



N° 88F0006XIB-00004 au catalogue

## Technologies de l'information et des communications et commerce électronique dans l'industrie canadienne



---

# **Technologies de l'information et des communications et commerce électronique dans l'industrie canadienne**

Enquête sur les technologies de l'information et des communications  
et le commerce électronique, 1999

Par  
Cathy Bakker

88F0006XIB N° 04

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique  
Statistique Canada  
Novembre 2000

ST-00-04

## Table des matières

Faits saillants.....	1
Remerciements .....	1
Introduction .....	2
1a. Quelles branches d'activité utilisent Internet et quelles branches d'activité prévoient s'en servir?.....	3
1b. Quelles branches d'activité utilisent le courrier électronique et quelles branches d'activité prévoient s'en servir?.....	5
1c. Quelles sont les branches d'activité qui utilisent ou qui prévoient utiliser des ordinateurs personnels, des postes de travail ou des terminaux? .....	6
2. L'accès des employés à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet.....	7
2a. Le pourcentage des employés ayant accès à Internet.....	8
2b. Le pourcentage d'employés ayant accès au courrier électronique, de même qu'à des ordinateurs personnels, à des postes de travail ou à des terminaux .....	9
3. Les entreprises ayant un site Web sur Internet.....	9
4. Les coûts liés à la maintenance et à l'amélioration des sites Web sur Internet en 1999 .....	10
5. Proportion des entreprises qui font des ventes par Internet.....	12
6. Le total des commandes des clients par Internet avec ou sans paiement en direct.....	13
7. La proportion des entreprises qui font des achats par Internet.....	14
8. L'achat de facteurs de production essentiels par Internet.....	16
9. L'importance des divers facteurs expliquant pourquoi les organismes n'achètent ni vendent par Internet.....	18
Non-utilisateurs d'Internet .....	18
Utilisateurs d'Internet .....	18
Notes méthodologiques .....	20
Caractéristiques et couverture.....	20
Méthode d'échantillonnage.....	20
Collecte des données .....	20
Réponse et non-réponse .....	21

## Table des matières - fin

Enquête menée auprès des non-répondants.....	21
Erreur d'échantillonnage.....	21
Plusieurs questions et peu d'estimations .....	21
Références .....	22
Annexe.....	23

## Table des figures et tableaux

Tableau 1. Utilisation et projets d'utilisation d'Internet, selon la branche d'activité.....	4
Tableau 2. Utilisation et projets d'utilisation du courrier électronique, selon la branche d'activité.....	5
Tableau 3. Utilisation et projets d'utilisation d'ordinateurs personnels, selon la branche d'activité.....	6
Tableau 4. Pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon la branche d'activité.....	7
Tableau 5. Proportion des entreprises ayant un site Web sur Internet, selon la branche d'activité.....	10
Tableau 6. Proportion des entreprises selon les dépenses engagées pour assurer la maintenance et augmenter le site Web sur Internet en 1999, selon la branche d'activité .....	11
Tableau 7. Proportion des entreprises, selon la branche d'activité, qui utilisent Internet pour vendre des biens et services .....	12
Tableau 8. Valeur des ventes Internet.....	14
Tableau 9. Proportion des entreprises qui utilisent Internet pour acheter des bien ou services, selon la branche d'activité.....	16
Figure 1. Utilisation d'Internet pour l'achat de facteurs de production essentiels, selon la branche d'activité.....	17
Tableau 10. Les non-utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre .....	18
Tableau 11. Les utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre .....	19
Annexe A. Pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon la branche d'activité.....	23

## Faits saillants

- Les entreprises ont adopté des technologies de l'information et des communications comme le courrier électronique et Internet. Par ailleurs, la plupart des entreprises utilisent largement des ordinateurs personnels. Le pourcentage d'utilisation des ordinateurs était élevé à 81,9 %. Internet, conçu à l'origine comme moyen de communications pour les chercheurs, est maintenant utilisé par de nombreux autres groupes. Internet a été utilisé par 52,8 % des entreprises qui représentaient les trois quarts de l'activité économique.
- La proportion des entreprises ayant des sites Web s'élève à 21,7 %, ces entreprises représentent 44,8 % de l'activité économique du secteur privé. Parmi les utilisations d'Internet, 13,8 % des entreprises s'en sont servies pour l'achat de biens et services et 10,1 % pour la vente. L'utilisation des technologies de l'information et des communications varie significativement d'une branche d'activité à l'autre.
- Le secteur public constitue un utilisateur type des technologies de l'information et des communications. La proportion des établissements du secteur de l'enseignement et de la santé publics, de même que des gouvernements fédéral et provinciaux qui utilisent Internet et le courrier électronique et qui disposent de sites Web sur Internet, est considérablement supérieure à la proportion correspondante qui s'applique au secteur privé. Plus de 95 % des établissements du secteur public utilisent Internet, 96,6 % utilisent le courrier électronique et 69,2 % ont un site Web sur Internet.
- Le volume des ventes déclarées sur Internet s'élevait à 4,4 milliards de dollars : 4,2 milliards de dollars s'appliquaient au secteur privé et 200 millions de dollars au secteur public. Les ventes totales sur Internet du secteur privé représentaient 0,2 % de l'activité économique calculée d'après les recettes d'exploitation totales.
- Pour les non-utilisateurs d'Internet, la raison principale invoquée pour ne pas s'impliquer dans l'achat ou la vente par Internet était l'impossibilité de transiger ces biens et services en ligne.
- Parmi les utilisateurs d'Internet qui ne s'en servent pas pour acheter ou vendre des biens ou services affirment le plus souvent qu'ils préfèrent conserver leur modèle commercial actuel.

## Remerciements

L'auteure tient à remercier de nombreuses personnes pour avoir collaboré aux diverses étapes du projet - en particulier Fred Gault de la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada pour avoir dirigé l'ensemble du projet et Richard Simpson du groupe de travail sur le commerce électronique d'Industrie Canada pour avoir dirigé l'équipe dont l'apport au contenu du questionnaire a été précieux et pour avoir participé à diverses étapes du projet. L'auteure aimerait également remercier tous ceux qui ont participé aux diverses étapes de l'enquête, en particulier John Foley et l'équipe de la Division de l'investissement et du stock de capital, dont Robert Hébert et Lyne Corneau; Yannick Beaucage et Patricia Whitridge de la Division des méthodes des enquêtes auprès des entreprises; Monica Tomiak; Rob Waiser; Taeho Kang; Kathy Hollands; et Peter van Wesenbeeck, George Sciadras, James Bennett, Lucienne Sabourin, Denise Bisson, Jean-Didier Oth et tout le personnel de la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique; et Bev Mahony, Geoff Oliver, Alison Surette, Catherine Peters et plusieurs autres employés d'Industrie Canada dont l'apport a été précieux tout au long du projet.

## Introduction

Alors que l'on s'intéresse de plus en plus aux technologies de l'information et des communications et au commerce électronique, leur utilisation se répand rapidement. Les changements technologiques sont adoptés par plusieurs secteurs, et presque tous les secteurs changent radicalement leur utilisation de la technologie. On suit en partie l'effet du changement technologique sur l'économie en recueillant des statistiques sur le sujet. Cette nouvelle enquête mesure l'utilisation du commerce électronique et l'importance des technologies de l'information et des communications et du commerce électronique par les entreprises canadiennes des secteurs public et privé. On y examine les variations entre les branches d'activité, de même que les différences quant à l'utilisation des technologies.

Le contenu de l'enquête a été élaboré de concert avec Industrie Canada d'après les définitions de l'OCDE du commerce électronique. L'enquête mesure la valeur des commandes des clients par Internet avec ou sans paiement en ligne et adopte la définition étroite de l'OCDE des opérations électroniques.<sup>1</sup> Bon nombre des questions de l'enquête sont des adaptations de questions élaborées par l'OCDE et ses pays membres. En posant les mêmes questions dans diverses enquêtes nationales, on pourra comparer l'utilisation des technologies de l'information et des communications et le commerce électronique à l'échelle internationale.

L'enquête porte d'abord sur l'utilisation des technologies de l'information et des communications, comme les ordinateurs personnels, le courrier électronique et Internet, et établit des distinctions entre l'utilisation du secteur privé et celle du secteur public. Elle examine aussi les modes de l'utilisation des technologies, à savoir si les entreprises prévoient ou non les utiliser. Y sont mentionnées à la fois les branches d'activité qui se servent de ces technologies et celles qui ne s'en servent pas. Il est également question de l'importance de l'utilisation du commerce électronique et de certaines des raisons que les entreprises et les établissements invoquent pour ne pas utiliser Internet pour l'achat et la vente. Sur le plan des ressources humaines, on s'informe de l'accès des employés à diverses technologies de l'information et des communications et on indique le pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon le secteur industriel.

La présence du Web est établie selon qu'une entreprise ou un établissement dispose ou non d'un site Web sur Internet. Des estimations du pourcentage des entreprises ou établissements au sein d'une branche d'activité ayant un site Web sont présentées par branche d'activité. Dans l'enquête, on a d'abord demandé si l'organisme avait un site Web, puis quels fonds l'organisme avait consacré en 1999 pour augmenter ou assurer la maintenance du site Web sur Internet. Les répondants devaient choisir parmi diverses tranches de valeurs de dépenses à l'égard des sites Web.

Il s'agit de la première enquête mondiale, à l'échelle de l'ensemble de l'économie, menée par un bureau de statistique national, qui mesure la valeur du commerce électronique. D'autres pays ont mesuré diverses composantes de l'enquête. Tous les trimestres, depuis le quatrième trimestre de 1999, le *United States Census Bureau of the Department of Commerce* (USBC) rend compte de la valeur des ventes Internet pour le secteur du commerce de détail.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> La définition étroite de l'OCDE des opérations électroniques est la suivante : Une opération Internet se définit comme étant la vente ou l'achat des biens ou services, que ce soit entre des entreprises, des ménages, des personnes, des gouvernements et d'autres organismes publics ou privés, conclue dans des réseaux offerts sur le protocole Internet. La commande des biens et services est effectuée par ses réseaux, tandis que le paiement et la livraison du bien ou du service peut se faire en ligne ou non.

<sup>2</sup> Voici l'adresse du site Web du USBC : [www.census.gov](http://www.census.gov)

Le *Australian Bureau of Statistics* (ABS) a rendu compte de l'utilisation commerciale de la technologie de l'information en 1998 selon le secteur industriel sans mesurer la valeur des ventes Internet. La première étude sur l'utilisation des technologies de l'information et des communications menée par le *Australian Bureau of the Census* a eu lieu en 1993 - 1994 et portait sur l'utilisation d'ordinateurs.<sup>3</sup> En 1996, Statistique Canada a, pour la première fois, mesuré l'utilisation des technologies de l'information et des communications de certaines industries de services. (Hamdani, 1999). Des études antérieures sur l'utilisation commerciale d'Internet et des technologies de l'information et des communications ont porté sur certains secteurs et ont quelque peu été fragmentées.

## 1a. Quelles branches d'activité utilisent Internet et quelles branches d'activité prévoient s'en servir?

Dans le but de déterminer dans quelle mesure les diverses branches d'activité utilisent certaines technologies de l'information et des communications, on posait dans l'enquête des questions sur l'utilisation, les projets ou non d'utilisation d'Internet, du courrier électronique et des ordinateurs personnels. On trouve aux tableaux 1, 2 et 3 les résultats à ces questions, selon le secteur industriel. (Voir "Notes méthodologiques" pour une explication des codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).)

Internet, comme outil de communication, est largement utilisé par les entreprises canadiennes. En moyenne, la proportion d'entreprises qui utilisent Internet est supérieure à celle qui ne s'en servent pas. Dans le secteur privé, 52,8 % des entreprises utilisent Internet, ce qui représente 75,4 % de son activité économique. Les entreprises du secteur privé ne prévoyant nullement utiliser Internet représentent 37,1 % de l'ensemble des entreprises.

L'utilisation d'Internet varie dans une certaine mesure selon les branches d'activité. Dans le secteur privé, arrivent en tête au titre des entreprises utilisant Internet, le secteur de l'industrie de l'information et industrie culturelle (89,1 %), les services publics (82,4 %), de même que services professionnels, scientifiques et techniques (77,5 %). Le secteur de l'industrie de l'information et industrie culturelle englobe des entreprises s'occupant d'édition, de radiodiffusion et de télécommunications. Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques englobe les services suivants : les services juridiques, les services de comptabilité, l'architecture, le génie, les services spécialisés de design, la conception de systèmes informatiques, les services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques, les services de recherche et de développement scientifiques. Les secteurs comptant la plus grande proportion de branches d'activité n'ayant aucune intention d'utiliser Internet comprennent le secteur des services d'hébergement et de restauration (59,7 %), le secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien (58,7 %), ainsi que le secteur du transport et de l'entreposage (51,2 %).

Essentiellement, les grandes entreprises utilisent Internet. Dans le secteur des arts, spectacles et loisirs, 51,0 % des entreprises utilisent Internet, celles-ci représentant 76,6 % de l'activité économique du secteur. Ce secteur englobe les arts d'interprétation, les sports-spectacles et les activités connexes, notamment les établissements du patrimoine, le divertissement, les loisirs, de même que les jeux de hasard et les loteries. Dans le secteur du transport et de l'entreposage (43,8 %) des entreprises utilisent Internet et représentent 79,5 % de l'activité économique du secteur. Ce secteur englobe le transport aérien, le transport ferroviaire, le transport par eau, le transport par camion, le transport en commun et le transport terrestre. En font également partie le transport par pipeline, le transport de tourisme et d'agrément, ainsi que les services postaux et les services d'entreposage.

---

<sup>3</sup> Voici l'adresse du site Web du ABS : [www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au).

**TABLEAU 1. Utilisation et projets d'utilisation d'Internet, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	% des entreprises utilisant Internet	% des entreprises prévoyant utiliser Internet d'ici un an	% des entreprises prévoyant utiliser Internet après un an	% des entreprises n'ayant aucune intention d'utiliser Internet
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	32.8	5.5	3.0	58.7
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	60.6	4.8	3.9	30.7
Services publics	82.4	1.4	0.2	16.1
Fabrication	63.7	8.7	3.2	24.4
Commerce de gros	63.0	9.9	4.4	22.7
Commerce de détail	40.5	9.4	6.7	43.5
Transport et entreposage	43.8	3.0	2.0	51.2
Industrie de l'information et industrie culturelle	89.1	0.0	1.2	9.8
Finance et assurances	65.9	9.7	3.3	21.0
Services immobiliers et services de location et de location à bail	46.3	3.6	1.2	48.9
Services professionnels, scientifiques et techniques	77.5	5.0	2.5	15.0
Gestion de sociétés et d'entreprises	47.0	2.4	1.4	49.1
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	55.4	5.7	4.5	34.4
Services d'enseignement privé	74.5	6.5	0.8	18.2
Soins de santé et assistance sociale privés	46.2	6.3	5.9	41.6
Arts, spectacles et loisirs	51.0	10.0	2.6	36.5
Hébergement et services de restauration	32.0	5.2	3.1	59.7
Autres services, sauf les administrations publiques	44.5	5.6	2.4	47.5
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>52.8</b>	<b>6.5</b>	<b>3.5</b>	<b>37.1</b>
Services d'enseignement public	99.2	0.8	0.0	0.0
Soins de santé et assistance sociale publiques	92.8	3.7	1.6	1.9
Administrations publiques	98.0	1.5	0.5	0.0
<b>Tout le secteur public</b>	<b>95.4</b>	<b>2.6</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

L'utilisation d'Internet est répandue dans le secteur public : 95,4 % des établissements s'en servent. 98,0 % des établissements des administrations fédérale et provinciales utilisent Internet et 99,2 % des établissements du secteur des services d'enseignement public s'en servent. Les autres établissements de ces secteurs qui n'utilisent pas à l'heure actuelle Internet prévoient tous s'en servir d'ici plus ou moins un an.

