

Rapport

L'état de la numérisation des entreprises au Québec

Secteur des services
professionnels

Économie
et Innovation

Québec 

DATE 2023-07-31 NUMÉRO DE PROJET 16209-003

Léger

Comprendre le monde

TABLE DES MATIÈRES

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	05
PROFIL DES RÉPONDANTS	07
FAITS SAILLANTS	09
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	14
<hr/>	
1. Le numérique au sein des entreprises	15
1.1 La place du numérique au sein du comité de direction	16
1.2 Les ressources dédiées aux initiatives numériques	17
1.3 L'adoption d'un plan stratégique	18
1.4 La maturité numérique	19
1.5 La réalisation d'un audit numérique	20
1.6 Les investissements en numérique	22
1.7 La satisfaction quant au retour sur investissement	24
1.8 Les enjeux à la transformation numérique	25
1.9 La gestion de l'information au sein de l'entreprise	26

TABLE DES MATIÈRES

2. Les mesures d'aide gouvernementale	27
2.1 La satisfaction à l'égard des mesures d'aide gouvernementale	28
2.2 La satisfaction à l'égard de la disponibilité et de la qualité de l'accompagnement	29
2.3 Les initiatives et programmes connus	30
3. Les technologies numériques émergentes 4.0	31
3.1 L'impact des technologies émergentes 4.0	32
3.2 Les technologies émergentes 4.0 comme opportunité	34
3.3 L'intérêt à l'égard des nouvelles technologies émergentes 4.0	35
3.4 L'utilisation des nouvelles technologies émergentes 4.0	36
4. L'étendue de l'utilisation du numérique	37
4.1 La vue d'ensemble de l'utilisation des systèmes ou applications	38
4.2 L'utilisation du numérique pour la gestion d'entreprise	39
4.3 L'utilisation du numérique pour la gestion d'appels d'offres et de propositions	40
4.4 L'utilisation du numérique pour la gestion de projets	41
4.5 L'utilisation du numérique pour la gestion de la relation client	42
4.6 Le degré d'interconnexion des systèmes et applications numériques	43

TABLE DES MATIÈRES

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

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE



COMMENT

Un **sondage hybride** (combinant le Web et le téléphonique) mené auprès d'entreprises québécoises issues du secteur des services professionnels. 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, **403** répondants pouvant s'exprimer en français ont participé à l'étude.

À titre indicatif, pour un échantillon probabiliste de même taille (n=403), 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 des services professionnels, 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=403)	Profil après pondération des résultats	Total (n=403)
Fonction au sein de l'entreprise		Nombre d'employés	
Propriétaire ou copropriétaire	62%	Moins de 5 employés	75%
Président-directeur général, président ou directeur général	18%	Entre 5 et 9 employés	11%
Adjointe/technicienne administrative / secrétaire	4%	Entre 10 et 19 employés	6%
Chef ou directeur des opérations	2%	Entre 20 et 49 employés	4%
Vice-président	1%	Entre 50 et 99 employés	2%
Chef ou directeur des technologies numériques	1%	100 employés ou plus	1%
Gestionnaire / administrateur	1%	<i>Moyenne</i>	8,9
Comptable	1%	Chiffres d'affaires des 12 derniers mois	
Directeur/directeur adjoint / directeur d'un service	1%	Moins de 1 M\$	74%
Chargé(e)/directeur/trice de projet	1%	De 1 à 4,9 M\$	11%
Technicien(ne)s (autres et sans précision)	1%	De 5 à 9,9 M\$	2%
Notaire	1%	De 10 à 24,9 M\$	1%
Adjoint(e) juridique	1%	De 25 à 49,9 M\$	0%
Travailleur/se autonome / professionnel(le)	1%	50 M\$ et plus	1%
Conseiller(ère) / consultant(e)	1%	Préfère ne pas répondre	11%
Autre*	2%	Satisfaction à l'égard du taux de croissance des ventes	

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

Très élevée	10%
Plutôt élevée	25%
Ni élevée, ni faible	40%
Plutôt faible	14%
Très faible	6%

FAITS SAILLANTS

LA PLACE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES

La majorité des entreprises québécoises du secteur des services professionnels interrogées dans le cadre de l'étude dédient des ressources humaines et financières pour des initiatives numériques et envisagent de poursuivre dans cette voie. Toutefois, encore peu se sont structurées par le biais d'un plan stratégique formel.

L'IMPORTANT DU NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES

78%

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 six personnes à ces tâches.

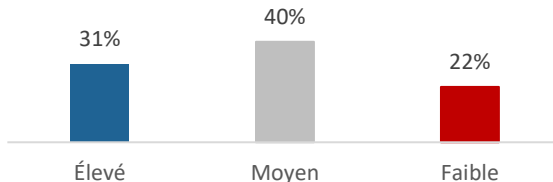
51%

ont une personne responsable de faire évoluer les initiatives numériques au sein de leur **comité de direction**. Néanmoins, à l'heure actuelle, une minorité dispose d'un plan stratégique formel (22%).

LA MATURITÉ NUMÉRIQUE

31%

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



11%

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 (48%).

L'INVESTISSEMENT DANS LE NUMÉRIQUE

77%

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 \$	15 484	6 035	40 635	114 558
Excluant 0 \$	17 333	6 944	41 493	128 826

66%

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 \$	12 140	3 259	37 100	96 475
Excluant 0 \$	14 960	4 213	39 269	108 185

82% 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**.

49%

des entreprises ayant investi dans le numérique sont satisfaites du retour sur leur investissement. Notons que 31% sont plutôt neutres à cet effet et que 14% 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. Les technologies dédiées à la gestion de la relation client et la gestion de projets et, surtout, celles assurant la gestion d'appels d'offres ou de propositions sont encore peu répandues.

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** (34%). Pour leur part, 22% vont utiliser **plusieurs outils de bureautique mais non intégrés**, 18% vont utiliser des **solutions logicielles spécialisées mais non intégrées**, 9% vont utiliser **un ERP en partie interconnecté** et 4% 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 20% et 59% 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 37% à 47% par rapport à leurs autres systèmes.

Besoin d'affaire	Système ou application	Utilisation	% étendu	Niveau d'interconnexion
Gestion d'entreprise	Système informatique de gestion intégré	59% (petite : 51% moyenne : 84% grande : 92%)*	31% (petite : 22% moyenne : 55% grande : 90%)	39% (petite : 35% moyenne : 45% grande : 58%)
Gestion de la relation client	Système de gestion de la relation client de type CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	25% (petite : 21% moyenne : 39% grande : 52%)	8% (petite : 4% moyenne : 20% grande : 28%)	39% (petite : 36% moyenne : 44% grande : 47%)
Gestion de projets	Logiciel de gestion de projets (<i>Project Management Software</i>)	25% (petite : 20% moyenne : 39% grande : 59%)	11% (petite : 5% moyenne : 27% grande : 49%)	47% (petite : 44% moyenne : 52% grande : 49%)
Gestion d'appels d'offres ou de propositions	Logiciel de gestion d'appels d'offres ou de propositions	20% (petite : 17% moyenne : 30% grande : 36%)	7% (petite : 5% moyenne : 14% grande : 26%)	37% (petite : 36% moyenne : 39% grande : 30%)

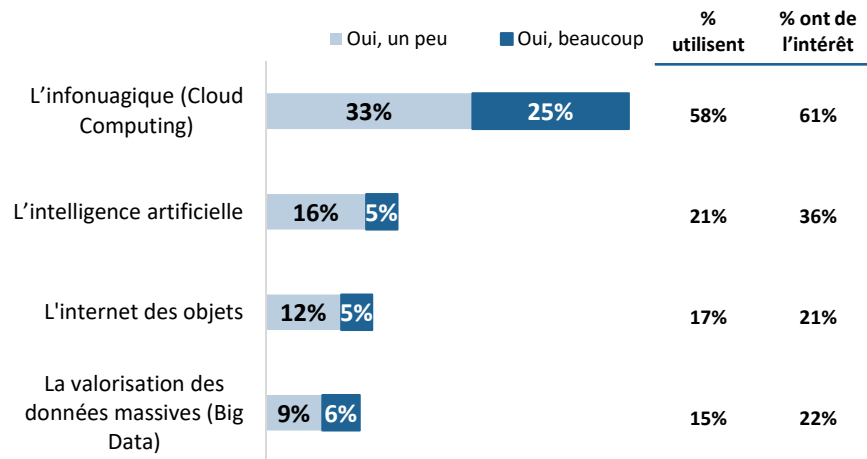
* Résultats selon la taille de l'entreprise (petite : moins de 5 employés, moyenne : entre 5 et 49 employés, grande : 50 employés ou plus). Notons que pour les grandes entreprises, bien que les résultats soient plus élevés pour plusieurs indicateurs, ces écarts ne sont pas significatifs sur le plan statistique en raison de la faible taille d'échantillon en regard des petites et moyennes entreprises, qui sont beaucoup plus nombreuses.

