



N° 88F0006XIF au catalogue — n° 007

ISSN: 1706-8975

ISBN: 0-662-72271-X

## Document de travail

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

# Caractéristiques des incubateurs d'entreprises au Canada, 2005

par Robert Joseph, Michael Bordt et Daood Hamdani

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique (DSIIE)  
7-A, Immeuble R.-H.-Coats, Ottawa K1A 0T6

Telephone: 1 800 263-1136



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-951-2199; télécopieur : (613) 951-9920; courriel : [dsiieinfo@statcan.ca](mailto:dsiieinfo@statcan.ca)).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des services de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des services de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	<a href="mailto:infostats@statcan.ca">infostats@statcan.ca</a>
Site Web	<a href="http://www.statcan.ca">www.statcan.ca</a>

## Renseignements pour accéder au produit

Le produit n° 88F0006XIF au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) et de choisir la rubrique Nos produits et services.

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136. Les normes de service sont aussi publiées dans le site [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) sous À propos de Statistique Canada > Offrir des services aux Canadiens.

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- . indisponible pour toute période de référence
- .. indisponible pour une période de référence précise
- ... n'ayant pas lieu de figurer
- 0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
- 0<sup>s</sup> valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
- <sup>P</sup> provisoire
- <sup>r</sup> révisé
- x confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*
- <sup>E</sup> à utiliser avec prudence
- F trop peu fiable pour être publié

## Nota

En raison de l'arrondissement des données, les totaux ne correspondent pas toujours à l'addition de leurs composantes.



Statistique Canada

Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique

# Caractéristiques des incubateurs d'entreprises au Canada, 2005

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2006

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit, en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 2006

N° 88F0006XIF au catalogue, n° 007

ISSN 1706-8975

ISBN 0-662-72271-X

Périodicité : irrégulier

Ottawa

This publication is available in english upon request (catalogue no. 88F0006XIF)

---

## Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

## Le Programme d'information sur les sciences et l'innovation

Le programme vise à élaborer des **indicateurs utiles à l'égard de l'activité liée aux sciences et à la technologie au Canada**, dans un cadre les regroupant de manière cohérente. Pour atteindre l'objectif, des indicateurs statistiques sont en voie d'élaboration dans cinq grandes catégories :

- **Acteurs** : personnes et établissements engagés dans des activités de S-T. Au nombre des mesures prises, citons l'identification des participants en R-D et des universités qui accordent une licence pour l'utilisation de leurs technologies, ainsi que la détermination du domaine d'études des diplômés.
- **Activités** : comportent la création, la transmission et l'utilisation des connaissances en S-T, notamment la recherche et le développement, l'innovation et l'utilisation des technologies.
- **Liens** : moyen par lequel les connaissances en S-T sont communiquées aux intervenants. Au nombre des mesures, on compte l'acheminement des diplômés vers les industries, l'octroi à une entreprise d'une licence pour l'utilisation de la technologie d'une université, la copaternité de documents scientifiques, la source d'idées en matière d'innovation dans l'industrie.
- **Résultats** : résultats à moyen terme d'activités. Dans une entreprise, l'innovation peut entraîner la création d'emplois plus spécialisés. Dans une autre, l'adoption d'une nouvelle technologie peut mener à une plus grande part de marché.
- **Incidences** : répercussions à plus long terme des activités, du maillage et des conséquences. La téléphonie sans fil résulte d'activités, de maillage et de conséquences multiples. Elle présente une vaste gamme d'incidences économiques et sociales, comme l'augmentation de la connectivité.

Statistique Canada veille à l'élaboration actuelle et future de ces indicateurs, de concert avec d'autres ministères et organismes et un réseau d'entrepreneurs.

Avant la mise en route des travaux, les activités liées à la S-T étaient évaluées uniquement en fonction de l'investissement en ressources financières et humaines affectées au secteur de la recherche et du développement (R-D). Pour les administrations publiques, on ajoutait l'évaluation de l'activité scientifique connexe (ASC), comme les enquêtes et les essais courants. Cette évaluation donnait un aperçu limité des sciences et de la technologie au Canada. D'autres mesures s'imposaient pour améliorer le tableau.

L'innovation rend les entreprises concurrentielles, et nous poursuivons nos efforts pour comprendre les caractéristiques des entreprises novatrices et non novatrices, particulièrement dans le secteur des services, lequel domine l'économie canadienne. La capacité d'innover repose sur les personnes, et des mesures sont en voie d'élaboration au sujet des caractéristiques des personnes qui se trouvent dans les secteurs menant l'activité scientifique et technologique. Dans ces secteurs, des mesures sont en train d'être établies au sujet de la création et de la perte d'emplois en vue de cerner l'incidence des changements technologiques.

Le gouvernement fédéral est un intervenant clé en matière de sciences et de technologie, secteur dans lequel il investit plus de cinq milliards par année. Autrefois, on ne connaissait que les sommes dépensées par le gouvernement et l'objet de ces dépenses. Dans notre rapport, **Activités scientifiques fédérales, 1998** (Cat. n° 88-204), on publiait, au départ, des indicateurs d'objectifs socioéconomiques afin de préciser comment on dépensait les fonds affectés à la S-T. En plus de servir de fondement à un débat public sur les priorités en matière de dépenses gouvernementales, tous ces renseignements ont servi de contexte aux rapports de rendement de ministères et d'organismes individuels.

Depuis avril 1999, la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique est responsable du programme.