Dans quatre secteurs, plus de 40,0 % des entreprises utilisent Internet et plus de 9,0 % des entreprises prévoient s'en servir d'ici un an. Il s'agit du secteur des arts, spectacles et loisirs, du secteur de la finance et des assurances, du secteur du commerce de détail et du secteur du commerce de gros. Les entreprises du secteur du commerce de détail (9,4 %) qui prévoient utiliser Internet d'ici un an représentent 11,3 % de l'activité économique du secteur. Cela suggère que l'utilisation d'Internet augmentera rapidement dans certains secteurs de l'économie dans l'année 2000.

Toutes les branches d'activité sauf une comptent une proportion supérieure d'entreprises prévoyant utiliser Internet d'ici un an qu'après un an. Le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle, dont 89,1 % des entreprises utilisent déjà Internet, compte 1,2 % d'entreprises qui prévoient s'en servir après un an et aucune entreprise qui a l'intention de s'en servir d'ici un an. Ces entreprises représentent une très faible proportion de l'activité économique du secteur, soit 1,7 %.



## 1b. Quelles branches d'activité utilisent le courrier électronique et quelles branches d'activité prévoient s'en servir?

L'utilisation du courrier électronique ressemble à celle d'Internet. La proportion la plus importante d'entreprises utilisant le courrier électronique se trouve dans le secteur public chez les gouvernements fédéral et provinciaux, de même que dans les services d'enseignement public. Au total, 96,6 % des entreprises du secteur public utilisent le courrier électronique. Dans le secteur privé, 52,6 % des entreprises utilisent le courrier électronique. On trouve la plus forte proportion d'entreprises utilisant le courrier électronique dans le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (90,3 %), le secteur des services publics (83,9 %), de même que le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques (78,9 %). Ces secteurs industriels comptent également la plus forte proportion d'entreprises utilisant Internet dans le secteur privé.

**TABLEAU 2. Utilisation et projets d'utilisation du courrier électronique, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	% des entreprises utilisant le courrier électronique	% des entreprises prévoyant utiliser le courrier électronique d'ici un an	% des entreprises prévoyant utiliser le courrier électronique après un an	% des entreprises n'ayant aucune intention d'utiliser le courrier électronique
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	28.7	5.2	4.6	61.5
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	59.6	4.2	4.4	31.8
Services publics	83.9	1.2	0.2	14.7
Fabrication	63.4	7.7	2.7	26.1
Commerce de gros	65.0	5.4	4.3	25.3
Commerce de détail	39.7	9.4	3.9	47.0
Transport et entreposage	38.8	3.8	1.4	55.9
Industrie de l'information et industrie culturelle	90.3	0.0	1.2	8.5
Finance et assurances	75.5	4.2	1.1	19.3
Services immobiliers et services de location et de location à bail	46.4	4.3	1.3	48.0
Services professionnels, scientifiques et techniques	78.9	4.7	1.4	15.0
Gestion de sociétés et d'entreprises	45.4	2.4	0.7	51.4
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	52.4	5.2	4.4	38.0
Services d'enseignement privé	78.3	2.4	0.6	18.6
Soins de santé et assistance sociale privés	46.4	8.3	4.7	40.7
Arts, spectacles et loisirs	51.6	7.6	1.9	38.9
Hébergement et services de restauration	29.1	4.2	2.1	64.6
Autres services, sauf les administrations publiques	42.6	6.3	3.4	47.7
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>52.6</b>	<b>5.9</b>	<b>2.8</b>	<b>38.8</b>
Services d'enseignement public	99.2	0.8	0.0	0.0
Soins de santé et assistance sociale publiques	94.4	3.1	1.6	0.9
Administrations publiques	99.5	0.0	0.5	0.0
<b>Tout le secteur public</b>	<b>96.6</b>	<b>1.9</b>	<b>1.0</b>	<b>0.5</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

Certaines entreprises n'ont aucunement l'intention d'utiliser le courrier électronique. D'autres branches d'activité dont le taux d'utilisation du courrier électronique est faible prévoient utiliser les technologies de l'information et des communications d'ici un an. On trouve la plus forte

proportion d'entreprises n'ayant aucunement l'intention d'utiliser le courrier électronique dans le secteur de l'hébergement et des services de restauration (64,6 %) et le secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien (61,5 %). Le secteur du commerce de détail détient la plus forte proportion (9,4 %) d'entreprises prévoyant utiliser le courrier électronique d'ici un an.

1c. Quelles sont les branches d'activité qui utilisent ou qui prévoient utiliser des ordinateurs personnels, des postes de travail ou des terminaux?

**TABLEAU 3. Utilisation et projets d'utilisation d'ordinateurs personnels, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	% des entreprises utilisant des ordinateurs personnels	% des entreprises prévoyant utiliser des ordinateurs personnels d'ici un an	% des entreprises prévoyant utiliser des ordinateurs personnels après un an	% des entreprises n'ayant aucune intention d'utiliser des ordinateurs personnels
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	65.7	1.4	2.2	30.7
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	87.7	1.6	0.7	10.0
Services publics	89.7	0.0	0.1	10.2
Fabrication	90.8	1.3	0.5	7.4
Commerce de gros	91.6	0.0	1.6	6.8
Commerce de détail	76.1	1.5	1.0	21.4
Transport et entreposage	72.4	1.5	0.7	25.5
Industrie de l'information et industrie culturelle	93.5	0.0	0.0	6.5
Finance et assurances	89.8	0.0	0.0	10.2
Services immobiliers et services de location et de location à bail	76.3	0.9	0.0	22.8
Services professionnels, scientifiques et techniques	93.7	0.7	0.0	5.7
Gestion de sociétés et d'entreprises	69.6	0.0	0.0	30.4
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	81.5	3.2	1.0	14.3
Services d'enseignement privé	93.6	0.3	0.7	5.5
Soins de santé et assistance sociale privés	89.9	0.4	0.7	9.0
Arts, spectacles et loisirs	88.0	1.2	0.0	10.8
Hébergement et services de restauration	66.4	0.8	0.8	32.0
Autres services, sauf les administrations publiques	75.8	1.6	1.1	21.4
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>81.9</b>	<b>1.0</b>	<b>0.7</b>	<b>16.4</b>
Services d'enseignement public	100.0	0.0	0.0	0.0
Soins de santé et assistance sociale publiques	100.0	0.0	0.0	0.0
Administrations publiques	100.0	0.0	0.0	0.0
<b>Tout le secteur public</b>	<b>100.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

Les entreprises utilisent largement des ordinateurs personnels, des postes de travail ou des terminaux. L'enquête révèle que plus de 65 % des entreprises de chaque branche d'activité utilisent des ordinateurs personnels. En moyenne, dans le secteur public, l'ensemble des entreprises (100,0 %) utilisent des ordinateurs personnels tandis qu'il y en a 81,9 % dans le secteur privé. C'est dans le secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien que l'on n'utilise le moins d'ordinateurs personnels : 65,7 % des entreprises utilisent des ordinateurs personnels et 30,7 % des entreprises n'ont aucunement l'intention de s'en

servir. Une faible proportion d'entreprises déclarent prévoir utiliser des ordinateurs personnels d'ici et après un an.

## 2. L'accès des employés à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet

On mesure notamment l'adoption de la technologie selon l'utilisation qu'en font les organismes et le degré d'adoption de la technologie, d'après la proportion des employés y ayant accès. Dans l'enquête, on demandait aux répondants de déclarer le pourcentage des employés ayant accès aux trois technologies de l'information et des communications suivantes : les ordinateurs personnels, le courrier électronique et Internet. Les résultats figurent aux tableau 4 et dans l'Appendice A, par niveau 3 et 4 du SCIAN.

**TABLEAU 4. Pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	34.6	15.0	17.0
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	53.4	41.8	29.7
Services publics	80.7	78.2	58.6
Fabrication	42.7	28.2	20.4
Commerce de gros	77.0	55.7	46.1
Commerce de détail	53.4	19.0	13.1
Transport et entreposage	40.6	25.5	17.9
Industrie de l'information et industrie culturelle	91.2	78.9	73.8
Finance et assurances	88.0	71.9	47.9
Services immobiliers et services de location et de location à bail	58.7	34.7	34.8
Services professionnels, scientifiques et techniques	86.0	66.7	60.3
Gestion de sociétés et d'entreprises	60.1	44.4	37.2
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	53.7	38.1	33.4
Services d'enseignement privé	76.9	66.9	66.2
Soins de santé et assistance sociale privés	62.0	30.5	27.1
Arts, spectacles et loisirs	49.0	29.0	24.4
Hébergement et services de restauration	30.5	7.9	7.1
Autres services, sauf les administrations publiques	56.3	37.5	37.4
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>55.6</b>	<b>34.4</b>	<b>28.4</b>
Services d'enseignement public	93.2	90.3	90.1
Soins de santé et assistance sociale publiques	56.0	36.3	22.8
Administrations publiques	93.5	92.1	82.2
<b>Tout le secteur public</b>	<b>76.8</b>	<b>66.7</b>	<b>59.0</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

L'enquête révèle qu'il y a un rapport étroit entre le pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet. Les pourcentages élevés d'employés ayant accès à des ordinateurs personnels sont associés aux pourcentages élevés d'employés ayant accès au courrier électronique. Pour la plupart des branches d'activité, le

pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels est supérieur à celui ayant accès au courrier électronique.

Le pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique est habituellement supérieur au pourcentage des employés ayant accès à Internet. À titre d'exception, le secteur de la fabrication de matériel de communication<sup>4</sup> dont 70,8 % des employés ont accès au courrier électronique et 75,3 %, à Internet. Dans la plupart des cas, quand le pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique est inférieur au pourcentage des employés ayant accès à Internet, les écarts sont très faibles.

## 2a. Le pourcentage des employés ayant accès à Internet

L'accès des employés à Internet varie considérablement entre le secteur public et le secteur privé. Dans le secteur public, 59,0 % des employés ont accès à Internet et dans le secteur privé, un pourcentage considérablement moindre d'employés a accès à Internet, soit 28,4 %. Dans les entreprises du secteur des services d'enseignement public, 90,1 % des employés ont accès à Internet et, au sein des gouvernements fédéral et provinciaux, 82,2 % des employés y ont accès. Par gouvernements fédéral et provinciaux, on entend les gouvernements fédéral et provinciaux, de même que les administrations publiques autochtones.

Dans le secteur privé, on trouve la proportion la plus importante d'employés ayant accès à Internet dans le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (73,8 %), suivi des services d'enseignement privé (66,2 %) et des services professionnels, scientifiques et techniques (60,3 %). La radiodiffusion et les télécommunications (73,2 %) ainsi que les industries du film et de l'enregistrement sonore (77,1 %) comptent le pourcentage le plus élevé d'employés ayant accès à Internet dans le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle. Dans les services d'enseignement privé, on trouve la proportion la plus élevée d'entreprises ayant accès à Internet dans les écoles de commerce et de formation en informatique et en gestion (96,1 %). Le sous-secteur de la conception de systèmes informatiques et services connexes (92,7 %) déclare le pourcentage le plus élevé du secteur des services professionnels, scientifiques et techniques.

Voir Annexe A. Pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon la branche d'activité

Les branches d'activité dont la proportion d'employés ayant accès à Internet est faible englobent le secteur de l'hébergement et des services de restauration (7,1 %). Ce secteur comprend l'hébergement et services de restauration avec 12,2 % des employés ayant accès à Internet et les services de restauration et débits de boissons avec 5,9 %. Le secteur du commerce de détail compte une proportion relativement faible d'employés ayant accès à Internet (13,1%) compte tenu de la déclaration de niveaux d'accès faible dans les magasins d'alimentation, de boissons et de marchandises en général, de même que les stations-service. Selon l'enquête, 17,0 % des employés du secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien ont accès à Internet. Ce secteur englobe la foresterie et l'exploitation forestière, dont 12,9 % des employés ont accès à Internet, et des activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie, dont le pourcentage est de 24,9 %. Par ailleurs, ces secteurs industriels ont déclaré un faible pourcentage d'employés ayant accès au courrier électronique et à des ordinateurs personnels.

---

<sup>4</sup> Le secteur de la fabrication de matériel de communication est représenté par le code 3342 du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

## 2b. Le pourcentage d'employés ayant accès au courrier électronique, de même qu'à des ordinateurs personnels, à des postes de travail ou à des terminaux

La proportion des employés du secteur public ayant accès au courrier électronique est presque le double de celle des employés du secteur privé. Dans le secteur privé, 34,4 % des employés ont accès au courrier électronique et, dans le secteur public, 66,7 % y ont accès. Dans chaque secteur, un pourcentage supérieur d'employés ont accès à des ordinateurs personnels plutôt qu'au courrier électronique. Dans le secteur privé, 55,6 % des employés ont accès à des ordinateurs personnels et, dans le secteur public, 76,8 %.

Un pourcentage élevé d'employés ont accès à des ordinateurs personnels dans plusieurs branches d'activité du secteur privé. Les secteurs industriels dont une proportion élevée d'employés a accès à des ordinateurs personnels sont les suivants : conception informatique et services connexes (99,4 %) SCIAN 5415; intermédiation financière et activités connexes (97,9 %) SCIAN 522; autorités monétaires - banque centrale (96,8 %) SCIAN 521; fabrication de matériel informatique et périphérique (94,6 %) SCIAN 3341; extraction de pétrole et de gaz (94,4 %) SCIAN 211. Les mêmes branches d'activité déclarent également des proportions élevées d'employés ayant accès au courrier électronique.

## 3. Les entreprises ayant un site Web sur Internet

Un site Web peut offrir de nombreuses fonctions. Il peut fournir des renseignements sur l'entreprise, une liste ou un catalogue des biens ou services disponibles, de l'information sur le produit ou le service, un service après vente, le suivi des commandes et la possibilité de faire des paiements en ligne. Les branches d'activité qui déclarent se servir énormément d'Internet pour la vente, ne comptent pas pour autant les proportions les plus élevées d'entreprises ayant un site Web. Peut-être parce qu'elles vendent sur Internet autrement que par leur propre site Web. À l'heure actuelle, le site Web est bien plus populaire chez les entreprises et dans le secteur public que la vente par Internet. À propos des sites Web, on demandait dans l'enquête aux entreprises si elles avaient un site Web. Les résultats selon le secteur industriel se trouvent au tableau 5.

Dans le secteur privé, 21,7 % des entreprises ont un site Web sur Internet. Ces entreprises représentent 44,8 % de l'activité économique du secteur privé. Des entreprises qui utilisent Internet, 41,1 % ont un site Web.

Les branches d'activité dont la proportion d'entreprises ayant un site Web est la plus élevée sont celles de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (61,7 %). Les services d'enseignement privé, dont les écoles élémentaires privées, les collèges communautaires, les écoles techniques, les écoles de commerce et les écoles de langue, déclarent que 44,0 % d'entre eux ont un site Web. Dans le secteur de la fabrication, 31,7 % des entreprises ont un site Web sur Internet; elles représentent plus de la moitié (55,4 %) de l'activité économique du secteur. Dans les services publics, 27,3 % des entreprises ont un site Web; elles représentent la majorité de l'activité économique du secteur (90,2 %). La branche d'activité dont la proportion d'entreprises ayant un site Web est la plus faible est le secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien où 5,7 % des entreprises ont un site Web.

Dans le secteur public, 69,2 % des entreprises ont un site Web. Arrivent en tête les services d'enseignement public dont 97,6 % des entreprises ont un site Web sur Internet et le secteur de l'administration publique dont 87,8 % des entreprises ont un site Web. Les organismes du secteur des soins de santé et de l'assistance sociale ayant un site Web représentent 50,0 % des entreprises du secteur public.