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, à l'exception des technologies d'infonuagique qui sont implantées au sein d'une majorité d'entreprises.

L'UTILISATION ET L'IMPACT DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

À l'exception de l'infonuagique, les technologies émergentes sont encore peu répandues au sein des entreprises interrogées. L'intérêt pour ces technologies est généralement un peu plus élevé que leur utilisation actuelle.

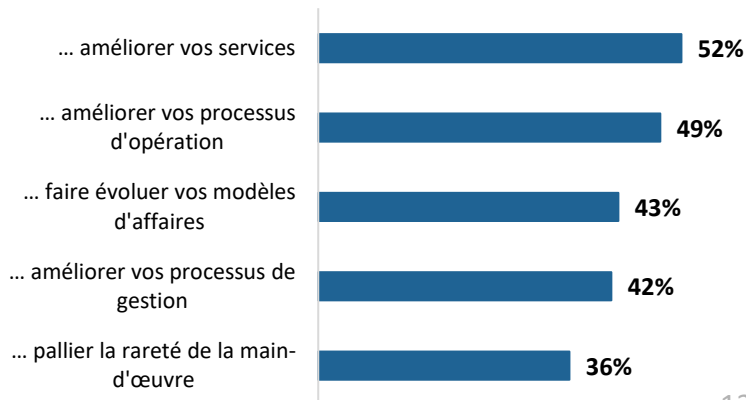


Seule une minorité d'entreprises affirment avoir été fortement impactées par ces technologies au cours des trois dernières années (15%).

LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 COMME OPPORTUNITÉ

50% des entreprises sondées pensent que ces technologies pourraient avoir un impact fort ou modéré sur leur organisation d'ici les trois prochaines années.

67% 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 services que les entreprises voient le plus de potentiel.



ENJEUX DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Les initiatives et programmes destinés à la transformation numérique et à l'innovation sont largement méconnus des entreprises québécoises de services professionnels interrogées, ce qui résulte en une satisfaction généralement faible à l'égard de ces programmes et de l'accompagnement disponible.

- 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. Néanmoins, encore peu se sont structurées à l'aide d'un plan stratégique qui vise à formaliser leurs orientations stratégiques et opérationnelles.
- À l'heure actuelle, une minorité d'entreprises sondées déclarent s'être engagées dans un processus de formation continue à l'interne visant le développement de compétences numériques. À cet effet, moins de la moitié d'entre elles 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.
- Même si certaines entreprises affirment que la transformation numérique n'est pas une priorité dans l'immédiat (particulièrement les entreprises de petite taille), plusieurs souhaiteraient une modernisation à cet effet, mais se butent à de multiples enjeux; le manque de connaissances et les ressources financières limitées étant les principales. Les défis rencontrés résultent en une utilisation actuellement modérée, voire faible du numérique dans les pratiques d'affaires (particulièrement dans les processus de gestion de relation client, de projets ou d'appels d'offres), et à une interconnexion encore partielle avec les différents systèmes en place.
- De façon générale, les petites entreprises (comptant moins de 5 employés) sont 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. Un accompagnement dédié à l'identification et l'implantation de technologies numériques appropriées, une offre de formation visant à développer les compétences et une meilleure promotion des programmes financiers disponibles pour soutenir le virage numérique pourraient s'avérer prometteurs, particulièrement dans un contexte où le secteur des services professionnels est largement composé de petites entreprises (moins de 5 employés).

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

1. LE NUMÉRIQUE AU SEIN DES ENTREPRISES

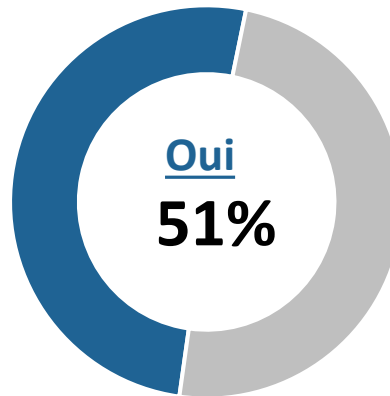
1.1 LA PLACE DU NUMÉRIQUE AU SEIN DU COMITÉ DE DIRECTION

Un peu plus de la moitié des entreprises sondées affirment qu'au moins une personne au sein du comité de direction est responsable de l'évolution des initiatives numériques (51%).

C'est le cas plus particulièrement des entreprises affirmant avoir un niveau de maturité numérique élevé (75%).*

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=403)



1.2 LES RESSOURCES DÉDIÉES AUX INITIATIVES NUMÉRIQUES

Plus des trois quarts des entreprises sondées dédient au moins une personne aux tâches stratégiques et opérationnelles permettant de supporter leur développement numérique et technologique (78%).

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>	403	219	140	44
Aucune personne	22%	24%	18%	13%
Au moins une personne	78%	76%	82%	87%
Une seule personne	58%	67%	33%	13%
Deux personnes	11%	7%	24%	23%
Trois personnes ou plus	9%	2%	25%	51%
<i>Moyenne (incluant 0)</i>	1,3	0,9	2,3	5,7

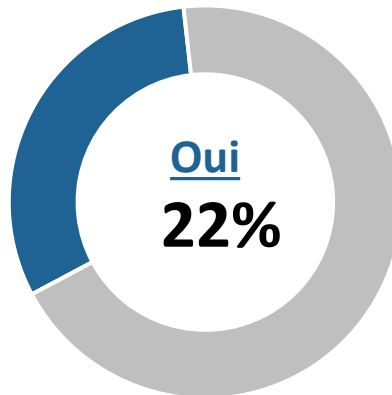
1.3 L'ADOPTION D'UN PLAN STRATÉGIQUE

Actuellement, 22% des entreprises sondées disposent d'un plan qui précise leurs orientations stratégiques et opérationnelles ainsi que des objectifs mesurables.

Cette proportion est significativement plus élevée parmi les entreprises dont au moins une personne du comité de direction est responsable de l'évolution des initiatives numériques (33%) et celles qui considèrent avoir un degré de maturité numérique élevé (37%).*

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=403)



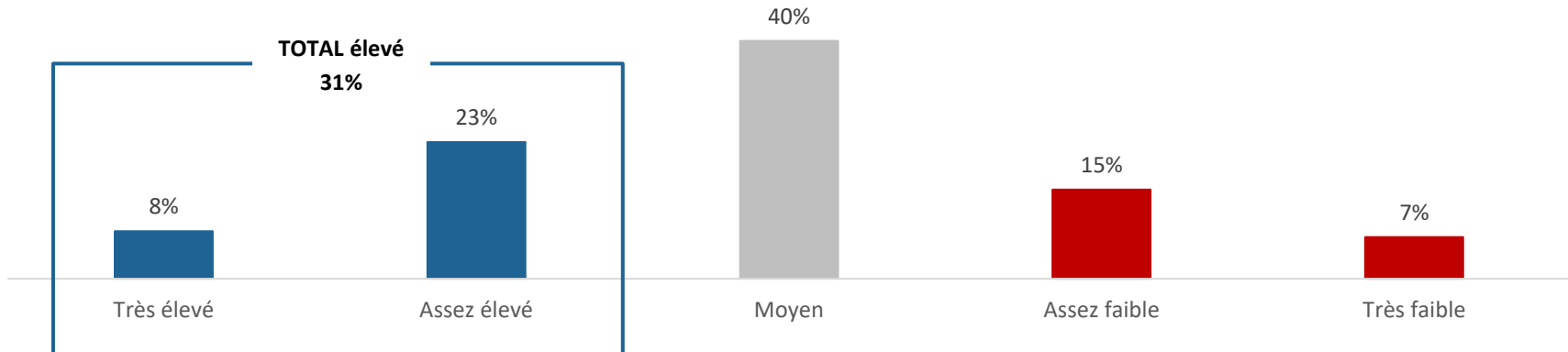
1.4 LA MATURITÉ NUMÉRIQUE

À l'heure actuelle, une minorité des entreprises interrogées estiment avoir un niveau de maturité numérique élevé (31%).

Le portrait est toutefois différent parmi celles qui disposent d'un plan stratégique, alors qu'elles sont majoritaires à se dire matures sur le plan numérique (52%). Les entreprises qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à faire évoluer les initiatives numériques sont également plus nombreuses à qualifier leur degré de maturité numérique comme étant élevé (45%).

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

Base: l'ensemble des entreprises répondantes (n=403)



1.5 LA RÉALISATION D'UN AUDIT NUMÉRIQUE

Globalement, 11% des entreprises sondées disent avoir réalisé un audit numérique au cours des deux dernières années.

