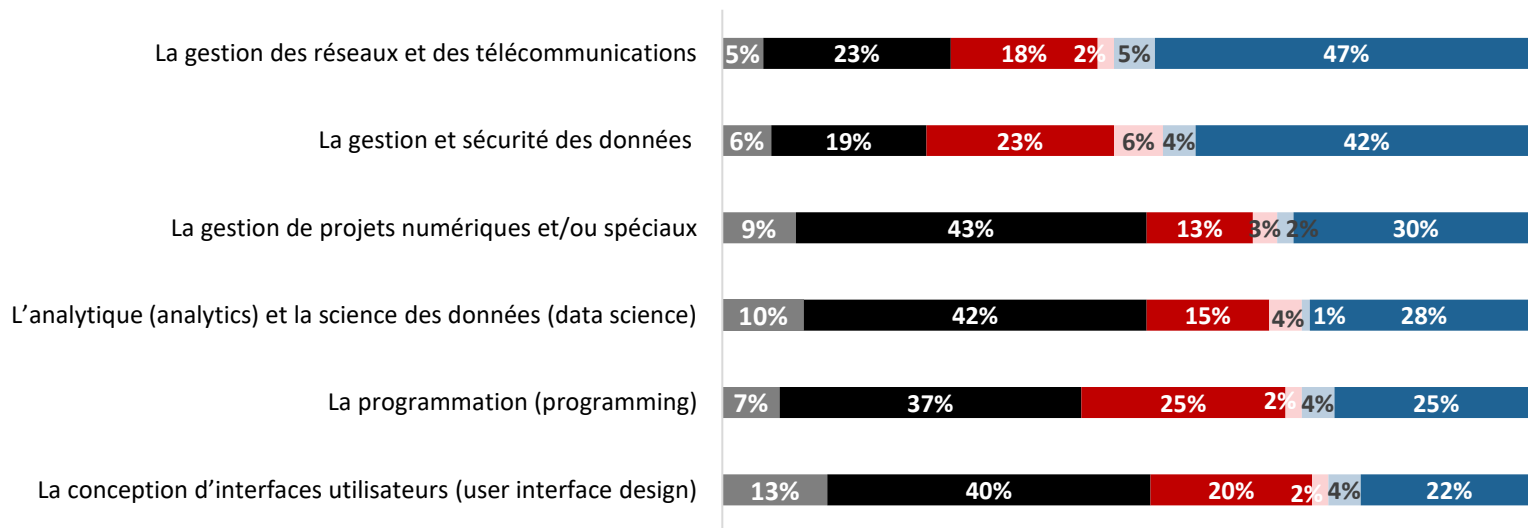
D'ailleurs, peu d'entre elles ont l'intention de les développer au cours des 12 ou 24 prochains mois.

Les entreprises qui possèdent un plan stratégique, celles qui se considèrent matures sur le plan numérique et celles qui dédient au moins une ressource au sein du comité de direction à l'évolution des initiatives numériques ont généralement une plus forte propension à posséder les différentes compétences à l'interne.

### Votre entreprise dispose-t-elle actuellement des compétences suivantes?

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)

■ Ne sait pas ■ Non, pas du tout ■ Non, mais sous-traite à l'externe ■ Non, mais les développera au cours des 24 prochains mois ■ Non, mais les développera au cours des 12 prochains mois ■ Oui