**TABLEAU 5. Proportion des entreprises ayant un site Web sur Internet, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	% des entreprises ayant un site Web	% de l'activité économique attribuable aux entreprises ayant un site Web	% des entreprises utilisant Internet et ayant un site Web
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	5.7	11.8	17.4
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	27.6	51.2	45.6
Services publics	27.3	90.2	33.1
Fabrication	31.7	55.4	49.8
Commerce de gros	26.1	48.9	41.5
Commerce de détail	16.0	32.3	39.5
Transport et entreposage	17.6	51.1	40.3
Industrie de l'information et industrie culturelle	61.7	80.2	69.3
Finance et assurances	27.2	39.0	41.3
Services immobiliers et services de location et de location à bail	18.4	30.3	39.7
Services professionnels, scientifiques et techniques	27.6	53.5	35.6
Gestion de sociétés et d'entreprises	9.9	29.4	21.0
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	29.5	55.6	53.3
Services d'enseignement privé	44.0	66.5	59.0
Soins de santé et assistance sociale privés	10.0	22.7	21.7
Arts, spectacles et loisirs	29.7	28.7	58.1
Hébergement et services de restauration	17.4	28.1	54.4
Autres services, sauf les administrations publiques	19.3	30.8	43.5
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>21.7</b>	<b>44.8</b>	<b>41.1</b>
Services d'enseignement public	97.6	97.1	98.4
Soins de santé et assistance sociale publiques	50.0	51.0	53.9
Administrations publiques	87.8	91.2	89.5
<b>Tout le secteur public</b>	<b>69.2</b>	<b>75.7</b>	<b>72.5</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

#### 4. Les coûts liés à la maintenance et à l'amélioration des sites Web sur Internet en 1999

On a demandé aux entreprises et aux commerces ayant déclaré avoir un site Web d'indiquer les coûts liés à la maintenance et à l'amélioration de leur site Web. Le tableau 6 donne les résultats selon le secteur industriel.

**TABLEAU 6. Proportion des entreprises selon les dépenses engagées pour assurer la maintenance et augmenter le site Web sur Internet en 1999, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	0 \$	1 \$ à 4 999 \$	5 000 \$ à 9 999 \$	10 000 \$ à 19 999 \$	20 000 \$ à 99 999 \$	100 000 \$ à 499 999 \$	500 000 \$ et plus
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien*	14.2	83.4	0.0	1.7	0.6	0.0	0.0
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	16.5	59.1	11.3	5.8	5.3	0.9	1.0
Services publics	21.4	60.9	6.8	3.6	3.7	2.3	1.3
Fabrication	13.4	67.9	8.6	3.5	5.6	0.8	0.3
Commerce de gros	19.9	59.3	10.7	5.2	3.8	0.6	0.5
Commerce de détail	18.8	70.8	6.5	0.3	3.5	0.1	0.1
Transport et entreposage	19.0	69.0	2.4	2.6	4.1	0.6	2.3
Industrie de l'information et industrie culturelle	15.4	59.9	7.2	11.2	3.3	1.3	1.8
Finance et assurances	20.5	66.5	0.2	3.1	3.6	3.6	2.6
Services immobiliers et services de location et de location à bail	20.9	71.0	2.3	3.4	2.4	0.1	0.0
Services professionnels, scientifiques et techniques	15.5	66.4	7.3	5.2	3.9	0.2	1.5
Gestion de sociétés et d'entreprises	11.3	83.1	4.5	0.2	0.7	0.0	0.1
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	15.0	61.4	9.5	5.0	6.7	0.1	2.4
Services d'enseignement privé	19.3	57.4	7.6	4.7	9.3	0.2	1.6
Soins de santé et assistance sociale privés	22.6	65.4	8.4	0.2	3.4	0.0	0.0
Arts, spectacles et loisirs	25.9	66.3	3.2	3.6	0.7	0.2	0.0
Hébergement et services de restauration	15.9	73.9	4.9	0.3	2.4	2.6	0.0
Autres services, sauf les administrations publiques	25.7	64.1	2.8	4.1	2.6	0.7	0.0
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>18.3</b>	<b>66.6</b>	<b>6.2</b>	<b>3.6</b>	<b>3.8</b>	<b>0.7</b>	<b>0.9</b>
Services d'enseignement public	2.9	19.6	10.5	12.0	35.4	18.7	0.8
Soins de santé et assistance sociale publiques	7.6	58.1	10.0	10.5	8.1	5.6	0.0
Administrations publiques	7.4	14.9	6.6	11.0	20.1	16.9	23.0
<b>Tout le secteur public</b>	<b>5.9</b>	<b>34.0</b>	<b>9.4</b>	<b>11.2</b>	<b>20.7</b>	<b>13.0</b>	<b>5.8</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

Les coûts liés à la maintenance et à l'amélioration du site Web sur Internet en 1999 ont varié selon les branches d'activité. Le plus fréquemment, les entreprises ayant un site Web ont déclaré avoir dépensé 5 000 \$ pour la maintenance ou l'amélioration. À ce propos, les coûts ont néanmoins varié selon les branches d'activité. Dans le secteur privé, 66,6 % des entreprises ayant un site Web ont déclaré des dépenses inférieures à 5 000 \$ et dans le secteur public, 34,0 % des établissements ont déclaré des dépenses de 5 000 \$. Dans les gouvernements fédéral et provinciaux, 23,0 % des établissements ont déclaré avoir dépensé plus de 5 000 \$ pour améliorer ou assurer la maintenance de leur site Web sur Internet, ce qui comprend les salaires. Dans le secteur privé, 0,9 % des entreprises ont déclaré avoir engagé des dépenses se situant dans cette fourchette.

Plusieurs entreprises ont déclaré ne pas avoir consacré d'argent à la maintenance ou à l'amélioration de leur site Web. De plus, un nombre élevé de réponses se situe dans la fourchette inférieure à 5 000 \$ pour ce qui est des coûts de maintenance et d'amélioration. La faible proportion d'entreprises dépensant moins de 5 000 \$ sur leur site Web est attribuable au fait que les sites récents requièrent moins de changements; d'autre part, peu d'ajustements sont nécessaires pour entretenir des sites qui sont en majorité peu complexes et exigent donc moins d'entretien.

## 5. Proportion des entreprises qui font des ventes par Internet

De nombreux facteurs expliquent les différences entre les branches d'activité et les organismes quant à la tendance à faire des ventes par Internet. Dans le cas d'un modèle commercial établi, on peut exclure le recours à Internet comme véhicule d'activités commerciales. L'entreprise qui compte un petit nombre de clients peut ne pas avoir intérêt à utiliser un réseau de communications ouvert comme Internet pouvant atteindre un vaste marché. Internet est un réseau de communications ouvert par opposition aux réseaux privés par lesquels plusieurs organismes font des affaires depuis un certain temps au moyen de l'échange de données informatisées (EDI). La faible proportion d'entreprises utilisant Internet pour vendre leurs produits suggère que d'autres outils de vente sont encore utilisés.

**TABLEAU 7. Proportion des entreprises, selon la branche d'activité, qui utilisent Internet pour vendre des biens ou services**

Secteur industriel	% des entreprises qui utilisent Internet pour vendre des biens ou services	% de l'activité économique attribuable aux entreprises qui utilisent Internet pour la vente	% des entreprises qui utilisent Internet et qui s'en servent pour vendre des biens ou services
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	1.1	0.9	3.5
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	7.1	5.2	11.7
Services publics	9.2	9.8	11.1
Fabrication	14.9	16.3	23.3
Commerce de gros	13.6	17.1	21.5
Commerce de détail	10.9	21.9	27.0
Transport et entreposage	10.1	21.1	23.0
Industrie de l'information et industrie culturelle	20.1	44.3	22.6
Finance et assurances	14.7	23.0	22.3
Services immobiliers et services de location et de location à bail	9.5	11.5	20.5
Services professionnels, scientifiques et techniques	11.5	14.9	14.8
Gestion de sociétés et d'entreprises	8.0	3.7	17.1
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	17.3	23.3	31.2
Services d'enseignement privé	17.3	22.2	23.2
Soins de santé et assistance sociale privés	3.1	6.3	6.6
Arts, spectacles et loisirs	10.1	9.8	19.7
Hébergement et services de restauration	7.9	16.3	24.7
Autres services, sauf les administrations publiques	3.7	5.0	8.3
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>10.1</b>	<b>17.0</b>	<b>19.1</b>
Services d'enseignement public	32.2	43.4	32.4
Soins de santé et assistance sociale publiques	3.1	3.3	3.3
Administrations publiques	24.7	28.2	25.2
<b>Tout le secteur public</b>	<b>14.5</b>	<b>23.1</b>	<b>15.2</b>

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

Dans l'enquête, on demande aux organismes qui déclarent utiliser Internet s'ils s'en servent pour vendre des biens et services. Les totalisations liées à cette question figurent au tableau 7, selon la branche d'activité, pour l'ensemble de la population des entreprises et pour le groupe d'entreprises qui utilisent Internet.



La proportion des entreprises du secteur privé utilisant Internet pour vendre des biens et services est de 10,1 %. Les entreprises du secteur privé qui utilisent Internet pour la vente représentent 17,0 % de l'activité économique, celle-ci étant mesurée d'après les recettes d'exploitation totales. De plus, 19,1 % des entreprises qui utilisent Internet s'en servent pour vendre des biens ou services.

De toutes les branches d'activité du secteur privé, le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle comporte la plus forte proportion d'entreprises utilisant Internet pour vendre des biens et services (20,1 %). Ce secteur englobe les entreprises qui s'occupent d'édition, de radiodiffusion et de télécommunications. Certaines de ces entreprises fournissent les services nécessaires à l'utilisation d'Internet, par exemple les entreprises de télécommunications, les entreprises de radiodiffusion et les fournisseurs de services d'information.

Les entreprises œuvrant dans le secteur des services d'enseignement privé et dans celui des services administratifs et de soutien utilisant Internet arrivent au deuxième rang en importance pour ce qui est du pourcentage d'utilisation d'Internet pour la vente (17,3 %). Dans le secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien, une proportion considérablement inférieure d'entreprises déclare utiliser Internet pour faire des ventes (1,1 %). 3,5 % des entreprises de ce secteur qui utilisent Internet s'en servent pour vendre des biens ou services. Cela signifie que les entreprises de ce secteur et de nombreux autres secteurs continuent d'utiliser les voies traditionnelles de vente.

Dans le secteur public, 14,5 % des établissements utilisent Internet pour vendre des biens ou services. Le secteur des services d'enseignement est celui qui utilise le plus Internet pour vendre des biens et services, et les gouvernements fédéral et provinciaux arrivent au deuxième rang. Dans le secteur de l'enseignement, il est possible d'acquitter sur Internet les frais de scolarité pour les établissements d'enseignements financés par le gouvernement. Sont attribués au secteur public, les ventes en direct de données à Statistique Canada et le paiement en ligne des frais d'utilisation de divers services offerts par les gouvernements fédéral et provinciaux.

## 6. Le total des commandes des clients par Internet avec ou sans paiement en direct

Dans le questionnaire, on demande aux entreprises et aux établissements déclarant se servir d'Internet pour vendre des biens ou services d'indiquer le total des commandes des clients par Internet avec ou sans paiement en ligne. Les valeurs des ventes Internet selon la branche d'activité sont mentionnées dans le tableau 8.

La valeur totale des commandes reçues des clients par Internet avec ou sans paiement en ligne en 1999 se chiffre à 4,4 milliards de dollars. Des ventes Internet totales, on attribue au secteur privé 4,2 milliards de dollars des ventes et au secteur public, 200 millions de dollars. Exprimée en pourcentage des recettes d'exploitation totales du secteur privé, la valeur des commandes reçues par Internet représente 0,2 % des recettes d'exploitation totales. La valeur des commandes des clients comprend toutes les commandes faites par Internet, téléphone, télécopieur, courrier électronique, site Web, échange de données informatisées (EDI) par Internet et autres méthodes de réception de commandes par Internet.

Les secteurs suivants ont enregistré les ventes Internet les plus importantes : la fabrication (900,0 millions de dollars); le commerce de détail (610,6 millions de dollars); l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (552,7 millions de dollars); l'hébergement et les services de restauration (429,3 millions de dollars); les services professionnels, scientifiques et techniques

(406,1 millions de dollars); et la finance et les assurances (320,8 millions de dollars). Combinés, ces secteurs représentent 77,0 % de l'ensemble des ventes Internet du secteur privé en 1999.

**TABLEAU 8. Valeur des ventes Internet**

Secteur industriel	en millions de dollars		Ventes Internet comme pourcentage des recettes d'exploitation totales
	Ventes Internet avec ou sans paiement en ligne	Recettes d'exploitation totales, 1999 (statistiques financières trimestrielles pour les entreprises) <sup>1</sup>	
Fabrication	900.0	568,346	0.2
Commerce de détail	610.6	231,622	0.3
Industrie de l'information et industrie culturelle	552.7	55,910	1.0
Hébergement et services de restauration	429.3	32,474	1.3
Services professionnels, scientifiques et techniques	406.1	52,116	0.8
Finance et assurances	320.8	222,483	0.1
Transport et entreposage	164.3	65,268	0.3
Commerce de gros	156.3	290,440	0.1
Services immobiliers et services de location et de location à bail	114.8	37,954	0.3
Autres services, sauf les administrations publiques	27.4	37,439	0.1
Services publics	15.8	24,499	0.1
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	15.0	67,517	0.0
Soins de santé et assistance sociale privés	10.0	11,441	0.1
Autres secteurs d'industrie <sup>2</sup>	456.6	104,577	0.4
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>4,179.7</b>	<b>1,802,086</b>	<b>0.2</b>
Services d'enseignement public	125.9		
Soins de santé et assistance sociale publiques	20.1		
Administrations publiques	98.6		
<b>Tout le secteur public</b>	<b>244.6</b>		
<b>Total</b>	<b>4,424.3</b>		

<sup>1</sup> Somme CANSIM des recettes d'exploitation totales pour chaque trimestre de 1999 à l'exclusion du code 23 du SCIAN (construction).

<sup>2</sup> Englobe ce qui suit: services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement; arts, spectacles et loisirs; services d'enseignement privé; gestion de sociétés et d'entreprises; foresterie; exploitation forestière et activités de soutien. Ce dernier secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie).

## 7. La proportion des entreprises qui font des achats par Internet

Dans les secteurs de commerce de détail, finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail, services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement et hébergement et services de restauration, beaucoup d'entreprises utilisent Internet davantage pour la vente que l'achat de

biens et services. Les activités conduites dans ces secteurs consistent entre autres à la vente de livres, les réservations de voyage, services à la recherche d'emploi et transactions financières. Ces activités se font la plupart du temps directement entre l'entreprise et le client.

Dans l'enquête, on demande aux organismes qui déclarent utiliser Internet s'ils s'en servent pour acheter des biens ou services. Les totalisations pour cette question figurent au tableau 9; elles montrent la proportion des entreprises selon la branche d'activité qui utilise Internet pour acheter des biens ou services.

Les organismes dans l'industrie de l'information et industrie culturelle, services professionnels, scientifique et techniques et services publics utilisent davantage Internet pour l'achat que la vente de biens et services. Les activités conduites dans ces secteurs consistent entre autres à fournir des services de télécommunications, la conception par ordinateur et la production d'électricité. La majeure partie de ces transactions se font d'entreprises à entreprises.

En moyenne, une plus forte proportion d'entreprises utilise Internet pour acheter des biens et services plutôt que pour en vendre. Dans le secteur privé, 13,8 % de toutes les entreprises utilisent Internet pour faire des achats; ces entreprises représentent 25,1 % de l'activité économique du secteur privé. Des entreprises qui utilisent Internet, 26,2 % s'en servent pour acheter des biens et services.

Parmi les branches d'activité du secteur privé, c'est celle de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle qui détient le pourcentage le plus élevé d'entreprises déclarant utiliser Internet pour l'achat de biens ou services (49,6 %). Ce secteur détient aussi le pourcentage le plus élevé d'entreprises utilisant Internet pour vendre des biens ou services.

Dans le secteur public, 44,2 % des établissements utilisent Internet pour acheter des biens ou services; ces entreprises représentent 52,0 % de l'activité économique. Dans le secteur public, de même, on se sert davantage d'Internet pour acheter que pour vendre. Cela s'applique à toutes les branches d'activité du secteur public, y compris le secteur de l'enseignement, le secteur de la santé, et les gouvernements fédéral et provinciaux. 46,4 % des établissements du secteur public qui font usage d'Internet s'en servent pour acheter des biens ou services. De l'ensemble des branches d'activité du secteur public, le secteur des services d'enseignement public détient la proportion la plus forte (60,6 %) d'établissements qui utilisent Internet pour acheter des biens et services.