Les entreprises ayant un plan stratégique (34%), celles qui estiment avoir un degré de maturité numérique élevé (22%) et celles dont au moins un membre du comité de direction assure l'évolution des initiatives numériques (18%) sont plus nombreuses en proportion 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>	403	115	280	150	155	78
Oui	11%	34%	4%	22%	6%	6%
Non	87%	65%	95%	75%	93%	94%
Ne sait pas	2%	2%	1%	3%	1%	1%

Parmi les entreprises qui ont réalisé un audit numérique au cours des deux dernières années (n=62), 90% 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 qu'elles perçoivent que ce n'est pas un besoin actuel que plusieurs entreprises n'ont pas fait d'audit numérique au cours des deux dernières années (48%).

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>	327
Pas d'intérêt / Ce n'est pas un besoin actuel	48%
Nous sommes une petite entreprise	16%
Manque de temps / pas une priorité	12%
Je suis travailleur autonome	7%
Manque de ressources/de fonds	6%
En raison de la pandémie de COVID-19	3%
Ne s'applique pas à notre entreprise	3%
Processus en cours / prévu pour plus tard	2%
Manque de connaissances sur le sujet	1%
Manque d'effectif/de main-d'œuvre qualifié	1%
Les coûts associés à un tel audit	1%
Nous avons déjà fait un audit numérique	1%
Nous ne sommes pas rendus là / jeune entreprise	1%
Achat de l'entreprise / réorganisation de l'entreprise (en cours)/ en démarrage	1%
Relève d'un siège social/bureau chef/organisme externe	1%
Baisse du chiffre d'affaires / ralentissement des activités	1%
Audit réalisé à l'interne	1%
Je ne connais pas / je ne sais pas ce qu'est un audit numérique	1%
Autres raisons*	4%
Aucune raison en particulier	1%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	4%

*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 15 000 \$ dans le numérique.*

Plus les entreprises comptent d'employés et plus elles se considèrent matures sur le plan numérique, plus elles tendent à rapporter un investissement élevé en la matière.

Notons que 9% des entreprises ont déclaré n'avoir fait aucun investissement dans le numérique au cours des trois dernières années, proportion qui augmente à 17% parmi les entreprises qui estiment être peu matures sur le plan numérique.

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>	403	219	140	44	150	155	78
Aucun investissement	9%	11%	2%	7%	3%	6%	17%
Moins de 5 000 \$	37%	44%	15%	0%	28%	42%	45%
Entre 5 000 \$ et 14 999 \$	21%	21%	21%	7%	24%	22%	17%
Entre 15 000 \$ et 24 999 \$	8%	5%	19%	0%	12%	9%	5%
Entre 25 000 \$ et 49 999 \$	5%	3%	11%	13%	4%	6%	6%
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$	3%	2%	9%	2%	7%	2%	2%
100 000 \$ et plus	3%	0%	8%	32%	8%	1%	1%
<i>Moyenne (incluant 0 \$)</i>	<i>15 484</i>	<i>6 035</i>	<i>40 635</i>	<i>114 558</i>	<i>29 462</i>	<i>11 083</i>	<i>7 775</i>
Préfère ne pas répondre	14%	13%	16%	40%	15%	13%	7%

* En excluant les entreprises qui n'ont réalisé aucun investissement au cours des trois dernières années, la moyenne serait de 17 333 \$ (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 12 000 \$ dans le numérique.*

À nouveau, les grandes entreprises et celles qui s'estiment matures sur le plan numérique entrevoient des investissements plus importants.

Par ailleurs, il est intéressant de souligner que 82% des entreprises **qui ont investi dans le numérique au cours des trois dernières années** ont l'intention de poursuivre leurs investissements dans les 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>	403	219	140	44	150	155	78
Aucun investissement	15%	19%	4%	7%	6%	14%	28%
Moins de 5 000 \$	35%	42%	15%	0%	36%	39%	30%
Entre 5 000 \$ et 14 999 \$	20%	19%	27%	13%	21%	22%	20%
Entre 15 000 \$ et 24 999 \$	4%	1%	12%	0%	2%	6%	3%
Entre 25 000 \$ et 49 999 \$	2%	1%	5%	6%	5%	1%	1%
Entre 50 000 \$ et 99 999 \$	2%	0%	7%	8%	4%	1%	1%
100 000 \$ et plus	2%	0%	6%	27%	5%	1%	0%
Moyenne	12 140	3 259	37 100	96 475	24 886	8 236	4 025
Préfère ne pas répondre	19%	17%	24%	38%	20%	16%	16%

* En excluant les entreprises qui ne prévoient pas investir au cours des 12 prochains mois, la moyenne serait de 14 960 \$ (moyenne excluant 0 \$).

1.7 LA SATISFACTION QUANT AU RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Globalement, 43% des entreprises sondées ont déclaré être satisfaites du retour sur investissement en technologies numériques, dont 15% qui en sont très satisfaites.

Cette dernière proportion est plus élevée parmi les entreprises qui affirment avoir un degré de maturité numérique élevé (32%).

Parmi les entreprises qui ont investi dans le numérique au cours des trois dernières années, 49% 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>	403	150	155	78	28**	304	48	262
TOTAL ÉLEVÉE	43%	69%	38%	26%	11%	49%	24%	51%
Très élevée	15%	32%	10%	3%	0%	17%	6%	17%
Plutôt élevée	29%	37%	28%	23%	11%	32%	17%	34%
NI ÉLEVÉE, NI FAIBLE	32%	19%	43%	37%	38%	31%	29%	31%
TOTAL FAIBLE	12%	5%	9%	26%	15%	14%	21%	12%
Plutôt faible	8%	4%	6%	15%	4%	9%	5%	10%
Très faible	5%	2%	2%	11%	11%	4%	17%	3%
Ne sait pas	13%	6%	10%	11%	36%	6%	26%	5%

*La balance du nombre de répondants correspond à ceux qui ne se sont pas prononcés sur les investissements passés (14% de l'ensemble) et futurs (19%).

**Les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30).

1.8 LES ENJEUX À LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Le manque de connaissances sur le sujet (17%) est actuellement le principal enjeu à la transformation numérique au sein des entreprises sondées. Les ressources financières disponibles sont également un enjeu notable (situation financière précaire; 8%, accès insuffisant au financement; 8%, coûts liés à la transformation numérique; 3%).

14% ont également réitéré qu'il ne s'agit pas d'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	17%
Ce n'est pas un besoin actuel	14%
Absence de ressources internes spécialisées	9%
Ce n'est pas adapté à notre clientèle	9%
Accès insuffisant au financement	8%
Situation financière précaire	8%
Difficultés liées à l'implantation de certaines technologies de l'information	8%
Difficultés à identifier les solutions appropriées	8%
Incertitudes quant aux bénéfices liés à l'implantation de certaines technologies de l'information	7%
L'adaptation aux nouvelles technologies / se maintenir à jour / arriver à suivre l'évolution technologique	6%
Manque de temps	5%
Disponibilité de ressources externes spécialisées	4%
Coûts liés à la transformation numérique / investissement trop important	3%
Sécurité de l'information/des données	3%
Autres enjeux*	7%
Aucun enjeu en particulier	20%
Ne sait pas	7%

*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 : les enjeux de main-d'œuvre (sans précision), la formation du personnel, la résistance au changement, la désuétude de l'équipement utilisé, la réglementation et la loi sur la protection des renseignements personnels, l'utilisation de logiciels non adaptés, la fiabilité et la performance du réseau internet (milieu éloigné) et le manque de soutien, d'aide gouvernementale. 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 (34%), plus encore parmi celles qui ont un degré de maturité numérique faible (50%) et celles qui comptent moins de 5 employés (38%).

Parmi les entreprises qui affirment avoir un degré de maturité numérique élevé, les processus de gestion de l'information sont plus diversifiés, mais peu d'entre elles en sont au stade de procéder à l'aide de **solutions logicielles spécialisées complètement interconnectées** (7%).