## 7. LA GESTION INTERNE DES DONNÉES

## 7.1 LA STRUCTURATION ET LA VALORISATION DES DONNÉES

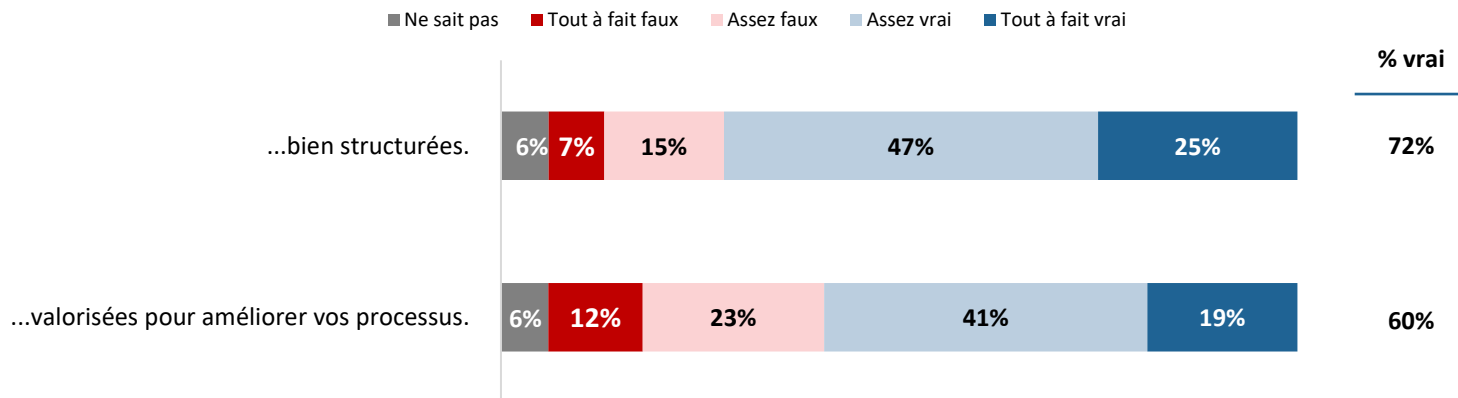
Bien que la plupart des entreprises sondées affirment que les données collectées par leurs systèmes sont bien structurées (72%) et valorisées (60%), il n'en demeure pas moins qu'une minorité s'entend pour dire que ces éléments sont tout à fait vrais (respectivement 25% et 19%).

Les entreprises qui ont un plan stratégique sont plus nombreuses à affirmer que les données collectées sont structurées et valorisées au sein de leur organisation.

Pour chacun des énoncés suivants, vous êtes invité à répondre par les choix de réponse suivants : tout à fait faux dans votre entreprise, assez faux dans votre entreprise, assez vrai dans votre entreprise ou tout à fait vrai dans votre entreprise.

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)

### LES DONNÉES COLLECTÉES PAR VOS SYSTÈMES SONT...



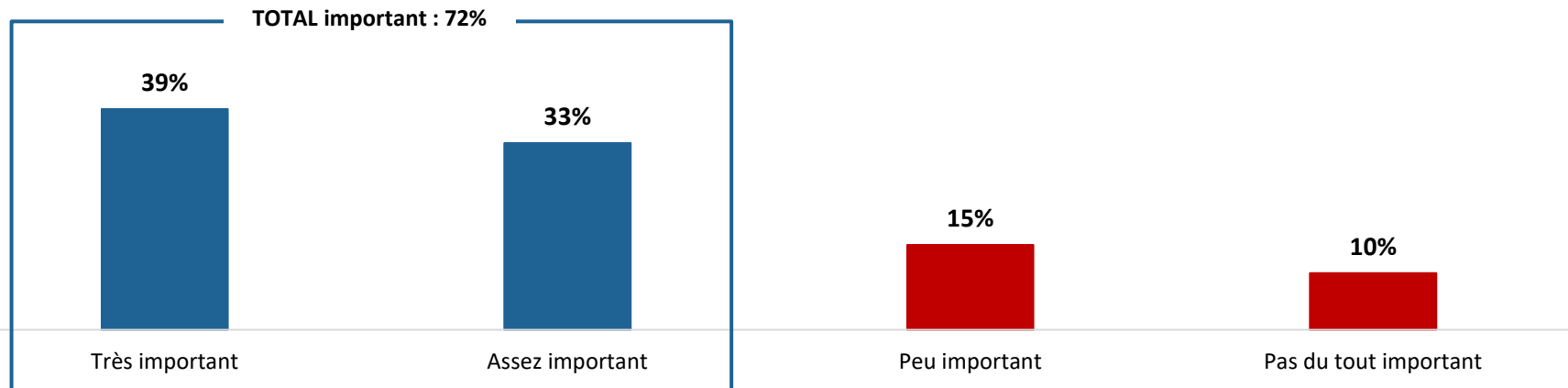
## 7.2 L'IMPORTANCE DE LA SÉCURITÉ DES DONNÉES

Dans un contexte d'automatisation des systèmes et des processus, 72% des entreprises questionnées accordent de l'importance à la sécurité des données.