Trois branches d'activité déclarent utiliser beaucoup plus Internet pour vendre que pour acheter. Il s'agit du secteur de l'hébergement et des services de restauration, du secteur des services administratifs, des services de soutien, des services de gestion des déchets et des services d'assainissement, de même que du secteur de la finance et des assurances. Cela suggère que les entreprises des branches d'activité qui font des ventes par Internet ont investi les ressources qu'il fallait pour faciliter les ventes Internet ou ont des clients ou des fournisseurs qui préfèrent transiger par Internet plutôt que par d'autres voies. Le secteur de l'hébergement et des services de restauration englobe les hôtels, les centres de villégiature, les hôtels-casinos, les campings, les camps de chasse et de pêche, ainsi que les restaurants. Le secteur des services administratifs, des services de soutien, des services de gestion des déchets et des services d'assainissement englobe les services d'emploi, les centres d'appels téléphoniques, les agences de voyage, les voyagistes, les services relatifs aux bâtiments comme les services de conciergerie, les services d'aménagement paysager et la collecte des déchets. Le secteur de la finance et des assurances englobe les banques, le courtage de contrats de marchandises, les sociétés d'assurance et les caisses de retraite.

**TABLEAU 9. Proportion des entreprises qui utilisent Internet pour acheter des biens ou services, selon la branche d'activité**

Secteur industriel	% des entreprises qui utilisent Internet pour acheter des biens ou services	% de l'activité économique attribuable aux entreprises qui utilisent Internet pour l'achat	% des entreprises qui utilisent Internet et qui s'en servent pour acheter des biens ou services
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien *	7.4	10.6	22.5
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	19.3	24.5	31.9
Services publics	24.7	37.7	30.0
Fabrication	18.9	31.8	29.7
Commerce de gros	13.9	23.2	22.1
Commerce de détail	10.8	15.7	26.7
Transport et entreposage	10.7	27.8	24.4
Industrie de l'information et industrie culturelle	49.6	53.6	55.7
Finance et assurances	12.7	39.5	19.2
Services immobiliers et services de location et de location à bail	8.2	11.3	17.7
Services professionnels, scientifiques et techniques	30.0	39.7	38.8
Gestion de sociétés et d'entreprises	12.9	16.8	27.4
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	13.4	17.7	24.2
Services d'enseignement privé	27.2	35.3	36.4
Soins de santé et assistance sociale privés	9.5	14.4	20.6
Arts, spectacles et loisirs	12.1	16.5	23.8
Hébergement et services de restauration	3.9	8.5	12.3
Autres services, sauf les administrations publiques	6.5	10.3	14.6
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>13.8</b>	<b>25.1</b>	<b>26.2</b>
Services d'enseignement public	60.6	65.5	61.1
Soins de santé et assistance sociale publiques	34.7	37.2	37.3
Administrations publiques	50.7	59.8	51.8
<b>Tout le secteur public</b>	<b>44.2</b>	<b>52.0</b>	<b>46.4</b>

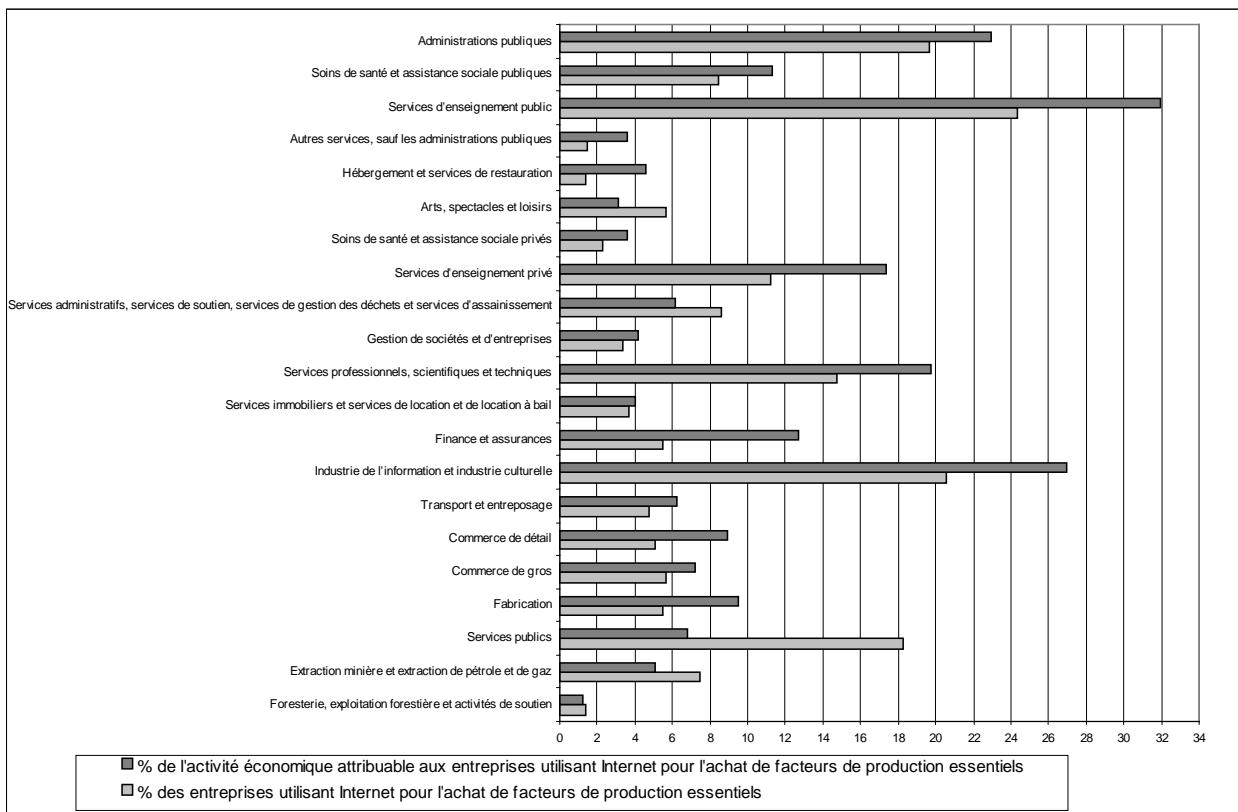
\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

## 8. L'achat de facteurs de production essentiels par Internet

Dans le cadre de l'enquête de 1999, on a essayé d'obtenir de l'information sur l'importance de l'utilisation d'Internet dans le cadre de la chaîne d'approvisionnement du commerce canadien. L'enquête a permis de recueillir des données à partir de la question suivante : Est-ce que votre organisation utilise Internet pour l'achat de biens et de services qui sont essentiels à votre entreprise? C'est le répondant qui déterminait ce qu'il entendait par « essentiels ». Les résultats se trouvent à la Figure 1.

**FIGURE 1. Utilisation d'Internet pour l'achat de facteurs de production essentiels, selon la branche d'activité**



Dans toutes les branches d'activité du secteur privé, 5,8 % des entreprises utilisent Internet pour acheter des facteurs de production essentiels. Cela signifie que l'utilisation d'Internet comme moyen d'acheter des biens et services n'est pas encore répandue. Parmi les branches d'activité qui déclarent que plus de 14 % de leurs entreprises achètent des facteurs de production essentiels par Internet, mentionnons l'industrie de l'information et l'industrie culturelle (20,5 %), les services publics (18,3 %), de même que les services professionnels, scientifiques et techniques (14,8 %). Dans certains secteurs, on utilise Internet pour acheter un peu plus couramment que dans d'autres; néanmoins, la majorité des entreprises n'achètent pas de facteurs de production essentiels par Internet.

Le secteur public déclare une utilisation plus forte d'Internet : 14,6 % des établissements se servent d'Internet pour l'achat de facteurs de production essentiels. À ce propos, se classent au premier et au deuxième rang respectivement le secteur des services d'enseignement public dont 24,3 % des établissements déclarent utiliser Internet pour acheter des facteurs de production essentiels, suivi des gouvernements fédéral et provinciaux dont 19,7 % des établissements déclarent acheter des facteurs de production essentiels par Internet. Comme plus d'établissements dans le secteur public que dans le secteur privé utilisent Internet pour des achats, le secteur public est peut-être davantage prêt à effectuer certaines opérations au moyen d'Internet.

## 9. L'importance des divers facteurs expliquant pourquoi les organismes n'achètent ni vendent par Internet

L'enquête a examiné les raisons pour lesquelles les entreprises et les établissements n'utilisent pas Internet pour le commerce électronique. La question que l'on posait était la suivante : Veuillez évaluer l'importance des facteurs ci-dessous pour ce qui est de la décision de votre organisation de ne pas utiliser le commerce par Internet.

1. *Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet.*
2. *Questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés)*
3. *Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet*
4. *Lenteur d'Internet*
5. *Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie*
6. *Préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel)*

Les totalisations à l'égard de cette question sont présentées pour les non-utilisateurs et les utilisateurs d'Internet aux tableaux 10 et 11 et dans l'Annexe B.

**TABLEAU 10. Les non-utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre**

	Très important	Important	Sans importance	Non applicable	
Tout le secteur privé	35.3	15.8	15.5	33.5	<i>Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet.</i>
	4.5	10.0	30.4	55.1	<i>La lenteur d'Internet</i>
	6.6	17.9	23.3	52.2	<i>Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie</i>
	32.9	22.7	10.4	34.0	<i>Préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel)</i>
	21.3	18.2	17.5	43.0	<i>Questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés)</i>
	6.9	14.4	21.6	57.1	<i>Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet</i>
Tout le secteur public	37.0	13.5	9.6	39.9	<i>Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet.</i>
	2.6	13.0	32.2	52.2	<i>La lenteur d'Internet</i>
	5.8	23.4	24.4	46.4	<i>Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie</i>
	14.6	22.8	22.3	40.3	<i>Préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel)</i>
	27.3	25.9	11.1	35.7	<i>Questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés)</i>
	6.1	16.2	30.6	47.0	<i>Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet</i>

### Non-utilisateurs d'Internet

La principale raison invoquée pour ne pas se servir d'Internet est que les biens et les services produits par les entreprises ne sont pas du type à être transigé sur Internet. Dans le secteur

privé, 35,3 % des entreprises qui n'utilisent pas Internet ont indiqué que cela était très important. Le chiffre correspondant pour le secteur public est de 37,0 %. L'autre raison que les entreprises ont invoquée le plus souvent pour ne pas se servir d'Internet ou pour ne pas faire des affaires par Internet est qu'elles préfèrent conserver leur modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel). Dans le secteur privé, 32,9 % des établissements ont indiqué que cela comptait beaucoup. Les questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés) arrivent au troisième rang des raisons invoquées le plus souvent : un pourcentage de 21,3 % des entreprises du secteur privé ont sélectionné cette raison comme étant très importante. Dans le secteur public, les réponses ont été semblables à celles du secteur privé même si les questions de sécurité se sont classées devant la préférence de conserver le modèle commercial actuel.

#### Utilisateurs d'Internet

Les utilisateurs d'Internet du secteur privé ont indiqué le plus souvent qu'ils n'achetaient ni ne vendaient par Internet surtout parce qu'ils préféraient conserver leur modèle commercial actuel. 31,7 % des entreprises du secteur privé ont déclaré que cela était très important. Quant aux utilisateurs d'Internet du secteur public, ils ont invoqué comme raison le plus souvent que les biens et les services produits ne sont pas du type à être transigé sur Internet. Plus d'un tiers des établissements du secteur public (38,0 %) ont indiqué que cette raison était très importante, suivi de près par la préférence de conserver le modèle commercial actuel (24,9 %).

**TABLEAU 11. Les utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre**

	Très important	Important	Sans importance	Non applicable	
Tout le secteur privé	21.9	9.5	12.8	55.9	<i>Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet.</i>
	2.1	5.4	20.3	72.2	<i>La lenteur d'Internet</i>
	6.3	12.5	15.1	66.1	<i>Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie</i>
	31.7	14.3	7.1	46.8	<i>Préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel)</i>
	11.8	11.6	15.4	61.2	<i>Questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés)</i>
	4.8	8.7	15.7	70.8	<i>Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet</i>
Tout le secteur public	38.0	7.6	7.6	46.8	<i>Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet.</i>
	7.6	3.8	34.8	53.8	<i>La lenteur d'Internet</i>
	9.9	43.9	15.2	31.0	<i>Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie</i>
	24.9	26.6	19.0	29.5	<i>Préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex. contact personnel)</i>
	22.8	31.6	22.8	22.8	<i>Questions de sécurité (p. ex. changements de données non décelés ou non autorisés)</i>
	15.2	14.1	32.7	38.0	<i>Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet</i>

# Notes méthodologiques

## Caractéristiques et couverture

L'Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique a été menée pour la première fois d'octobre 1999 à mars 2000. L'enquête visait la période de douze mois allant du 1<sup>er</sup> janvier 1999 au 31 décembre 1999. Elle a porté sur l'ensemble de l'économie, exception faite de la construction, des administrations locales, de la production de cultures et d'animaux, de la pêche, de la chasse et du piégeage. Quelque 23 000 entreprises ont reçu le questionnaire et le taux de réponse a été de 65 %.<sup>5</sup>

Le commerce électronique se définit comme le commerce axé sur Internet. On a demandé aux répondants de déclarer la valeur des commandes reçues par Internet, extranet et l'échange de données informatisées (EDI) par Internet, peu importe qu'il y ait eu ou non paiement en ligne. Étaient exclues les ventes de type EDI de réseaux privés et d'autres réseaux électroniques. Les opérations à partir d'un guichet automatique bancaire étaient exclues, comme l'étaient les opérations financières acheminées par Internet. Étaient compris les frais de gestion perçus pour l'exécution d'opérations par Internet.

## Méthode d'échantillonnage

L'échantillon de l'enquête a été stratifié selon l'emplacement géographique en fonction des dix provinces et des trois territoires, sans modification à l'intérieur d'une province. Pour ce qui est de la stratification industrielle, le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 1997 a été utilisé au niveau requis aux fins de l'estimation. Le niveau de stratification correspond au niveau le plus désagrégé publié à l'égard d'une branche d'activité donnée, le code SCIAN à trois chiffres, par exemple.

Une fois la stratification initiale établie, le coefficient de variation (CV) a été ciblé au moyen de la variable du revenu, ce qui a permis d'obtenir le CV pour le niveau publié le plus désagrégé. Le coefficient de variation est une mesure de la variabilité d'une estimation. Il est calculé en divisant l'erreur-type par la valeur de l'estimation. Pour plus de détails sur la répartition, veuillez consulter la publication n° 61-206-XIB au catalogue de Statistique Canada.

La sélection de l'échantillon se fait au moyen de deux strates. Dans le cas des strates à tirage partiel, la sélection se fonde sur un processus aléatoire simple. Une fraction minimale de 1 % est imposée et un minimum de trois unités sont requises, quand c'est possible. Dans le cas des strates à tirage complet, toutes les unités sont échantillonnées avec certitude. Cette méthode de sélection ne force aucune unité dans l'échantillon et ne tient pas compte de l'échantillon précédemment sélectionné.

## Collecte des données

Une fois l'échantillon sélectionné, le questionnaire était envoyé par la poste et les répondants incités à le remplir et à le retourner. Les unités n'ayant pas répondu à une date donnée faisait l'objet d'un suivi par courrier et par téléphone pour que les données soient obtenues. Une fois les données recueillies, celles-ci étaient vérifiées. Les vérifications de cohérence veillaient à ce que les champs connexes soient comparables, tandis que les vérifications de validité veillaient à ce que la bonne quantité de chiffres soit déclarée.

---

<sup>5</sup> On peut se procurer le questionnaire sur le site Web de Statistique Canada sous la rubrique questionnaires à [www.statcan.ca/english/research/scilist.htm](http://www.statcan.ca/english/research/scilist.htm), en anglais et à [www.statcan.ca/francais/research/scilist\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/research/scilist_f.htm), en français.