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>	403	150	155	78
Papier ou soutenus en partie par des outils de bureautique de type tableur	34%	27%	30%	50%
Soutenus par plusieurs outils de bureautique mais pas tous intégrés	22%	18%	27%	24%
Soutenus par des solutions logicielles spécialisées mais non intégrées	18%	21%	22%	10%
Soutenus par un progiciel intégré de gestion (ERP) et par des solutions logicielles spécialisées en partie interconnectées	9%	15%	7%	5%
Soutenus par un progiciel intégré de gestion (ERP) et par des solutions logicielles spécialisées complètement interconnectées	4%	7%	3%	1%
Ne sait pas	14%	12%	11%	11%

2. LES MESURES D'AIDE GOUVERNEMENTALE

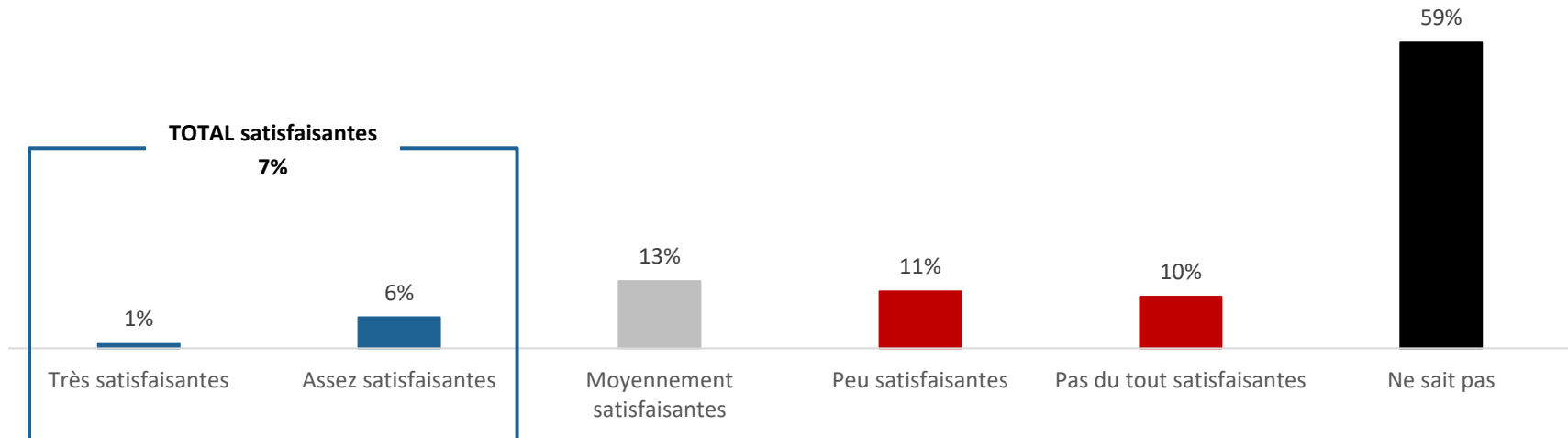
2.1 LA SATISFACTION À L'ÉGARD DES MESURES D'AIDE GOUVERNEMENTALE

En ce qui concerne leur satisfaction à l'égard des mesures d'aide gouvernementale mises en place pour faciliter leur transformation numérique, plus de la moitié des entreprises sondées ne sont pas en mesure de se prononcer (59%).

Pour leur part, 7% en sont satisfaites, alors que 13% se disent moyennement satisfaites à cet égard et 21%, 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=403)



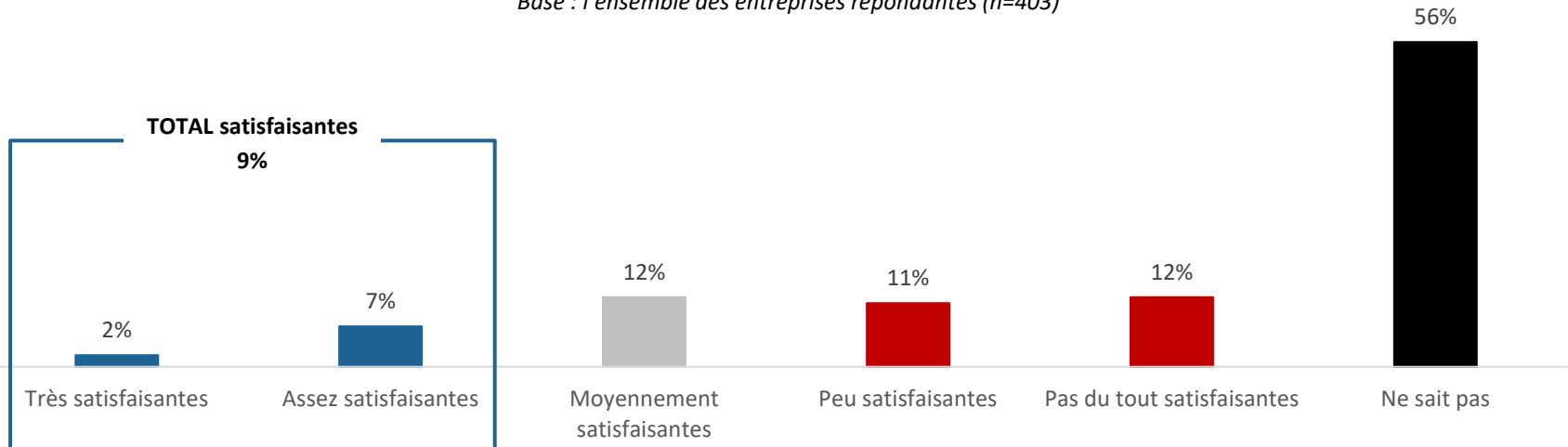
2.2 LA SATISFACTION À L'ÉGARD DE LA DISPONIBILITÉ ET DE LA QUALITÉ DE L'ACCOMPAGNEMENT

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 offert pour les aider dans leur transformation numérique (56%).

Ces résultats, combinés à ceux observés précédemment, dénotent une certaine méconnaissance de l'aide gouvernementale disponible pour les entreprises issues du secteur des services professionnels 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=403)



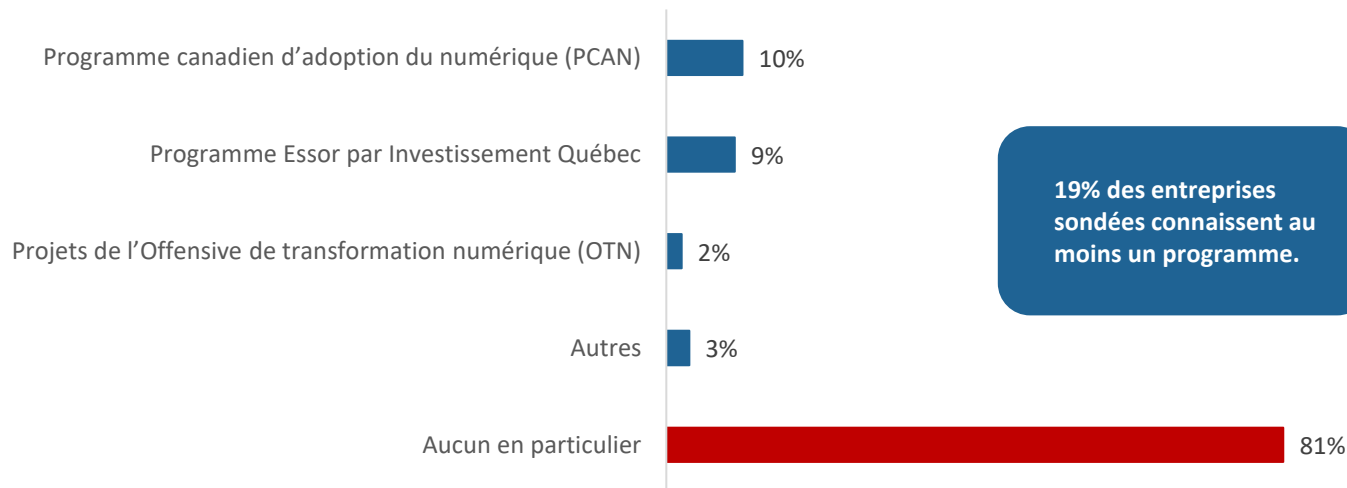
2.3 LES INITIATIVES ET PROGRAMMES CONNUS

La vaste majorité des entreprises sondées ne connaissent aucun programme gouvernemental destiné à l'accompagnement à la transformation numérique (81%), confirmant ainsi le constat selon lequel l'aide disponible est actuellement méconnue.

Environ le cinquième connaît au moins un programme gouvernemental (19%), un peu plus chez les entreprises qui disposent d'un plan stratégique (36%), celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à l'évolution des initiatives numériques (27%), de même que celles qui ont investi (23%) ou prévoient investir (23%) dans leur transformation numérique.

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

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=403) – 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'internet des objets et l'infonuagique, 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

Un peu plus de la moitié des entreprises sondées (52%) déclarent que les technologies numériques émergentes 4.0 n'ont eu qu'un faible (17%), voire un très faible (35%) impact sur leur organisation au cours des trois dernières années, qu'elles aient investi dans le numérique ou non.

Pour 15% 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 (32%) et de celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques (23%).