Ainsi, c'est tout de même le quart qui affirme que la sécurité des données n'est actuellement pas un enjeu important (25%), particulièrement les petites entreprises (moins de 5 employés; 37%), celles dont le degré de maturité numérique est faible (35%), celles qui n'ont pas de plan stratégique et les entreprises qui n'affectent aucune ressource de leur comité de direction à l'évolution de leurs initiatives numériques (33% dans les deux cas).

**Dans un contexte d'automatisation de vos systèmes et de vos processus, diriez-vous que la sécurité des données est actuellement un enjeu très important, assez important, peu important, ou pas du tout important pour votre entreprise?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*



## 8. LES VENTES EN LIGNE

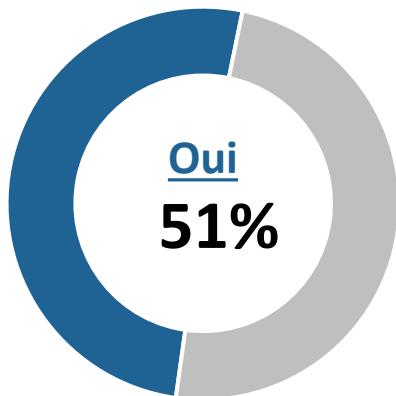
## 8.1 LES VENTES EN LIGNE

**Un peu plus de la moitié des entreprises interrogées vendent actuellement leurs produits et services en ligne (51%).**

Cette proportion est plus élevée parmi les entreprises qui qualifient leur degré de maturité numérique d'élevé (71%), celles qui comptent plus de 50 employés (67%) et celles qui ont un plan stratégique (67%).

**Votre entreprise vend-elle ses produits et ses services en ligne, que ce soit sur vos propres sites, applications mobiles ou sur des sites tiers?**

*Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=400)*

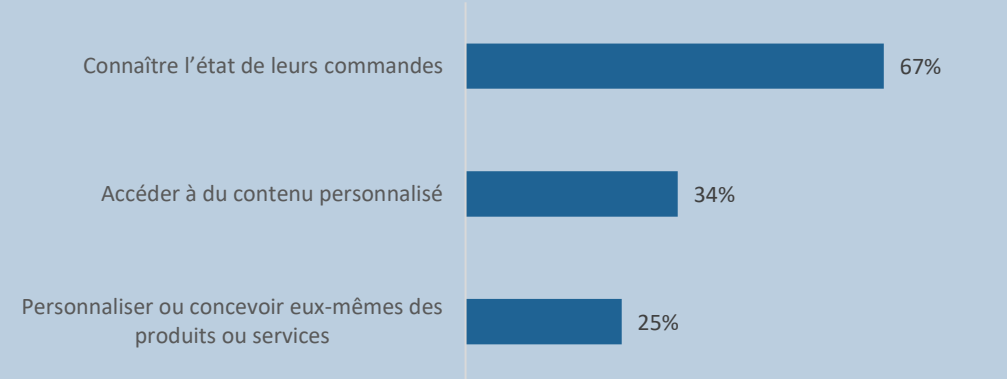


**Parmi les entreprises qui ne vendent actuellement pas leurs produits ou leurs services en ligne (49% de l'ensemble; n=182)...**

**... 21% prévoient le faire au cours des 12 prochains mois, que ce soit sur leurs propres sites ou des sites tiers.**

**Parmi les entreprises qui vendent actuellement leurs produits ou leurs services en ligne (51% de l'ensemble; n=218)...**

**... 67% affirment que le site ou l'application qu'elles utilisent permet de suivre l'état d'une commande, 34% qu'elle permet d'accéder à du contenu personnalisé et 25% qu'elle offre la possibilité aux consommateurs de personnaliser ou de concevoir eux-mêmes des produits ou services.**



# Leger

*Comprendre le monde*



leger360.com



@leger360



/LegerCanada



/company/leger360



@leger360