## Réponse et non-réponse

Le taux de réponse global pour l'enquête a été de 65 %. La non-réponse aux enquêtes peut avoir deux formes. Les établissements échantillonnés peuvent choisir de ne répondre à aucune question du questionnaire. On parle alors de non-réponse complète. Quand le questionnaire n'a été rempli qu'en partie, même s'il manque des renseignements, on parle de non-réponse partielle ou de non-réponse à une question. Pour la présente enquête, la non-réponse complète était moyenne et la non-réponse à une question a été passablement faible pour la plupart des questions. Environ 35 % des unités admissibles actives n'ont tout simplement pas répondu au questionnaire. De plus, celles qui ont répondu ont le plus souvent répondu à la plupart des questions du questionnaire. On a réglé le problème de la non-réponse complète en ajustant les poids des répondants et en procédant à l'imputation afin de rendre compte de la non-réponse à une question.

## Enquête menée auprès des non-répondants

Afin de déterminer si la non-réponse a faussé les estimations, on a mené une enquête auprès des non-répondants. Dans l'enquête, les entreprises non-répondantes étaient comparées aux entreprises qui avaient répondu au questionnaire afin de voir s'il y avait une différence entre les deux groupes d'entreprises. L'échantillon des non-répondants a été sélectionné au hasard à partir du groupe des entreprises de l'échantillon n'ayant pas répondu à l'enquête (35,0 %). On a communiqué avec les non-répondants au téléphone et on leur a posé un ensemble de questions clés auxquelles les répondants avaient dû répondre. On a constaté que les réponses de la population des répondants et de la population des non-répondants ne différaient pas de manière significative. Par exemple, la répartition des entreprises qui utilisent Internet était la même pour celles qui avaient répondu à l'enquête que pour celles qui n'y avaient pas répondu. Les résultats de l'enquête auprès des non-répondants qui ont été utilisés infirment l'hypothèse selon laquelle il y aurait une différence significative entre les caractéristiques des répondants et des non-répondants.

## Erreur d'échantillonnage

Les réponses aux questions présentées dans le présent document sont des estimations de la population. Elles représentent le pourcentage des entreprises de la branche d'activité qui ont des activités dans une sphère donnée ou qui utilisent une technologie particulière. Les estimations de la population sont établies au moyen des poids d'entreprise ou des poids de probabilité. Les poids d'entreprise équivalent à l'inverse du taux d'échantillonnage.

L'erreur d'échantillonnage attribuable à l'enquête est liée au fait que l'échantillon de l'enquête a été tiré d'une population de laquelle on aurait pu prélever de nombreux échantillons. Les coefficients de variation servent de guide quant à la précision des résultats. Au moyen d'un indicateur de la qualité, composé de la combinaison du coefficient de variation et du taux d'imputation, on détermine la fiabilité ou non d'une estimation. Seules les estimations fiables ou les estimations ayant des indicateurs de confiance qui s'inscrivent dans un certain seuil sont publiées.

## Plusieurs questions et peu d'estimations

Comme l'enquête est menée pour la première fois, on a tenté en posant plusieurs questions de recueillir le plus de renseignements diversifiés possible. Bien que le questionnaire renferme plusieurs questions, le présent document de travail donne des estimations à l'égard d'un sous-ensemble de questions. Les taux de réponse ont été très faibles à certaines questions du questionnaire, à l'égard desquelles aucune estimation ne sera produite.

Les taux de réponse ont été très faibles aux questions sur le commerce électronique d'une entreprise à l'autre et de l'entreprise au client. En outre, les taux de réponse ont été faibles concernant la proportion du commerce électronique effectuée avec des clients aux États-Unis, au Canada et dans d'autres pays. L'enquête a permis d'obtenir peu de renseignements sur les achats au moyen de réseaux informatisés et de réseaux non informatisés. Voici les questions auxquelles on a obtenu peu de réponses et à l'égard desquelles aucune estimation ne sera produite :

*D2 partie 2 Commandes finalisées par Internet avec paiements reçus en direct*

*D3 En 1999, quel a été le pourcentage des commandes reçues de vos client(e)s par Internet (évaluées en dollars) acheminé vers des particuliers, des entreprises (y compris les paliers de gouvernement), ou les renseignements non disponibles.*

*D4 En 1999, quel a été le pourcentage des commandes reçues de vos client(e)s par Internet (évaluées en dollars) acheminé à des clients du Canada, des États-Unis, autres, renseignements non disponibles.*

*D5 En 1999, quel a été le pourcentage du nombre total de commandes par Internet acheminé à des clients du Canada, des États-Unis, autres, renseignements non disponibles.*

*E2 partie 1 Total, acquisitions (à l'aide de réseaux tant informatiques que non informatiques)*

*E2 partie 2 Système d'achats non informatisé ou à base de papier (p. ex., téléphone, télécopieur, courrier, bon de commande)*

*E2 partie 3 Système d'achats informatisé (en utilisant une carte de crédit en direct, par un échange de données informatisé (EDI), sur des réseaux privés ou sur Internet)*

*E4. Quel pourcentage du total des achats/acquisitions par Internet (évalués en dollars) provient de fournisseurs du Canada, des États-Unis, autres, renseignements non disponibles.*

*E5. Quel pourcentage du nombre total d'achats/acquisitions par Internet provient de fournisseurs du Canada, des États-Unis, autres, renseignements non disponibles.*

## Références

Australian Bureau of Statistics, "*Business Use of Information Technology*", April 30, 1999. [www.abs.gov.au](http://www.abs.gov.au).

Hamdani, D., "*The use of the Internet and Electronic Commerce in the Canadian Banking and Insurance Industry*", in John de la Mothe and Gilles Paquet (eds.), *Information, Innovation and Impacts*, Norwell, Mass., Kluwer Academic Publishers, 1999.

United States Department of Commerce, "*United States Department of Commerce News*", in Census Bureau of the Department of Commerce, August 31, 2000. [www.census.gov/mrts/www.current.html](http://www.census.gov/mrts/www.current.html).

Statistics Canada, "*Public and Private Investment in Canada, Revised Intentions, 1998*", Catalogue number 61-206-XIB, July 19, 2000.

---

# **ANNEXE**

## Annexe A.

### Pourcentage des employés ayant accès à des ordinateurs personnels, au courrier électronique et à Internet, selon la branche d'activité

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
<b>Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien</b>				
113	Foresterie et exploitation forestière	37.0	10.0	12.9
115	Activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie	30.1	24.6	24.9
<b>Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz</b>				
211	Extraction de pétrole et de gaz	94.4	81.0	68.5
2111	Extraction de pétrole et de gaz	94.4	81.0	68.5
212	Extraction minière (sauf pétrole et gaz)	47.8	36.8	20.9
2121	Extraction de charbon	31.5	25.3	6.6
2122	Extraction de minerais métalliques	62.2	50.0	30.7
2123	Extraction de minerais non métalliques	31.3	16.9	13.4
213	Activités de soutien à l'extraction minière et à l'extraction de pétrole et de gaz	40.2	28.7	24.9
<b>Services publics</b>				
221	Services publics	80.7	78.2	58.6
2211	Production, transport et distribution d'électricité	81.1	78.9	58.6
2212	Distribution de gaz naturel	86.1	82.5	68.0
2213	Réseaux d'aqueduc et d'égout et autres	59.1	49.1	41.7
<b>Fabrication</b>				
311	Fabrication d'aliments	35.7	13.9	13.0
3111	Fabrication d'aliments pour animaux	57.3	27.0	20.9
3112	Mouture de céréales et de graines oléagineuses	62.2	48.0	19.6
3113	Fabrication de sucre et de confiseries	44.7	43.1	16.2
3114	Mise en conserve de fruits et de légumes et fabrication de spécialités alimentaires	57.1	19.4	34.8
3115	Fabrication de produits laitiers	27.1	14.9	10.6
3116	Fabrication de produits de viande	25.5	8.8	4.7
3117	Préparation et conditionnement de poissons et de fruits de mer	18.6	8.5	8.0
3118	Boulangeries et fabrication de tortillas	43.1	11.3	4.6
3119	Fabrication d'autres aliments	35.1	16.6	15.3
312	Fabrication de boissons et de produits du tabac	73.7	55.8	49.3
3121	Fabrication de boissons	76.3	57.8	51.5
3122	Fabrication du tabac	42.7	33.1	24.4
313	Usines de textiles	45.1	35.5	16.8
3131	Usines de fibres, de filés et de fils	36.0	30.6	22.4
3132	Usines de tissus	54.2	44.8	14.2
3133	Finissage de textiles et de tissus et revêtement de tissus	31.4	19.7	19.3
314	Usines de produits textiles	37.5	27.4	22.3
3141	Usines de textiles domestiques	32.9	24.0	18.0
3149	Usines d'autres produits textiles	42.6	31.2	27.1
315	Fabrication de vêtements	19.1	10.4	7.5
3151	Usines de tricotage de vêtements	23.0	10.3	7.0
3152	Fabrication de vêtements coupés-cousus	18.0	10.1	7.1

## Annexe A. (suite)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
3159	Fabrication d'accessoires vestimentaires et d'autres vêtements	30.1	18.2	16.6
316	Fabrication de produits en cuir et de produits analogues	39.5	21.8	22.0
321	Fabrication de produits en bois	28.8	15.5	9.3
3211	Scieries et préservation du bois	22.3	15.8	8.3
3212	Fabrication de placages, de contreplaqués et de produits en bois reconstitué	32.4	17.6	9.6
3219	Fabrication d'autres produits en bois	33.7	14.9	10.1
322	Fabrication du papier	50.4	36.8	24.8
3221	Usines de pâte à papiers, de papier et de carton	61.6	42.4	20.8
3222	Fabrication de produits en papier transformé	42.1	32.7	27.8
323	Impression et activités connexes de soutien	51.7	32.1	27.9
324	Fabrication de produits du pétrole et du charbon	64.6	56.0	41.8
3241	Fabrication de produits du pétrole et du charbon	64.6	56.0	41.8
325	Fabrication de produits chimiques	72.6	57.5	41.8
3251	Fabrication de produits chimiques de base	84.3	50.9	33.0
3252	Fabrication de résines, de caoutchouc synthétiques et de fibres et de filaments artificiels et synthétiques	81.4	80.3	35.1
3253	Fabrication de pesticides, d'engrais et d'autres produits chimiques agricoles	84.7	47.8	37.1
3254	Fabrication de produits pharmaceutiques et de médicaments	78.7	73.5	61.7
3255	Fabrication de peintures, de revêtements et d'adhésifs	44.4	32.4	29.9
3256	Fabrication de savons, de détachants et de produits de toilette	57.4	40.6	33.5
3259	Fabrication d'autres produits chimiques	79.2	60.5	27.0
326	Fabrication de produits en caoutchouc et en plastique	45.6	32.1	22.5
3261	Fabrication de produits en plastique	46.1	33.0	23.9
3262	Fabrication de produits en caoutchouc	42.3	26.7	13.7
327	Fabrication de produits minéraux non métalliques	37.1	21.3	14.8
3271	Fabrication de produits en argile et produits réfractaires	51.4	42.7	41.4
3272	Fabrication de verre et de produits en verre	60.9	53.1	24.4
3273	Fabrication de ciment et de produits en béton	27.3	7.9	7.8
3274	Fabrication de chaux et de produits en gypse	35.5	20.1	17.2
3279	Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques	34.6	17.4	12.4
331	Première transformation des métaux	57.8	43.9	15.8
3311	Sidérurgie	78.3	63.5	14.8

## Annexe A. (suite)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
3312	Fabrication de produits en acier à partir d'acier acheté	48.1	32.0	12.7
3313	Production et transformation d'alumine et d'aluminium	72.0	43.8	35.2
3314	Production et transformation de métaux non ferreux, sauf l'aluminium	41.5	35.0	13.3
3315	Fonderies	32.3	17.9	15.9
332	Fabrication de produits métalliques	29.0	11.9	10.6
3321	Forgeage et estampage	42.0	12.8	12.2
3322	Fabrication de coutellerie et d'outils à main	39.7	19.2	8.4
3323	Fabrication de produits d'architecture et d'éléments de charpentes métalliques	29.5	11.5	11.7
3324	Fabrication de chaudières, de réservoirs et de contenants d'expédition	38.5	20.4	16.7
3325	Fabrication d'articles de quincaillerie	27.8	20.1	14.0
3326	Fabrication de ressorts et de produits en fil métallique	45.3	21.5	16.9
3327	Ateliers d'usinage, fabrication de produits tournés, de vis, d'écrous et de boulons	20.3	6.5	6.8
3328	Revêtement, gravure, traitement thermique et activités analogues	13.5	7.5	5.7
3329	Fabrication d'autres produits métalliques	43.1	26.0	18.8
333	Fabrication de machines	45.3	29.3	19.0
3331	Fabrication de machines pour l'agriculture, la construction et l'extraction minière	50.7	35.6	23.3
3332	Fabrication de machines industrielles	47.5	31.3	23.8
3333	Fabrication de machines pour le commerce et les industries de services	48.7	41.2	17.4
3334	Fabrication d'appareils de chauffage, de ventilation, de climatisation et de réfrigération commerciale	42.9	26.1	6.3
3335	Fabrication de machines-outils pour le travail du métal	50.6	24.2	20.5
3336	Fabrication de moteurs, de turbines et de matériel de transmission de puissance	39.8	25.3	23.0
3339	Fabrication d'autres machines d'usage général	37.7	28.6	18.4
334	Fabrication de produits informatiques et électroniques	77.3	72.8	56.3
3341	Fabrication de matériel informatique et périphérique	94.6	94.2	87.9
3342	Fabrication de matériel de communication	83.1	70.8	75.3
3343	Fabrication de matériel audio et vidéo	86.9	82.8	81.9
3344	Fabrication de semi-conducteurs et d'autres composants électroniques	66.7	61.5	63.2

## Annexe A. (suite)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
3345	Fabrication d'instruments de navigation, de mesure et de commande et d'instruments médicaux	74.1	71.5	20.5
3346	Fabrication et reproduction de supports magnétiques et optiques	75.6	62.7	65.8
335	Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	54.2	35.6	23.7
3351	Fabrication de matériel électrique d'éclairage	34.6	30.7	10.3
3352	Fabrication d'appareils ménagers	42.6	36.0	18.1
3353	Fabrication de matériel électrique	68.7	46.1	37.9
3359	fabrication d'autres types de matériel et de composants électriques	47.2	26.6	14.5
336	Fabrication de matériel de transport	45.2	32.0	19.0
3361	Fabrication de véhicules automobiles	35.1	30.5	16.0
3362	Fabrication de carrosseries et de remorques de véhicules automobiles	21.3	8.3	5.4
3363	Fabrication de pièces pour véhicules automobiles	41.7	32.5	16.1
3364	Fabrication de produits aérospatiaux et de leurs pièces	77.2	42.2	35.9
3365	Fabrication de matériel ferroviaire roulant	42.6	25.6	25.7
3366	Construction de navires et d'embarcations	44.7	40.7	13.6
3369	Fabrication d'autres types de matériel de transport	81.6	46.5	46.2
337	Fabrication de meubles et de produits connexes	23.6	13.3	10.6
3371	Fabrication de meubles de maison et d'établissement institutionnel et d'armoires de cuisine	22.4	11.7	8.5
3372	Fabrication de meubles de bureau, y compris les articles d'ameublement	23.8	14.1	13.0
3379	Fabrication d'autres produits connexes aux meubles	32.5	21.6	17.1
339	Activités diverses de fabrication	43.3	26.7	23.2
3391	Fabrication de fournitures et de matériel médicaux	39.3	20.0	18.5
3399	Autres activités diverses de fabrication	45.2	29.8	25.4
<b>Commerce de gros</b>				
411	Grossistes-distributeurs de produits agricoles	46.3	14.2	13.8
412	Grossistes-distributeurs de produits pétroliers	50.1	20.2	22.4
413	Grossistes-distributeurs de produits alimentaires, de boissons et de tabac	47.1	24.4	18.1
414	Grossistes-distributeurs d'articles personnels et ménagers	62.4	46.2	38.2
415	Grossistes-distributeurs de véhicules automobiles et de leurs pièces	69.6	34.1	29.0
416	Grossistes-distributeurs de matériaux et fournitures de construction	91.0	66.0	62.8