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>	403	150	155	78	28**	304
TOTAL FORTEMENT	15%	32%	10%	6%	0%	18%
Très fortement	6%	13%	3%	3%	0%	7%
Fortement	9%	18%	7%	3%	0%	11%
MOYENNEMENT	17%	18%	20%	12%	11%	18%
TOTAL FAIBLEMENT	52%	42%	56%	65%	57%	53%
Faiblement	17%	15%	24%	12%	10%	18%
Très faiblement	35%	28%	32%	53%	47%	35%
Ne sait pas	16%	8%	14%	17%	32%	11%

*La balance du nombre de répondants correspond à ceux qui ne se sont pas prononcés sur les investissements passés (14% de l'ensemble).

**Les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif seulement en raison du faible nombre de répondants (n<30).

3.1 L'IMPACT DES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 - SUITE

D'ici les trois prochaines années, près du quart des entreprises sondées pensent qu'elles seront fortement impactées par les technologies numériques émergentes (23%).

Cette perception est davantage partagée parmi les entreprises qui ont un degré de maturité numérique élevé (41%, dont 18% qui estiment que l'impact sera très élevé), celles qui dédient au moins une ressource de leur comité de direction à faire évoluer leurs initiatives numériques (35%), celles qui comptent entre 5 et 49 employés (32%) et celles qui ont l'intention d'investir dans le numérique au cours des 12 prochains mois (28%).

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>	403	150	155	78	48	262
TOTAL FORTEMENT	23%	41%	19%	13%	9%	28%
Très fortement	8%	18%	3%	5%	2%	10%
Fortement	16%	23%	16%	8%	7%	18%
MOYENNEMENT	27%	28%	29%	26%	10%	33%
TOTAL FAIBLEMENT	34%	25%	35%	44%	52%	29%
Faiblement	13%	11%	14%	12%	18%	12%
Très faiblement	21%	14%	21%	32%	33%	17%
Ne sait pas	16%	6%	16%	17%	29%	11%

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

3.2 LES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0 COMME OPPORTUNITÉ

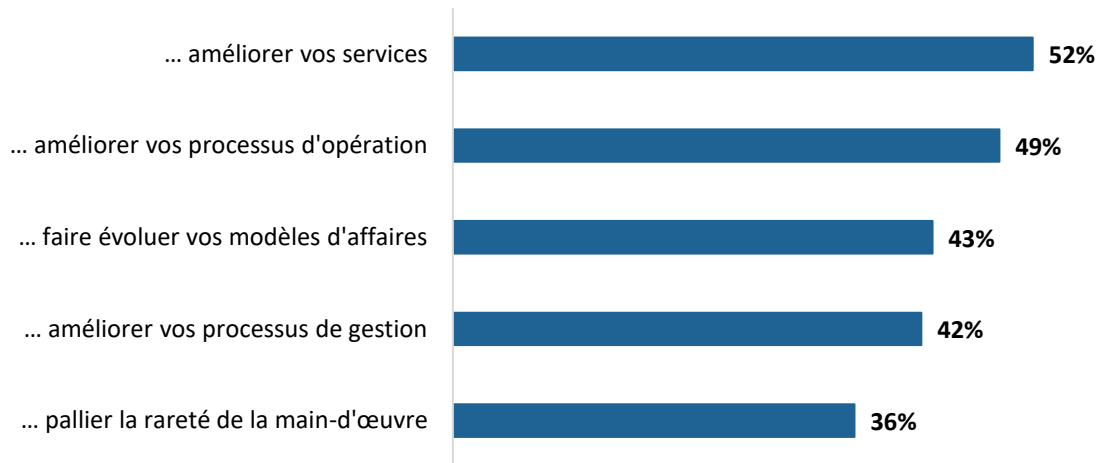
Globalement, 67% des entreprises sondées estiment que les technologies numériques émergentes 4.0 représentent une opportunité pour au moins un des champs d'action évalués.

De façon plus précise, 52% sont d'avis qu'elles pourraient contribuer à améliorer leurs services, 49% qu'elles seraient une opportunité pour améliorer leurs processus d'opération et 42% leurs processus de gestion, 43% qu'elles aideraient à faire évoluer leurs modèles d'affaires et 36% 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 les initiatives numériques, celles qui se considèrent matures à cet égard et celles qui ont investi ou prévoient investir dans le numérique sont les entreprises 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=403)

% OUI



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

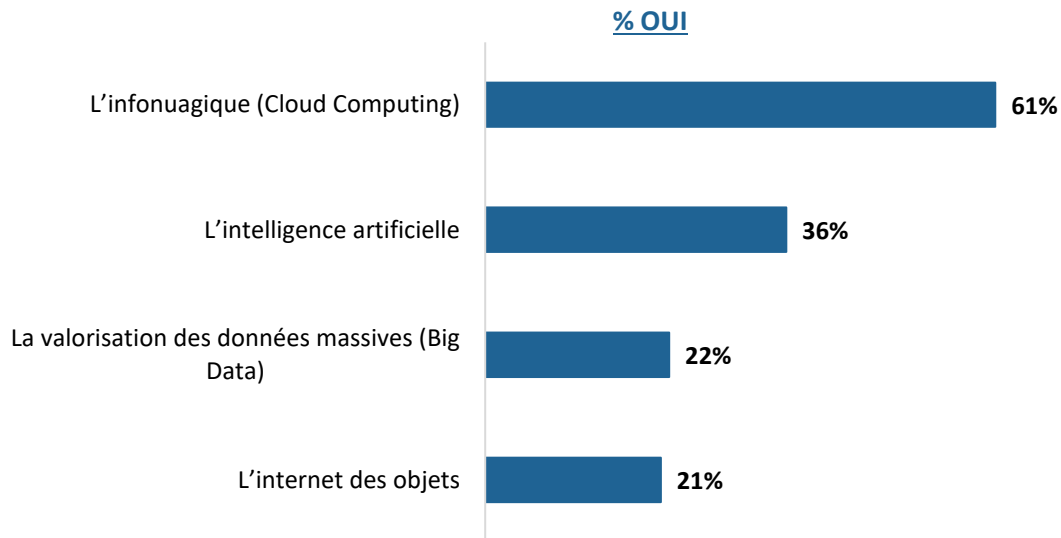
Globalement, 69% des entreprises sondées ont de l'intérêt pour au moins une des technologies émergentes évaluées, davantage parmi les entreprises de taille moyenne (entre 5 et 49 employés; 80%).

L'infonuagique (*Cloud Computing*) est la technologie qui suscite, et de loin, le plus d'intérêt (61%).

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 qui 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=403)



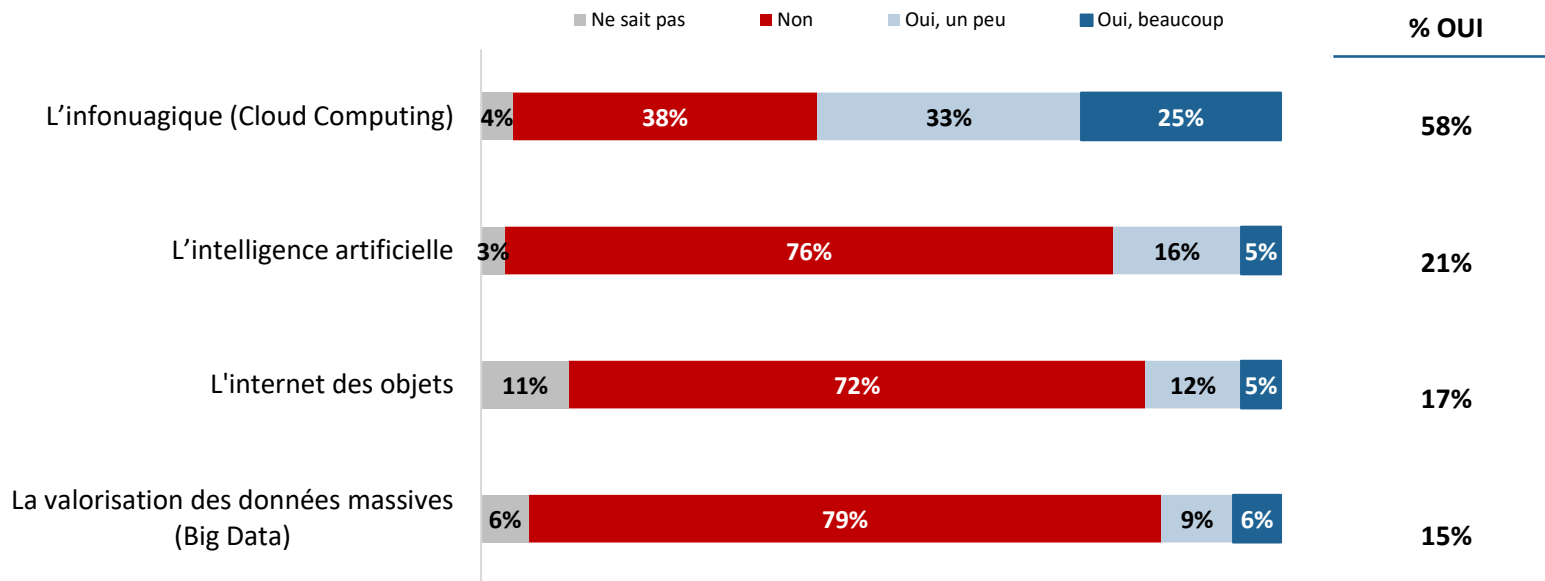
3.4 L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES ÉMERGENTES 4.0

Parmi les technologies évaluées, l'infonuagique est la plus répandue au sein des entreprises sondées, alors qu'elle est la seule qui est utilisée par une majorité d'entre elles (58%).