## Annexe A. (suite)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
417	Grossistes-distributeurs de machines, de matériel et de fournitures	86.1	73.2	51.5
418	Grossistes-distributeurs de produits divers	71.0	46.4	40.4
419	Agents et courtiers du commerce de gros	62.1	30.8	27.6
<b>Commerce de détail</b>				
441	Marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces	68.2	19.5	13.0
442	Magasins de meubles et d'accessoires de maison	58.0	12.7	13.4
443	Magasins d'appareils électronique et ménagers	72.8	34.9	35.7
444	Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	69.9	20.1	13.7
445	Magasins d'alimentation	30.4	16.9	8.6
446	Magasins de produits de santé et de soins personnels	62.0	21.7	15.6
447	Stations-service	28.4	6.8	4.3
448	Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	59.0	23.9	10.4
451	Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	67.4	34.1	26.3
452	Magasins de fournitures de tout genre	62.3	2.6	4.6
453	Magasins de détail divers	58.6	26.0	22.5
454	Détaillants hors magasin	45.9	22.0	18.9
<b>Transport et entreposage</b>				
481	Transport aérien	68.3	51.2	45.7
482	Transport ferroviaire	45.0	30.9	13.6
483	Transport par eau	35.3	24.1	18.6
484	Transport par camion	36.2	19.2	19.5
485	Transport en commun et transport terrestre de voyageurs	34.1	29.7	11.0
487	Transport de tourisme et d'agrément	48.3	40.1	27.2
488	Activités de soutien au transport	35.4	12.4	10.0
491	Services postaux	14.4	9.9	9.4
492	Messageries et services de messagers	78.1	27.7	29.4
493	Entreposage	72.9	69.0	11.9
<b>Industrie de l'information et industrie culturelle</b>				
511	Édition	88.8	77.8	70.4
512	Industries du film et de l'enregistrement sonore	93.6	79.5	77.1
513	Radiotélévision et télécommunications	92.7	81.5	73.2
514	Services d'information et de traitement des données	77.7	71.5	62.0
<b>Finance et assurances</b>				
521	Autorités monétaires - banque centrale	96.8	95.5	91.7
522	Intermédiation financière et activités connexes	97.9	92.4	63.7



## Annexe A. (suite)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
523	Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier connexes	68.5	53.5	43.1
524	Sociétés d'assurance et activités connexes	90.4	67.1	40.1
526	Fonds et autres instruments financiers	14.9	9.2	9.2
<b>Services immobiliers et services de location et de location à bail</b>				
531	Services immobiliers	56.6	34.9	35.9
5311	Bailleurs de biens immobiliers	33.4	15.2	13.4
5313	Activités liées à l'immobilier	78.6	53.5	44.6
532	Services de location et de location à bail	63.4	32.7	31.2
5321	Location et location à bail de matériel automobile	75.2	37.7	40.6
5322	Location de biens de consommation	62.2	31.1	24.9
5323	Centres de location d'articles divers	49.6	13.5	10.2
5324	Location et location à bail de machines et matériel d'usage commercial et industriel	63.8	37.2	39.8
<b>Services professionnels, scientifiques et techniques</b>				
541	Services professionnels, scientifiques et techniques	86.0	66.7	60.3
5411	Services juridiques	85.6	55.4	43.7
5412	Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paye	96.8	70.3	68.8
5413	Architecture, génie et services connexes	75.9	56.3	48.8
5414	Services spécialisés de design	65.5	54.3	54.0
5415	Conception de systèmes informatiques et services connexes	99.4	98.2	92.7
5416	Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques	80.1	58.2	53.9
5417	Services de recherches et de développement scientifiques	90.5	73.1	73.5
5418	Publicité et services connexes	90.9	79.9	79.4
5419	Autres services professionnels, scientifiques et techniques	91.3	58.4	40.1
<b>Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement</b>				
561	Services administratifs de bureau	56.8	40.4	35.3
562	Services de gestion des déchets et d'assainissement	16.8	10.4	10.4
<b>Services d'enseignement privé</b>				
611	Services d'enseignement	76.9	66.9	66.2
6111	Écoles primaires et secondaires	72.0	51.9	52.9
6112	Collèges communautaires et cégeps	99.0	96.4	97.1
6113	Universités	78.7	57.1	54.7

## Annexe A. (fin)

Niveau 3 et 4 du SCIAN	Secteur industriel	Pourcentage des employés ayant accès à un ordinateur personnel, à un poste de travail ou à un terminal	Pourcentage des employés ayant accès au courrier électronique	Pourcentage des employés ayant accès à Internet
6114	Écoles de commerce et de formation en informatiques et en gestion	98.4	96.9	96.1
6115	Écoles techniques et écoles de métiers	69.0	46.0	47.2
6116	Autres établissements d'enseignement et de formation	69.9	66.2	64.8
6117	Services de soutien à l'enseignement	79.9	74.1	65.6
<b>Services d'enseignement public</b>				
611	Services d'enseignement	93.2	90.3	90.1
6111	Écoles primaires et secondaires	99.5	99.5	99.5
6112	Collèges communautaires et cégeps	92.8	89.5	89.6
6113	Universités	93.4	90.6	90.4
6116	Autres établissements d'enseignement et de formation	100.0	90.0	90.0
<b>Soins de santé et assistance sociale privé</b>				
621	Services de soins ambulatoires	70.2	23.9	19.8
623	Établissements de soins infirmiers et de soins pour bénéficiaires internes	37.5	11.4	15.6
624	Assistance sociale	65.8	53.7	45.5
<b>Soins de santé et assistance sociale public</b>				
622	Hôpitaux	62.1	42.0	26.7
623	Établissements de soins infirmiers et de soins pour bénéficiaires internes	28.7	11.0	5.2
624	Assistance sociale	100.0	100.0	100.0
<b>Arts, spectacles et loisirs</b>				
711	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes	66.0	58.0	48.4
712	Établissements du patrimoine	63.8	45.5	39.6
713	Divertissement, loisirs et jeux de hasard et loteries	43.5	20.3	17.1
<b>Hébergement et services de restauration</b>				
721	Services d'hébergement	31.6	14.9	12.2
722	Services de restauration et débits de boissons	30.2	6.3	5.9
<b>Autres services, sauf les administrations publiques</b>				
811	Réparation et entretien	38.6	18.2	21.7
812	Services personnels et services de blanchissage	31.1	6.3	5.4
813	Organismes religieux, fondations, groupes de citoyens et organisations professionnelles et similaires	79.1	63.8	61.4
<b>Administrations publiques</b>				
911	Administration publique fédérale	97.0	97.0	81.7
912	Administration publiques provinciales et territoriales	92.0	90.2	81.3
914	Administration publiques autochtones	97.9	96.4	97.4

## Annexe B.

**Tableau 1. Les non-utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre**

Secteur industriel		Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet	La lenteur d'Internet	Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie	Préférence de maintenir le modèle commercial actuel	Questions de sécurité	Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien*	Très important	63.8	4.9	3.8	43.4	27.6	16.4
	Important	9.4	9.9	27.8	24.7	15.6	8.7
	Sans importance	7.5	38.3	21.6	4.2	14.5	22.0
	Non applicable	19.3	47.0	46.8	27.7	42.3	52.9
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	Très important	53.2	4.6	12.9	24.7	26.7	8.0
	Important	14.4	7.2	16.5	26.1	19.1	16.5
	Sans importance	3.3	40.0	26.9	16.0	16.9	16.3
	Non applicable	29.2	48.1	43.6	33.1	37.3	59.1
Services publics	Très important	21.5	0.1	2.0	21.7	14.2	5.0
	Important	24.0	6.7	7.9	15.7	8.0	4.7
	Sans importance	24.3	30.5	30.7	12.9	29.2	19.2
	Non applicable	30.2	62.7	59.4	49.7	48.6	71.1
Fabrication	Très important	34.2	3.8	8.7	35.0	25.0	8.0
	Important	21.0	16.9	25.3	29.6	27.5	19.0
	Sans importance	23.2	37.2	30.2	13.3	19.7	26.8
	Non applicable	21.6	42.2	35.7	22.1	27.9	46.2
Commerce de gros	Très important	29.9	5.0	6.4	29.6	21.9	9.2
	Important	17.2	9.8	22.6	33.3	25.4	23.5
	Sans importance	23.8	38.7	28.7	16.5	21.4	23.2
	Non applicable	29.1	46.5	42.2	20.6	31.4	44.1
Commerce de détail	Très important	24.3	7.5	8.3	35.9	20.2	8.5
	Important	16.5	14.1	26.3	30.8	28.5	18.7
	Sans importance	18.7	32.5	21.9	6.1	17.3	16.4
	Non applicable	40.5	45.8	43.5	27.2	33.9	56.4
Transport et entreposage	Très important	36.3	4.9	5.4	31.5	15.8	4.7
	Important	11.6	9.6	17.7	20.3	16.1	11.1
	Sans importance	15.9	33.2	23.6	13.6	23.1	30.0
	Non applicable	36.2	52.3	53.4	34.5	44.9	54.2
Industrie de l'information et industrie culturelle	Très important	38.0	8.7	13.5	41.0	25.2	4.4
	Important	6.7	3.5	18.8	17.2	11.5	6.3
	Sans importance	29.1	48.4	27.1	17.7	27.3	28.1
	Non applicable	26.2	39.5	40.6	24.2	36.0	61.2
Finance et assurances	Très important	32.3	4.0	12.3	38.4	44.7	15.4
	Important	21.5	12.5	6.7	20.1	14.9	17.3
	Sans importance	24.7	34.0	37.3	13.4	13.9	25.6
	Non applicable	21.5	49.5	43.7	28.1	26.5	41.6
Services immobiliers et services de location et de location à bail	Très important	49.5	4.2	1.3	22.4	18.0	1.4
	Important	12.0	4.6	18.7	25.0	12.4	12.4
	Sans importance	9.4	24.7	23.2	12.3	16.4	24.8
	Non applicable	29.1	66.4	56.8	40.2	53.3	61.3
Services professionnels, scientifiques et techniques	Très important	41.7	4.6	5.9	38.5	28.4	6.4
	Important	14.8	10.4	15.0	18.1	13.2	11.6
	Sans importance	11.2	32.2	25.5	12.2	15.8	22.3
	Non applicable	32.3	52.8	53.6	31.2	42.6	59.8

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

**Tableau 1. (fin)**

Secteur industriel		Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet	La lenteur d'Internet	Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie	Préférence de maintenir le modèle commercial actuel	Questions de sécurité	Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet
Gestion de sociétés et d'entreprises	Très important	22.1	0.0	1.2	17.3	12.9	1.3
	Important	13.2	11.2	5.1	10.0	19.4	11.5
	Sans importance	7.8	14.4	17.6	7.8	5.4	9.1
	Non applicable	56.9	74.4	76.2	64.9	62.3	78.0
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	Très important	23.5	7.7	8.9	37.5	19.2	3.5
	Important	29.7	11.4	18.3	22.2	19.2	20.2
	Sans importance	17.2	24.5	13.9	4.9	18.8	20.7
	Non applicable	29.5	56.4	58.9	35.3	42.9	55.7
Services d'enseignement privé	Très important	31.4	1.6	2.8	37.9	12.2	11.3
	Important	13.7	5.0	18.4	18.8	25.5	9.8
	Sans importance	13.4	35.8	22.5	5.4	13.9	22.3
	Non applicable	41.5	57.5	56.3	38.0	48.3	56.5
Soins de santé et assistance sociale privés	Très important	48.3	2.1	6.2	31.6	17.8	6.5
	Important	12.1	5.3	13.7	18.1	12.2	16.7
	Sans importance	8.7	22.4	16.0	5.8	13.9	15.7
	Non applicable	30.8	70.3	64.0	44.5	56.1	61.0
Arts, spectacles et loisirs	Très important	27.4	0.0	4.7	31.9	8.2	4.6
	Important	13.4	4.5	17.6	20.7	21.2	10.5
	Sans importance	17.6	43.1	31.7	18.8	26.8	30.8
	Non applicable	41.6	52.4	46.0	28.6	43.8	54.0
Hébergement et services de restauration	Très important	31.6	8.2	6.2	32.8	8.6	5.7
	Important	15.5	12.6	12.7	23.0	20.1	7.9
	Sans importance	17.1	21.4	20.9	8.7	23.9	25.8
	Non applicable	35.9	57.9	60.2	35.5	47.5	60.6
Autres services, sauf les administrations publiques	Très important	29.7	1.9	6.5	26.7	11.0	4.9
	Important	12.5	6.3	17.0	15.4	12.0	7.4
	Sans importance	9.6	21.8	11.8	4.8	15.0	15.0
	Non applicable	48.2	70.1	64.7	53.1	61.9	72.8
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>Très important</b>	<b>35.3</b>	<b>4.5</b>	<b>6.6</b>	<b>32.9</b>	<b>21.3</b>	<b>6.9</b>
	<b>Important</b>	<b>15.8</b>	<b>10.0</b>	<b>17.9</b>	<b>22.7</b>	<b>18.2</b>	<b>14.4</b>
	<b>Sans importance</b>	<b>15.5</b>	<b>30.4</b>	<b>23.3</b>	<b>10.4</b>	<b>17.5</b>	<b>21.6</b>
	<b>Non applicable</b>	<b>33.5</b>	<b>55.1</b>	<b>52.2</b>	<b>34.0</b>	<b>43.0</b>	<b>57.1</b>
Services d'enseignement public	Très important	17.4	3.0	8.4	10.8	29.3	3.0
	Important	32.5	13.8	40.3	36.6	42.2	21.1
	Sans importance	21.6	47.6	26.6	32.6	8.4	39.6
	Non applicable	28.5	35.5	24.7	20.0	20.0	36.2
Soins de santé et assistance sociale publiques	Très important	40.2	2.7	6.0	16.3	27.7	4.9
	Important	7.2	14.7	20.7	21.8	20.2	13.0
	Sans importance	7.6	27.8	22.8	16.8	11.4	31.0
	Non applicable	45.1	54.8	50.5	45.1	40.7	51.0
Administrations publiques	Très important	44.6	1.8	2.5	12.1	24.0	13.9
	Important	18.0	5.8	16.7	12.9	30.8	23.2
	Sans importance	5.3	33.4	28.3	32.2	12.8	20.1
	Non applicable	32.1	59.0	52.4	42.8	32.4	42.9
<b>Tout le secteur public</b>	<b>Très important</b>	<b>37.0</b>	<b>2.6</b>	<b>5.8</b>	<b>14.6</b>	<b>27.3</b>	<b>6.1</b>
	<b>Important</b>	<b>13.5</b>	<b>13.0</b>	<b>23.4</b>	<b>22.8</b>	<b>25.9</b>	<b>16.2</b>
	<b>Sans importance</b>	<b>9.6</b>	<b>32.2</b>	<b>24.4</b>	<b>22.3</b>	<b>11.1</b>	<b>30.6</b>
	<b>Non applicable</b>	<b>39.9</b>	<b>52.2</b>	<b>46.4</b>	<b>40.3</b>	<b>35.7</b>	<b>47.0</b>

## Annexe B.

**Tableau 2. Utilisateurs d'Internet et leurs raisons de ne pas s'en servir pour acheter ou vendre**

Secteur industriel		Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet	La lenteur d'Internet	Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie	Préférence de maintenir le modèle commercial actuel	Questions de sécurité	Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien*	Très important	32.0	2.6	4.4	25.6	13.8	1.6
	Important	4.7	1.6	9.3	14.2	3.2	1.8
	Sans importance	9.4	22.4	12.1	5.9	17.6	17.4
	Non applicable	53.9	73.4	74.3	54.3	65.5	79.1
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	Très important	22.2	7.9	9.5	35.1	15.8	2.9
	Important	8.0	0.9	16.0	6.8	11.0	3.4
	Sans importance	13.9	18.1	13.3	14.9	17.9	13.8
	Non applicable	55.9	73.0	61.2	43.3	55.3	79.8
Services publics	Très important	7.3	0.9	0.0	7.8	0.9	0.0
	Important	5.9	5.7	3.5	11.5	9.8	6.6
	Sans importance	11.5	2.3	9.8	4.1	8.1	2.3
	Non applicable	75.4	91.0	86.6	76.7	81.2	91.0
Fabrication	Très important	17.8	3.3	8.5	35.8	13.1	4.6
	Important	18.6	6.1	19.0	24.1	18.3	11.4
	Sans importance	23.4	27.1	18.9	8.9	22.4	19.5
	Non applicable	40.1	63.5	53.6	31.3	46.1	64.4
Commerce de gros	Très important	20.4	4.0	7.4	36.9	12.7	6.0
	Important	16.2	5.0	22.6	21.5	11.9	14.9
	Sans importance	18.0	33.7	24.8	15.3	26.3	30.5
	Non applicable	45.4	57.3	45.2	26.3	49.1	48.6
Commerce de détail	Très important	15.8	2.0	10.8	39.4	16.7	8.3
	Important	12.0	8.6	19.6	15.2	14.4	13.5
	Sans importance	17.3	20.6	12.6	7.1	15.7	14.6
	Non applicable	55.0	68.8	57.0	38.3	53.1	63.6
Transport et entreposage	Très important	14.9	1.7	4.8	26.5	10.2	3.3
	Important	7.1	3.3	7.7	11.3	5.4	4.8
	Sans importance	11.2	18.5	12.5	6.9	14.5	13.8
	Non applicable	66.9	76.5	75.0	55.3	69.9	78.0
Industrie de l'information et industrie culturelle	Très important	21.9	0.2	0.0	0.0	12.7	2.1
	Important	11.9	0.0	4.2	23.7	4.2	0.0
	Sans importance	20.4	32.3	28.1	10.7	17.5	32.3
	Non applicable	45.9	67.5	67.7	65.6	65.6	65.6
Finance et assurances	Très important	20.3	4.3	7.6	32.0	26.3	3.3
	Important	15.9	16.8	14.2	17.6	17.7	10.1
	Sans importance	20.5	19.5	23.7	10.7	7.3	20.4
	Non applicable	43.3	59.4	54.5	39.7	48.7	66.2
Services immobiliers et services de location et de location à bail	Très important	27.1	1.4	2.4	27.5	3.4	3.3
	Important	6.0	1.1	6.9	8.6	11.0	7.2
	Sans importance	7.8	20.5	13.5	5.7	13.7	13.9
	Non applicable	59.1	77.0	77.2	58.1	71.9	75.6
Services professionnels, scientifiques et techniques	Très important	26.8	3.5	9.8	28.7	14.3	6.2
	Important	4.9	5.6	8.6	14.0	12.3	10.7
	Sans importance	15.9	24.7	21.9	7.6	14.1	16.4
	Non applicable	52.4	66.1	59.7	49.6	59.2	66.7

\* Ce secteur englobe le code 113 du SCIAN (foresterie et exploitation forestière) et le code 115 du SCIAN (activités de soutien à l'agriculture et à la foresterie). Les estimations sont pondérées en fonction des recettes pour le secteur privé et en fonction du nombre de salariés pour le secteur public.

Source: Enquête sur les technologies de l'information et des communications et le commerce électronique, 1999

**Tableau 2. (fin)**


Secteur industriel		Nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet	La lenteur d'Internet	Manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie	Préférence de maintenir le modèle commercial actuel	Questions de sécurité	Investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet
Gestion de sociétés et d'entreprises	Très important	12.5	0.0	0.0	20.3	13.0	3.7
	Important	10.0	0.6	8.2	4.5	5.8	6.5
	Sans importance	6.5	9.7	3.8	1.4	4.0	3.5
	Non applicable	71.1	89.7	88.0	73.9	77.2	86.3
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	Très important	18.7	3.2	10.2	30.0	9.9	6.4
	Important	2.9	3.3	6.9	14.1	10.2	4.5
	Sans importance	15.5	14.7	11.6	1.7	9.4	12.1
	Non applicable	62.9	78.8	71.4	54.1	70.6	77.0
Services d'enseignement privé	Très important	24.8	2.8	0.5	29.4	9.1	2.7
	Important	12.5	9.3	6.9	12.6	9.8	4.0
	Sans importance	11.4	16.8	17.3	5.8	17.5	16.7
	Non applicable	51.4	71.1	75.4	52.2	63.6	76.6
Soins de santé et assistance sociale privés	Très important	35.0	2.0	3.7	40.2	16.5	6.5
	Important	9.5	5.5	10.3	8.8	13.8	7.2
	Sans importance	6.9	21.4	21.7	8.6	13.6	18.6
	Non applicable	48.6	71.1	64.3	42.4	56.1	67.7
Arts, spectacles et loisirs	Très important	23.7	0.0	2.6	29.5	2.3	5.8
	Important	7.4	2.0	10.0	19.2	7.4	5.4
	Sans importance	9.2	9.5	8.3	4.1	10.4	5.6
	Non applicable	59.6	88.5	79.1	47.2	79.9	83.2
Hébergement et services de restauration	Très important	25.8	1.7	4.5	26.2	7.0	0.6
	Important	6.6	5.8	7.9	11.2	11.9	5.8
	Sans importance	7.2	15.9	12.8	7.7	15.0	13.8
	Non applicable	60.5	76.6	74.8	54.8	66.0	79.9
Autres services, sauf les administrations publiques	Très important	21.1	0.5	3.4	28.3	7.2	3.5
	Important	8.4	4.4	11.6	17.4	9.0	6.9
	Sans importance	8.7	17.8	12.1	4.5	16.9	13.7
	Non applicable	61.8	77.3	72.9	49.9	66.9	75.8
<b>Tout le secteur privé</b>	<b>Très important</b>	<b>21.9</b>	<b>2.1</b>	<b>6.3</b>	<b>31.7</b>	<b>11.8</b>	<b>4.8</b>
	<b>Important</b>	<b>9.5</b>	<b>5.4</b>	<b>12.5</b>	<b>14.3</b>	<b>11.6</b>	<b>8.7</b>
	<b>Sans importance</b>	<b>12.8</b>	<b>20.3</b>	<b>15.1</b>	<b>7.1</b>	<b>15.4</b>	<b>15.7</b>
	<b>Non applicable</b>	<b>55.9</b>	<b>72.2</b>	<b>66.1</b>	<b>46.8</b>	<b>61.2</b>	<b>70.8</b>
Services d'enseignement public	Très important	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Important	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0
	Sans importance	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	Non applicable	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
Soins de santé et assistance sociale publiques	Très important	43.5	8.7	4.3	26.0	26.1	17.4
	Important	8.7	4.4	47.8	30.5	21.7	8.7
	Sans importance	8.7	34.8	17.4	21.7	26.1	30.4
	Non applicable	39.1	52.2	30.5	21.7	26.1	43.5
Administrations publiques	Très important	0.0	0.0	74.1	25.9	0.0	0.0
	Important	0.0	0.0	25.9	0.0	100.0	25.9
	Sans importance	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	74.1
	Non applicable	100.0	100.0	0.0	74.1	0.0	0.0
<b>Tout le secteur public</b>	<b>Très important</b>	<b>38.0</b>	<b>7.6</b>	<b>9.9</b>	<b>24.9</b>	<b>22.8</b>	<b>15.2</b>
	<b>Important</b>	<b>7.6</b>	<b>3.8</b>	<b>43.9</b>	<b>26.6</b>	<b>31.6</b>	<b>14.1</b>
	<b>Sans importance</b>	<b>7.6</b>	<b>34.8</b>	<b>15.2</b>	<b>19.0</b>	<b>22.8</b>	<b>32.7</b>
	<b>Non applicable</b>	<b>46.8</b>	<b>53.8</b>	<b>31.0</b>	<b>29.5</b>	<b>22.8</b>	<b>38.0</b>



## Technologies de l'information et des communications et le commerce électronique

**Confidentiel une fois rempli**

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique du Canada, 1985, ch. S-19. En vertu de cette loi, il est obligatoire de remplir le questionnaire.

If you would prefer this questionnaire in English, please check  

CORRIGER SI NÉCESSAIRE, L'INFORMATION PRÉ-IMPRIMÉE EN UTILISANT LES BOÎTES CORRESPONDANTES CI-DESSOUS

1	Nom commercial		
2	Adresse		
3	Ville	5 Province	6 Code postal
4	Numéro de téléphone		

### OBJECTIF DE L'ENQUÊTE

L'objectif de cette enquête est de recueillir des renseignements que le système statistique du Canada ne possède pas encore au sujet du recours aux technologies de l'information et des communications et au commerce électronique par les entreprises canadiennes. Les renseignements recueillis dans le cadre de l'enquête indiqueront à quel point les entreprises canadiennes sont branchées sur Internet et leur utilisation du commerce électronique et des télécommunications par province, par industrie et selon la taille de l'entreprise. Les entreprises utilisant ou non ces technologies feront parties du sondage. Les différences et les ressemblances entre les utilisateurs et les non-utilisateurs de ces technologies sont importantes pour nous. Même si vous n'avez pas recours à ces technologies, vos réponses sont importantes pour nous.

Veuillez compléter le questionnaire pour l'(les) activité(s) ou la(les) location(s) visées sur l'étiquette ci-dessus.

### PÉRIODE DE DÉCLARATION

Aux fins de la présente enquête, veuillez déclarer pour l'exercice financier de 12 mois qui se termine entre le 1er janvier 1999 et le 31 décembre 1999. Si l'exercice financier de 12 mois n'est pas encore complété, veuillez fournir votre estimation la plus précise pour le reste de l'exercice.

### CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques recueillies au cours de cette enquête qui permettraient d'identifier une entreprise (institution ou personne) sans que celle-ci en ait donnée l'autorisation par écrit au préalable. Les données déclarées sur ce questionnaire resteront confidentielles, elles serviront exclusivement à des fins statistiques et la présentation des totaux publiés protège la confidentialité des données conformément à la Loi sur la statistique. Les dispositions de la **Loi sur la statistique** qui traitent de la confidentialité ne sont modifiées d'aucune façon par la **Loi sur l'accès à l'information** ou toute autre loi.

**Veuillez retourner le questionnaire dûment rempli dans les 10 jours suivant la réception.**

**Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou des questions concernant cette enquête, veuillez vous référer aux «Informations et définitions» ou contacter :**

Division de l'investissement et du stock de capital  
Statistique Canada  
Parc Tunney  
Ottawa, Ontario  
K1A 0T6  
Téléphone : (613) 951-9815 1-800-345-2294  
Télécopieur : (613) 951-0196 1-800-606-5393

**Section A - Utilisation des technologies de l'information et des communications**

**Veillez remplir la section A**

**A1.** Veillez indiquer si votre organisme utilise actuellement ou compte utiliser chacun des outils énumérés ci-dessous :

	Utilisation	Utilisation d'ici un an	Utilisation après un an	Aucun plan d'utilisation
1. ordinateurs personnels, postes de travail ou terminaux	201 <input type="radio"/>	211 <input type="radio"/>	221 <input type="radio"/>	231 <input type="radio"/>
2. téléphone cellulaire ou SCP *(Services de communications personnelles)	202 <input type="radio"/>	212 <input type="radio"/>	222 <input type="radio"/>	232 <input type="radio"/>
3. courriel (courrier électronique)* (voir «Informations et définitions»)	203 <input type="radio"/>	213 <input type="radio"/>	223 <input type="radio"/>	233 <input type="radio"/>
4. réseaux informatiques de compagnie, réseau local (LAN - Local Area Network) ou réseau étendu (WAN - Wide Area Network)	204 <input type="radio"/>	214 <input type="radio"/>	224 <input type="radio"/>	234 <input type="radio"/>
5. Internet / WWW	205 <input type="radio"/>	215 <input type="radio"/>	225 <input type="radio"/>	235 <input type="radio"/>
6. Intranet (réseau de communications internes fondé sur le même protocole qu'Internet et permettant les communications à l'intérieur d'un organisme)	206 <input type="radio"/>	216 <input type="radio"/>	226 <input type="radio"/>	236 <input type="radio"/>
7. Extranet (prolongement protégé d'un intranet qui permet à des utilisateurs de l'extérieur d'avoir accès à certains éléments d'intranet de votre organisation)	207 <input type="radio"/>	217 <input type="radio"/>	227 <input type="radio"/>	237 <input type="radio"/>
8. virement électronique de fonds (VEF)*	208 <input type="radio"/>	218 <input type="radio"/>	228 <input type="radio"/>	238 <input type="radio"/>
9. EDI (échange de données informatisé) par Internet*	209 <input type="radio"/>	219 <input type="radio"/>	229 <input type="radio"/>	239 <input type="radio"/>
10. EDI (échange de données informatisé) autrement que par Internet*	210 <input type="radio"/>	220 <input type="radio"/>	230 <input type="radio"/>	240 <input type="radio"/>

**A2.** Quel pourcentage de votre personnel a accès à/au(x) :

Ordinateurs personnels, postes de travail ou terminaux  % Courriel\*  % Internet / WWW  %

**Section B - Utilisateurs d'Internet**

**Veillez remplir si vous utilisez Internet; autrement, passez à la section E**

**B1.** Quelle est la largeur de bande externe totale qui permet à votre organisme d'avoir accès à Internet? (kbps=kilobits/seconde; Mbps=mégabits/seconde)

1. liaison téléphonique avec modem standard (64 kbps ou moins)	401 <input type="radio"/>
2. liaison allant jusqu'à une ligne T1* inclusivement (plus de 64 kbps et jusqu'à 1,544 Mbps)	402 <input type="radio"/>
3. liaison supérieure à une ligne T1* et allant jusqu'à une ligne T3* (plus de 1,544 Mbps et jusqu'à 44,736 Mbps)	403 <input type="radio"/>
4. liaison supérieure à une ligne T3*	404 <input type="radio"/>
5. ne sais pas	405 <input type="radio"/>

**B2.** Veillez indiquer si votre organisation utilise ou non l'Internet pour les objectifs suivants; et dans la troisième colonne, lesquels sont les plus avantageux pour votre organisation.

	501 <input type="radio"/> oui	551 <input type="radio"/> non	Items étant les plus avantageux pour votre organisation
1. recherches documentaires	501 <input type="radio"/>	551 <input type="radio"/>	411 <input type="radio"/>
2. courriel (courrier électronique)* (incluant les fichiers textes sans les pièces jointes)	502 <input type="radio"/>	552 <input type="radio"/>	412 <input type="radio"/>
3. échange de fichiers électroniques (incluant les pièces jointes du courriel)	503 <input type="radio"/>	553 <input type="radio"/>	413 <input type="radio"/>
4. accès aux bases de données des fournisseurs	504 <input type="radio"/>	554 <input type="radio"/>	414 <input type="radio"/>
5. accès aux bases de données des clients	505 <input type="radio"/>	555 <input type="radio"/>	415 <input type="radio"/>
6. recherche et développement en mode partagé ou coopératif	506 <input type="radio"/>	556 <input type="radio"/>	416 <input type="radio"/>
7. étude et formation (accès interactif pour le matériel de cours en direct)	507 <input type="radio"/>	557 <input type="radio"/>	417 <input type="radio"/>
8. automatisation ou élimination d'étapes de production/distribution avec les fournisseurs	508 <input type="radio"/>	558 <input type="radio"/>	418 <input type="radio"/>
9. automatisation ou élimination d'étapes de production/distribution avec les clients	509 <input type="radio"/>	559 <input type="radio"/>	419 <input type="radio"/>
10. publicité / marketing	510 <input type="radio"/>	560 <input type="radio"/>	420 <input type="radio"/>
11. achats de biens et de services	511 <input type="radio"/>	561 <input type="radio"/>	421 <input type="radio"/>
12. vente de biens et services (pas nécessairement finalisée en direct)	512 <input type="radio"/>	562 <input type="radio"/>	422 <input type="radio"/>

**B3.** Est-ce que l'usage d'Internet a remplacé une technologie ou autre moyen de publicité déjà utilisé par votre organisation?