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

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

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=403)



4. L'ÉTENDUE DE L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE

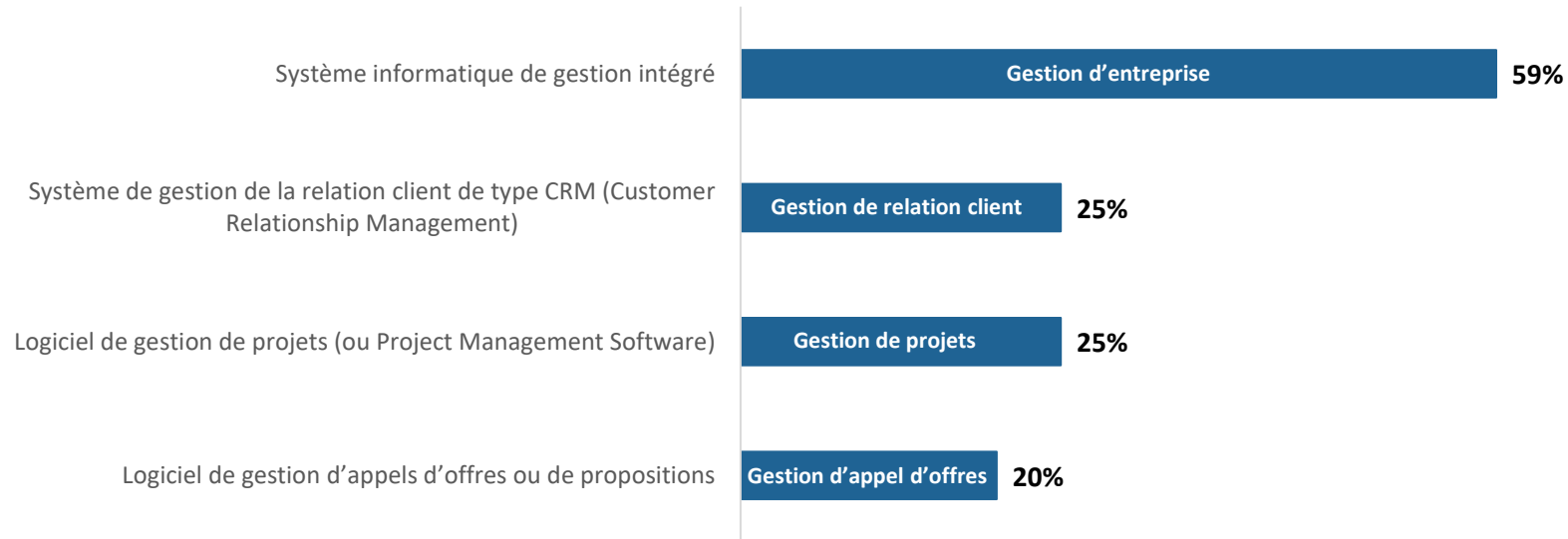
4.1 LA VUE D'ENSEMBLE DE L'UTILISATION DES SYSTÈMES OU APPLICATIONS

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

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

Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=403)



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

59% des entreprises sondées utilisent un système informatique de gestion intégré pour assurer la gestion de leur entreprise.

De façon plus précise, 31% en font un usage étendu (dont 15%, très étendu) et 28% en font un usage peu étendu. Il s'agit du champ d'application où l'utilisation du numérique est la plus répandue au sein des entreprises sondées.

Pour sa GESTION D'ENTREPRISE, votre entreprise utilise-t-elle actuellement un système informatique de gestion intégré 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		PLAN STRATÉGIQUE		MATURITÉ NUMÉRIQUE			
	TOTAL	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>	403	219	140	44	226	167	115	280	150	155	78
TOTAL ÉTENDU	31%	22%	55%	90%	40%	21%	53%	25%	50%	31%	13%
Usage très étendu	15%	9%	32%	34%	21%	7%	31%	10%	25%	14%	4%
Usage assez étendu	17%	13%	23%	56%	19%	14%	22%	15%	25%	17%	9%
TOTAL PEU ÉTENDU	28%	29%	29%	2%	28%	29%	25%	29%	24%	31%	32%
Usage peu étendu	20%	19%	25%	2%	20%	20%	19%	20%	19%	20%	25%
Usage pas du tout étendu	8%	10%	4%	0%	8%	9%	6%	9%	5%	10%	8%
AUCUN USAGE	36%	43%	14%	7%	29%	44%	17%	42%	24%	34%	50%

4.3 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA GESTION D'APPELS D'OFFRES ET DE PROPOSITIONS

20% des entreprises interrogées utilisent des technologies numériques pour la gestion d'appels d'offres et de propositions.

Plus précisément, 7% en font un usage étendu et 13%, 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 GESTION D'APPELS D'OFFRES ET DE PROPOSITIONS, votre entreprise utilise-t-elle actuellement un logiciel de gestion d'appels d'offres ou de propositions 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		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>	403	219	140	44	226	167	115	280	150	155	78
TOTAL ÉTENDU	7%	5%	14%	26%	12%	2%	19%	4%	10%	8%	2%
Usage très étendu	2%	1%	5%	11%	4%	0%	5%	2%	4%	2%	2%
Usage assez étendu	5%	3%	9%	15%	8%	2%	14%	2%	6%	6%	1%
TOTAL PEU ÉTENDU	13%	12%	16%	10%	16%	10%	22%	11%	14%	15%	12%
Usage peu étendu	10%	9%	12%	9%	12%	7%	18%	7%	8%	12%	10%
Usage pas du tout étendu	3%	3%	4%	2%	4%	3%	4%	3%	6%	3%	2%
AUCUN USAGE	77%	80%	67%	61%	70%	83%	56%	82%	74%	76%	79%

4.4 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA GESTION DE PROJETS

Le quart des entreprises sondées rapportent avoir recours au numérique pour la gestion de projets (25%).

De façon plus précise, 11% en font un usage étendu et 14%, un usage peu étendu.

Pour sa GESTION DE PROJETS, votre entreprise utilise-t-elle actuellement un logiciel de gestion de projets (ou *Project Management Software*) 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		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>	403	219	140	44	226	167	115	280	150	155	78
TOTAL ÉTENDU	11%	5%	27%	49%	18%	3%	25%	7%	21%	9%	3%
Usage très étendu	5%	2%	10%	27%	9%	0%	14%	2%	11%	2%	1%
Usage assez étendu	6%	3%	17%	21%	10%	2%	11%	5%	10%	7%	2%
TOTAL PEU ÉTENDU	14%	15%	11%	11%	20%	6%	25%	10%	21%	12%	10%
Usage peu étendu	11%	12%	9%	9%	16%	5%	23%	7%	17%	11%	7%
Usage pas du tout étendu	3%	3%	2%	2%	4%	1%	2%	3%	5%	1%	3%
AUCUN USAGE	72%	77%	59%	39%	59%	88%	44%	80%	55%	78%	82%

Le complément de 100% représente la non-réponse (3%).

4.5 L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE POUR LA GESTION DE LA RELATION CLIENT

Une entreprise sur quatre affirme utiliser un système de gestion de la relation client de type CRM à l'heure actuelle (25%).

De façon plus précise, 8% en font un usage étendu et 17%, un usage peu étendu.

Pour sa RELATION CLIENT, votre entreprise utilise-t-elle actuellement un système de gestion de la relation client de type CRM (*Customer Relationship Management*) 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		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>	403	219	140	44	226	167	115	280	150	155	78
TOTAL ÉTENDU	8%	4%	20%	28%	12%	4%	18%	6%	15%	8%	2%
Usage très étendu	3%	2%	5%	4%	4%	2%	6%	2%	3%	4%	2%
Usage assez étendu	5%	2%	15%	23%	8%	2%	12%	3%	12%	4%	0%
TOTAL PEU ÉTENDU	17%	16%	19%	24%	23%	10%	31%	13%	18%	17%	22%
Usage peu étendu	12%	10%	16%	22%	16%	6%	23%	8%	14%	12%	11%
Usage pas du tout étendu	6%	6%	3%	2%	7%	4%	8%	5%	4%	4%	11%
AUCUN USAGE	72%	76%	60%	46%	64%	81%	49%	79%	66%	75%	72%

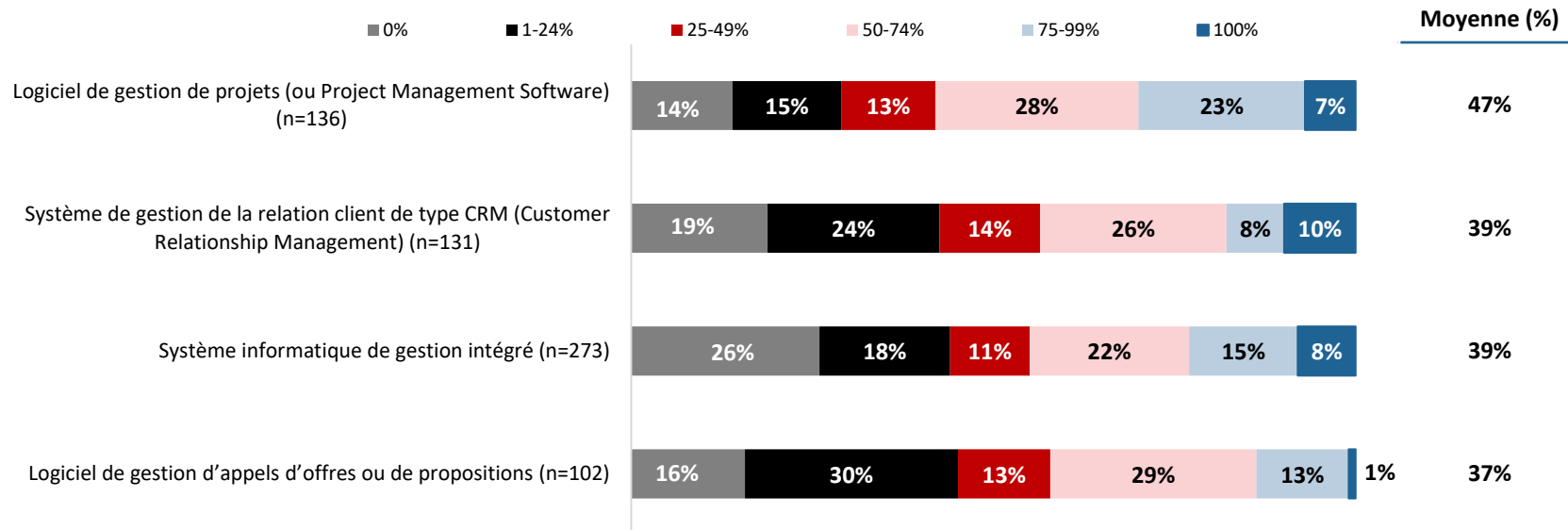
Le complément de 100% représente la non-réponse (3%).

4.6 LE DEGRÉ D'INTERCONNEXION DES SYSTÈMES ET APPLICATIONS NUMÉRIQUES

Selon les systèmes et applications numériques, le degré d'interconnexion moyen varie de 37% à 47%.

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

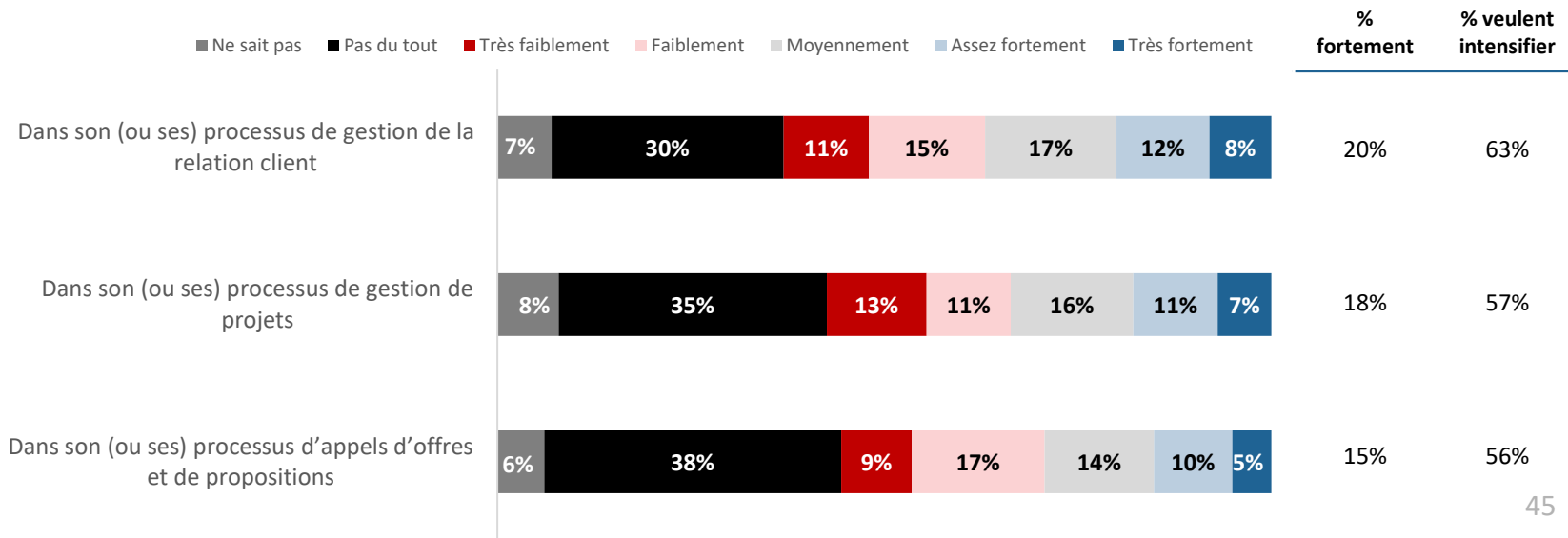
5.1 L'INTENSIFICATION DE L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE

Au cours des trois prochaines années, la majorité des entreprises sondées comptent intensifier leur usage du numérique dans leurs processus de gestion de la relation client (63%), de gestion de projets (57%) et/ou d'appels d'offres et de propositions (56%).

Entre 15% et 20% des entreprises ont **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=403)



5.2 LA FORMATION DES EMPLOYÉS

Au moment de prendre part à l'étude, 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 entreprises qui ont déjà une sensibilité quant au numérique, particulièrement celles qui se sont dotées d'un plan stratégique (52%) et qui se considèrent matures sur le plan numérique (54%), où plus de la moitié rapportent être engagées dans un processus de formation continue à l'interne.

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>	403	219	140	44	226	167	115	280	150	155	78
Oui	26%	23%	34%	44%	40%	12%	52%	19%	54%	18%	8%
Non	72%	75%	65%	55%	58%	88%	47%	80%	43%	81%	90%
Ne sait pas	2%	2%	1%	0%	2%	0%	2%	2%	3%	1%	2%

6. LES CHAMPS DE COMPÉTENCES EN ENTREPRISE

6.1 LES CHAMPS DE COMPÉTENCES EN ENTREPRISE

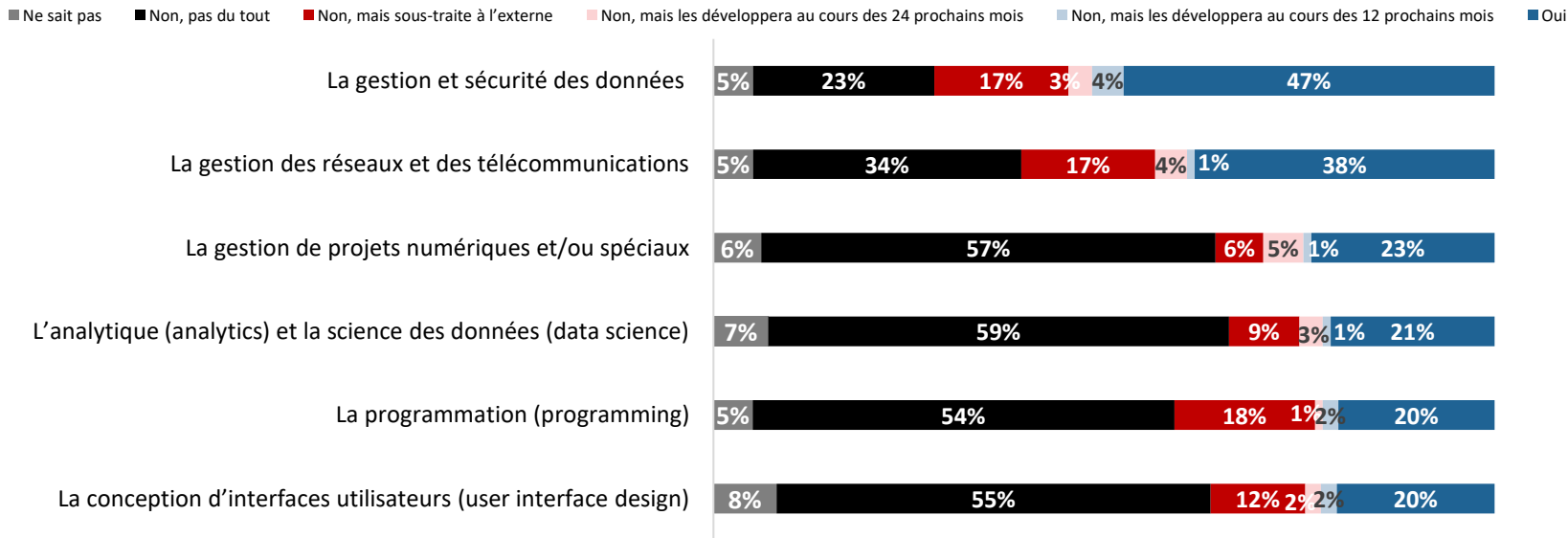
À l'heure actuelle, moins de la moitié des entreprises interrogées possèdent les différentes compétences évaluées (proportions variant de 20% à 47%, selon les types de compétences).