513  oui 563  non **Oui, quelles technologies ont été remplacées?** \_\_\_\_\_ 701

**B4.** Possédez-vous un site Web? **Oui, veuillez remplir la section C** 514  oui **Non, veuillez remplir la section D** 564  non

**Section C - Site Web Internet**

**Veillez remplir la section C si vous possédez un site Web Internet**

**C1.** Veillez indiquer si votre site Web Internet offre ce qui suit :

1. paiement en direct	515 <input type="radio"/> oui	565 <input type="radio"/> non
2. distribution de services en direct ou de produits numériques (p. ex., menus d'aide, jeux, musique, logiciel, etc.)	516 <input type="radio"/> oui	566 <input type="radio"/> non
3. service après vente (p. ex., une espace allouée pour les commentaires des clients)	517 <input type="radio"/> oui	567 <input type="radio"/> non
4. dépistage des commandes	518 <input type="radio"/> oui	568 <input type="radio"/> non
5. renseignements sur la compagnie (p. ex., rapport annuel)	519 <input type="radio"/> oui	569 <input type="radio"/> non
6. renseignements sur les produits	520 <input type="radio"/> oui	570 <input type="radio"/> non
7. liste ou catalogue de biens et de services	521 <input type="radio"/> oui	571 <input type="radio"/> non
8. service personnalisé pour la clientèle (p. ex., présentation personnalisée des produits préférés)	522 <input type="radio"/> oui	572 <input type="radio"/> non
9. transactions protégées (p. ex., passerelles de sécurité ou serveurs protégés)	523 <input type="radio"/> oui	573 <input type="radio"/> non
10. déclaration de principe sur la vie privée	524 <input type="radio"/> oui	574 <input type="radio"/> non
11. renseignements sur les possibilités d'emploi	525 <input type="radio"/> oui	575 <input type="radio"/> non

**C2.** Est-ce que vous sous-traitez à l'extérieur, pour la création, l'entretien ou la mise à jour du site Web Internet de votre organisation?

526  oui 576  non

**C3.**

	0 \$	1 \$ à 4,999 \$	5,000 \$ à 9,999 \$	10,000 \$ à 19,999 \$	20,000 \$ à 99,999 \$	100,000 \$ à 499,999 \$	500,000 \$ et plus
1. Quels ont été vos frais d'établissement approximatifs de votre site Web Internet (incluant les salaires) en 1999? (en \$)	423 <input type="radio"/>	424 <input type="radio"/>	425 <input type="radio"/>	426 <input type="radio"/>	427 <input type="radio"/>	428 <input type="radio"/>	429 <input type="radio"/>
2. Quels ont été vos frais d'entretien/amélioration approximatifs de site Web Internet (incluant les salaires) en 1999? (en \$)	430 <input type="radio"/>	431 <input type="radio"/>	432 <input type="radio"/>	433 <input type="radio"/>	434 <input type="radio"/>	435 <input type="radio"/>	436 <input type="radio"/>

\* Veillez vous reporter aux «Informations et définitions»



**Section C - Site Web Internet**

**Veillez remplir la section C si vous possédez un site Web - suite**

- C4. Veuillez indiquer l'URL (Uniform Resource Locator) primaire ou l'adresse de page Web d'Internet de votre organisation? (p. ex., l'URL de Statistique Canada est <http://www.statcan.ca>). Indiquer l'URL primaire de votre société affiliée ou société mère si votre organisation ne possède pas d'URL. 702  
 http:// \_\_\_\_\_
- C5. Est-ce que vos biens et services peuvent être commandés par Internet avec ou sans paiement en direct?  
**Oui, veuillez remplir la section D** <sup>528</sup>  oui **Non, veuillez remplir la section E** <sup>578</sup>  non

**Section D - Commerce par Internet - Vente**

**Veillez remplir si vos biens ou services peuvent être commandés par Internet**

*Les questions se rapportent à l'exercice se terminant en 1999; vos estimations les plus précises sont acceptables lorsque les chiffres réels ne sont pas disponibles.*

- D1. Quel pourcentage de la gamme complète de biens et de services de votre organisation peut-on commander par le site Web Internet?  
 0 % <sup>406</sup>  Plus que 0 % et jusqu'à 34 % inclus <sup>407</sup>  34 % à 66 % <sup>408</sup>  67 % à 99 % <sup>409</sup>  100 % <sup>410</sup>
- D2. En 1999, quelle a été la valeur des biens et des services commandés par vos client(e)s par Internet? (en milliers de \$)
- |  |     |    |
|--|-----|----|
| 1. Total des commandes par Internet* (avec ou sans paiement en direct) | 601 | \$ |
| 2. Commandes finalisées par Internet* avec paiements reçus en direct   | 602 | \$ |
- D3. En 1999, quel a été le pourcentage des commandes reçues de vos client(e)s par Internet (évaluées en dollars) acheminé vers :  
 des particuliers <sup>303</sup>  % des entreprises (y compris les paliers de gouvernement) <sup>304</sup>  % Renseignements non disponibles <sup>437</sup>
- D4. En 1999, quel a été le pourcentage des commandes reçues de vos client(e)s par Internet (évaluées en dollars) acheminé à des clients :  
 du Canada <sup>305</sup>  % des États-Unis <sup>306</sup>  % autres <sup>307</sup>  % Renseignements non disponibles <sup>438</sup>
- D5. En 1999, quel a été le pourcentage du nombre total de commandes par Internet acheminé à des clients :  
 du Canada <sup>308</sup>  % des États-Unis <sup>309</sup>  % autres <sup>310</sup>  % Renseignements non disponibles <sup>439</sup>

**Section E - Achats/Acquisitions**

*Les questions se rapportent à l'exercice se terminant en 1999; vos estimations les plus précises sont acceptables lorsque les chiffres réels ne sont pas disponibles (en milliers de \$)*

- E1. Total des recettes d'exploitation pour l'exercice se terminant en 1999\* <sup>603</sup> \$ \_\_\_\_\_
- E2. Veuillez indiquer la valeur des biens et des services achetés, en 1999, selon différents modes d'acquisition :
- |  |     |    |
|--|-----|----|
| 1. Total, acquisitions (à l'aide de réseaux tant informatiques que non informatiques)  | 604 | \$ |
| 2. Système d'achats non informatisé ou à base de papier (p. ex., téléphone, télécopieur, courrier, bon de commande)  | 605 | \$ |
| 3. Système d'achats informatisé (en utilisant une carte de crédit en direct, par un échange de données informatisé (EDI) sur des réseaux privés ou sur Internet) | 606 | \$ |
- E3. Est-ce que votre organisation utilise Internet pour l'achat de biens et de services qui sont essentiels à votre entreprise?  
**Oui, veuillez répondre aux 2 questions suivantes seulement** <sup>529</sup>  oui **Non, veuillez remplir la section F** <sup>579</sup>  non
- E4. Quel pourcentage du total des achats/acquisitions par Internet (évalués en dollars) provient de fournisseurs :  
 du Canada <sup>311</sup>  % des États-Unis <sup>312</sup>  % autres <sup>313</sup>  % Renseignements non disponibles <sup>440</sup>
- E5. Quel pourcentage du nombre total d'achats/acquisitions par Internet provient de fournisseurs :  
 du Canada <sup>314</sup>  % des États-Unis <sup>315</sup>  % autres <sup>316</sup>  % Renseignements non disponibles <sup>441</sup>

**Section F - Non-utilisateurs du commerce par Internet**

**Veillez remplir la section F si vous n'achetez ou ne vendez pas de produits ou de services par Internet**

F1. Veuillez évaluer l'importance des facteurs ci-dessous pour ce qui est de la décision de votre organisation de ne pas utiliser le commerce par Internet.	Ne s'applique pas			
	Très important	Important	Sans importance	
1. nos biens et services ne sont pas du type à être transigé sur Internet	241 <input type="radio"/>	261 <input type="radio"/>	281 <input type="radio"/>	451 <input type="radio"/>
2. incertitude quant aux avantages de la technologie	242 <input type="radio"/>	262 <input type="radio"/>	282 <input type="radio"/>	452 <input type="radio"/>
3. coût d'entretien trop élevé	243 <input type="radio"/>	263 <input type="radio"/>	283 <input type="radio"/>	453 <input type="radio"/>
4. coût de la technologie trop élevé	244 <input type="radio"/>	264 <input type="radio"/>	284 <input type="radio"/>	454 <input type="radio"/>
5. risque de fraude et frais connexes	245 <input type="radio"/>	265 <input type="radio"/>	285 <input type="radio"/>	455 <input type="radio"/>
6. questions de sécurité (p. ex., changements de données non décelés ou non autorisées)	246 <input type="radio"/>	266 <input type="radio"/>	286 <input type="radio"/>	456 <input type="radio"/>
7. investissements appréciables dans un réseau existant autre qu'Internet	247 <input type="radio"/>	267 <input type="radio"/>	287 <input type="radio"/>	457 <input type="radio"/>
8. analyse éventuelle des renseignements de notre compagnie par des concurrents (p. ex., prix)	248 <input type="radio"/>	268 <input type="radio"/>	288 <input type="radio"/>	458 <input type="radio"/>
9. opposition aux changements technologiques par l'ensemble du personnel	249 <input type="radio"/>	269 <input type="radio"/>	289 <input type="radio"/>	459 <input type="radio"/>
10. lenteur de l'Internet	250 <input type="radio"/>	270 <input type="radio"/>	290 <input type="radio"/>	460 <input type="radio"/>
11. manque de fiabilité d'Internet	251 <input type="radio"/>	271 <input type="radio"/>	291 <input type="radio"/>	461 <input type="radio"/>
12. les clients ne sont pas prêts à utiliser le commerce par Internet	252 <input type="radio"/>	272 <input type="radio"/>	292 <input type="radio"/>	462 <input type="radio"/>
13. manque de personnel capable d'élaborer et d'utiliser la technologie	253 <input type="radio"/>	273 <input type="radio"/>	293 <input type="radio"/>	463 <input type="radio"/>
14. préférence de maintenir le modèle commercial actuel (p. ex., contact personnel)	254 <input type="radio"/>	274 <input type="radio"/>	294 <input type="radio"/>	464 <input type="radio"/>
15. incertitude quant aux lois nationales et étrangères relatives au commerce par Internet	255 <input type="radio"/>	275 <input type="radio"/>	295 <input type="radio"/>	465 <input type="radio"/>

\* Veuillez vous reporter aux «Informations et définitions»

Si vous avez des questions, composer le 1-800-345-2294 ou Télécopieur 1-800-606-5393

## Informations et définitions

Enquête sur les Technologies de l'information et des communications et le commerce électronique

**Vos estimations les plus précises sont acceptables lorsque les chiffres réels ne sont pas disponibles.  
Tous les montants doivent être déclarés en dollars canadiens sauf indication contraire.**

**Veillez remplir le présent questionnaire en fonction des opérations de votre organisation uniquement, en excluant les transactions exécutées au nom de votre organisation par des tiers. Les réponses doivent refléter les activités comme défini sur l'étiquette apposé sur le questionnaire.**

**Veillez utiliser la section «Commentaires» pour toutes vos suggestions concernant ce questionnaire.**

**\*Les définitions énumérées ci-dessous se rapportent aux termes du questionnaire marqués d'un \***

### **Commandes finalisées par Internet avec paiements reçus en direct**

Valeur des biens et des services de votre organisation vendus à l'aide d'Internet, y compris toutes les commandes acheminées par Internet et payées par Internet. Il faut donc exclure l'achat de biens et de services commandés par Internet et payés par téléphone. (D2 2).

### **Courriel (courrier électronique)**

Mode de communication avec des personnes-ressources à l'intérieur ou à l'extérieur de l'organisme. Ce terme englobe le courrier électronique par Internet et d'autres réseaux informatiques. Les méthodes de transfert de courrier X.400 et X.500 sont comprises dans le courrier électronique, comme l'est aussi la méthode de transfert de messages SMTP, plus courante. Seuls les fichiers textes sans mise en pages sont inclus dans les courriels. (A1 3, A2, B2 2).

### **Échange de données informatisé (EDI)**

Structure standard d'échange de données commerciales. L'EDI est fondé sur l'utilisation de normes de transmission, faisant en sorte que tous les participants emploient un langage commun. Les normes de transmission consistent en des formats de mise en page uniformisés pour des documents d'affaire, et qui ont été adoptés pour des fins de transmissions électroniques. L'EDI se fait grâce à Internet ou à un réseau informatique fermé. (A1 9, A1 10).

### **Lignes T1 et T3**

La largeur de bande d'une ligne T1 se situe entre 64 kbps (kilobits/seconde) et 1,544 Mbps (mégabits/seconde), y compris les lignes T1 fractionnaires et intégrales. Les lignes T1 ou T3 fractionnaires, qui représentent une partie de la largeur de bande d'une ligne intégrale, sont utilisées lorsqu'une partie d'une ligne T1 ou T3 relève d'un crédit-bail. La largeur de bande d'une ligne T3, y compris une ligne T3 fractionnaire, se situe entre 1,544 Mbps et 44,736 Mbps. Les systèmes T1 et T3 se fondent sur une transmission numérique avec modulation par codage d'impulsions et multiplexage temporel. Les lignes T1 et T3 peuvent être constituées d'un câble de cuivre à paires torsadées, d'un câble coaxial, de fibre optique, d'équipement numérique à hyperfréquences ou d'un autre support. (B1 2, B1 3, B1 4).

### **Téléphone cellulaire ou SCP**

Les téléphones cellulaires et les **Services de communications personnelles (SCP)** assurent l'accès mobile au bloc analogique RTPC (réseau téléphonique public commuté). **SCP** désigne un système de télécommunications fondé sur une technologie de transmission numérique et des fréquences de l'ordre de 1 900 MHz (mégahertz), tandis que les téléphones cellulaires ont recours à une technologie de transmission analogique ou numérique à des radio-fréquences de l'ordre de 800 MHz. (A1 2).

### **Total des commandes par Internet (incluant les transactions non finalisées en direct)**

Il s'agit de la valeur des biens et des services que votre organisation a vendus par l'entremise d'Internet. Le montant englobe toutes les commandes transmises par Internet et payées par Internet, par téléphone, par télécopieur ou grâce à une autre technologie. Il faut inclure uniquement les biens et les services vendus directement par votre organisation et exclure les ventes effectuées en votre nom par un autre organisme à l'aide d'Internet. (D2 1).

### **Total des recettes d'exploitation pour l'exercice se terminant en 1999**

Terme qui englobe la vente de biens et de services et le total du produit de la cession d'articles de commerce ou l'inventaire au cours de la période en question. (La vente de services correspond aux recettes réelles ou attendues provenant de services offerts au cours de la période en question (moins les rendus, les rabais et les taxes de ventes et d'accises) et de la location de biens immobiliers, de machines, de matériel et d'autres biens.) Les recettes de commissions englobent la rémunération d'un agent ou intermédiaire qui réunit les parties à une transaction de vente ou d'achat. Le montant englobe également les rentrées de fonds, les comptes débiteurs et les autres contreparties non classées ailleurs, non liées aux recettes de périodes antérieures ou ne se rapportant pas aux immobilisations. Le total des recettes d'exploitation englobe tout revenu de source étrangère inscrit par l'unité commerciale. Il faut exclure la taxe de vente fédérale ou provinciale versée à un organisme gouvernemental. (E1).

### **Virement électronique de fonds (VEF)**

Transfert de fonds effectué à l'aide d'un terminal électronique, d'un téléphone, d'un ordinateur ou d'une bande magnétique. Ce terme englobe, sans en exclure d'autres, les transferts de chambre de compensation automatisée (CCA) et les transferts relevant d'un guichet automatique ou d'un terminal point de vente. Le terme s'applique également aux paiements par carte de crédit et aux achats par carte à mémoire. (A1 8).

### Commentaires