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 estiment être matures sur le plan numérique et celles qui dédient au moins une ressource de leur 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=403)



7. LA GESTION INTERNE DES DONNÉES

7.1 LA STRUCTURATION ET LA VALORISATION DES DONNÉES

Près des trois quarts des entreprises sondées considèrent que les données collectées par leur système sont bien structurées (73%) et une proportion moindre, bien que ralliant la majorité, estime que ces données sont valorisées pour améliorer les processus internes (51%).

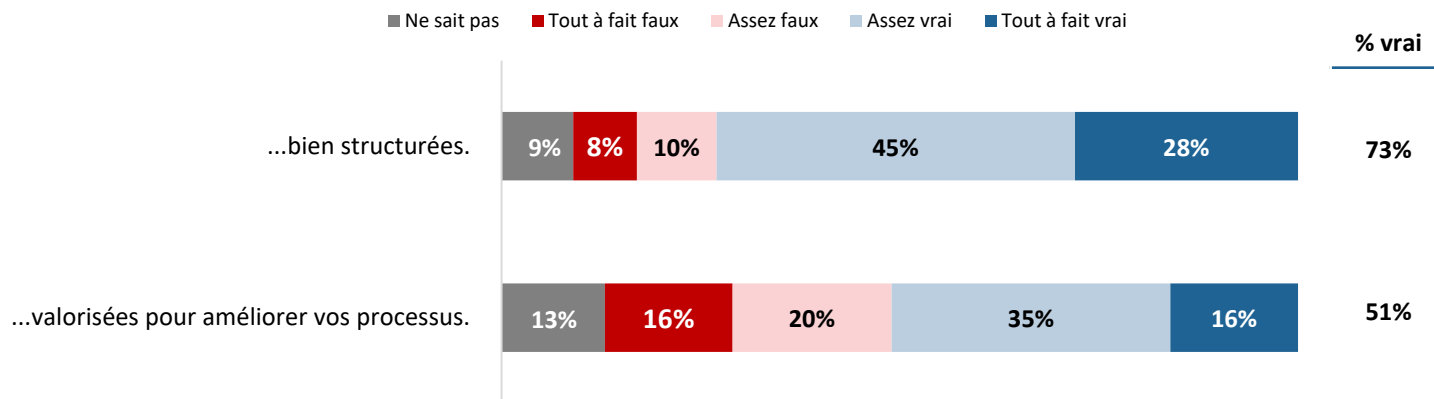
Notons qu'une minorité d'entre elles s'entendent pour dire que ces éléments sont tout à fait vrais (respectivement 28% et 16%).

Les entreprises de taille moyenne (entre 5 et 49 employés) et celles qui sont matures sur le plan numérique sont plus nombreuses en proportion 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=403)

LES DONNÉES COLLECTÉES PAR VOS SYSTÈMES SONT...



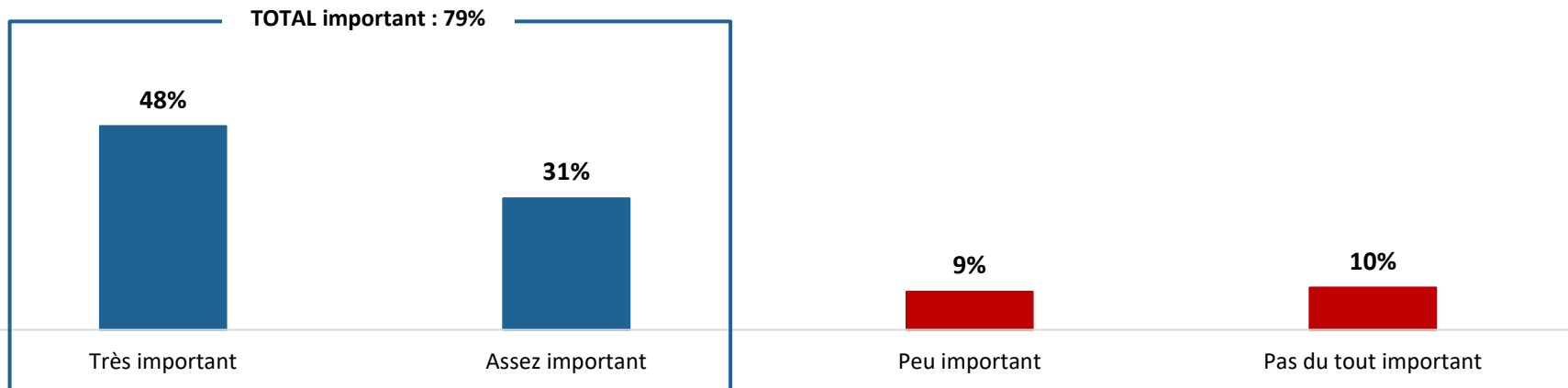
7.2 L'IMPORTANCE DE LA SÉCURITÉ DES DONNÉES

Dans un contexte d'automatisation des systèmes et des processus, 79% des entreprises questionnées accordent de l'importance à la sécurité des données.

Ainsi, c'est tout de même près d'une entreprise sur cinq qui affirme que la sécurité des données n'est actuellement pas un enjeu important (19%), particulièrement les petites entreprises (moins de 5 employés; 21%), celles qui n'ont pas de plan stratégique (22%) et qui n'affectent aucune ressource de leur comité de direction à l'évolution de leurs initiatives numériques (25%).

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=403)



8. LES VENTES EN LIGNE

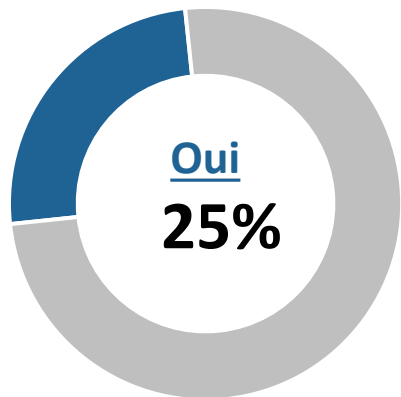
8.1 LES VENTES EN LIGNE

Le quart des entreprises interrogées vendent actuellement leurs services en ligne (25%).

Cette proportion est plus élevée parmi les celles qui disposent d'un plan stratégique (43%), qui dédient au moins une ressource du comité de direction à faire évoluer les initiatives numériques (37%), qui considèrent avoir un degré de maturité numérique élevé (34%) et les entreprises de taille moyenne (entre 5 et 49 employés; 36%).

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

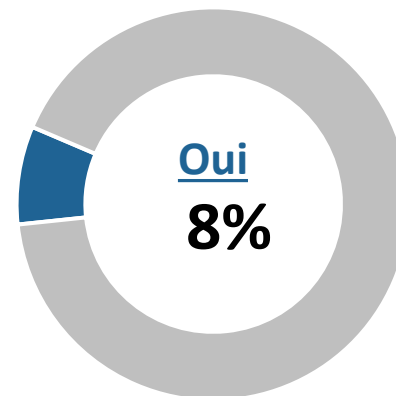
Base : l'ensemble des entreprises répondantes (n=403)



Seule une faible proportion d'entreprises qui ne vendent actuellement pas leurs services en ligne ont l'intention de le faire au cours des 12 prochains mois (8%).

Votre entreprise prévoit-elle vendre ses services en ligne au cours des 12 prochains mois, soit sur ses propres sites ou sur des sites tiers?

Base : les entreprises qui ne vendent actuellement pas leurs services en ligne (n=288)



Leger

Comprendre le monde



leger360.com



@leger360



/LegerCanada



/company/leger360



@leger360