La version finale du cadre servant de guide à l'élaboration future d'indicateurs a été publiée en décembre 1998 (**Activités et incidences des sciences et de la technologie - cadre conceptuel pour un système d'information statistique**, Cat. n° 88-522). Ce cadre a donné lieu à un **Plan stratégique quinquennal pour le développement d'un système d'information sur les sciences et la technologie** (Cat. n° 88-523).

On peut désormais transmettre des informations sur le système canadien des sciences et de la technologie et montrer le rôle du gouvernement fédéral dans ce système.

Nos documents de travail et de recherche sont accessibles sans frais à l'adresse du site Internet de Statistique Canada [http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/research\\_f.cgi?subject=193](http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/research_f.cgi?subject=193).

# Caractéristiques des incubateurs d'entreprises au Canada, 2005

## Table des matières

<b>1.</b>	<b>Sommaire .....</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>Contexte et objet .....</b>	<b>6</b>
<b>3.</b>	<b>Concepts, définitions et approche .....</b>	<b>7</b>
<b>4.</b>	<b>Principaux résultats .....</b>	<b>8</b>
4.1.	Incubateurs au Canada : nombre, types et emplacement .....	8
4.1.1.	<i>Nombre et types d'incubateurs.....</i>	<i>8</i>
4.2.	Affiliation : types d'entreprises, cohabitation et partenariats.....	8
4.2.1.	<i>Types d'entreprises .....</i>	<i>8</i>
4.2.2.	<i>Types d'occupation .....</i>	<i>9</i>
4.2.3.	<i>Principaux partenaires.....</i>	<i>10</i>
4.3.	Infrastructure : ressources humaines, superficie des locaux, financement .....	10
4.3.1.	<i>Emploi.....</i>	<i>10</i>
4.3.2.	<i>Superficie moyenne des locaux .....</i>	<i>11</i>
4.3.3.	<i>Sources de financement.....</i>	<i>11</i>
4.4.	Politiques : rôle et objectifs de l'incubateur, sélection des clients, autonomie des clients .....	11
4.4.1.	<i>Objectifs du programme .....</i>	<i>11</i>
4.4.2.	<i>Sélection des candidats .....</i>	<i>12</i>
4.4.3.	<i>Clients autonomes.....</i>	<i>12</i>
4.5.	Clients et services : types de clients, services offerts et utilisés .....	13
4.5.1.	<i>Clients par secteur industriel.....</i>	<i>13</i>
4.5.2.	<i>Services du programme d'incubation offerts aux entreprises clientes.....</i>	<i>13</i>
4.6.	Emploi et activités commerciales, ventilés par entreprise cliente.....	14
4.7.	Répercussions des incubateurs : situation des entreprises clientes, sources et volume des fonds recueillis .....	15
4.7.1.	<i>Situation des clients à la fin de l'année .....</i>	<i>15</i>
4.7.2.	<i>Sources et volume des fonds recueillis.....</i>	<i>15</i>
4.8.	Gestion : expérience, domaines d'expertise .....	15
4.9.	Obstacles .....	16
<b>5.</b>	<b>Conclusions .....</b>	<b>16</b>
<b>6.</b>	<b>Références .....</b>	<b>17</b>

# Caractéristiques des incubateurs d'entreprises au Canada, 2005

## 1. Sommaire

Deux nouvelles entreprises canadiennes sur trois s'éteignent avant leur cinquième année d'existence. Des études antérieures (Bordt, 2006) ont confirmé que ceux qui souhaitent établir et faire fructifier une entreprise doivent bénéficier de conseils en affaires, mettre en place une organisation structurée, élaborer un plan d'affaires officiel et avoir accès à des fonds à mettre au service du développement. Les incubateurs offrent les services précités. En plus de fournir des locaux, ils proposent des conseils et du soutien dont l'objet est d'aider les entreprises nouvelles et croissantes à prendre pied et à devenir profitables.

Un incubateur a pour principaux objectifs, notamment, de susciter ou d'accélérer la croissance d'une entreprise, tout en créant de l'emploi dans l'économie locale et en commercialisant des technologies. À cette fin, il offre, entre autres, des services de soutien en gestion et en affaires, du matériel et du soutien techniques, des services de réseautage et de formation, l'accès à du financement et de l'appui et des conseils juridiques visant à assurer le respect de la réglementation et la gestion d'un produit ou d'un service en vue de sa commercialisation.

L'aide fondamentale en affaires, marketing, comptabilité ou gestion financière et l'offre de contacts avec des investisseurs providentiels ou de capital de risque s'accompagnent de services de base tels que l'aménagement de bureaux ou de laboratoires et l'accès à une bibliothèque.

Le Canada comptait en 2005 au moins 83 incubateurs d'entreprises en activité, lesquels ont engendré un financement total dépassant les 45 millions de dollars. Leurs entreprises clientes, qui se chiffraient à près de 900, ont encaissé des revenus supérieurs à 93 millions de dollars et ont créé plus de 13 000 emplois à plein temps ou à temps partiel. Autre indice des bienfaits des incubateurs d'entreprises, 2 958 entreprises clientes avaient des revenus à la fin de l'année. De plus, 105 d'entre elles avaient bénéficié d'un crédit d'impôt à la recherche scientifique et au développement expérimental.

Si les incubateurs ont tendance à être de petites entreprises, la catégorie englobe également des bureaux d'administrations publiques et des universités. Les résultats montrent que la demande de services d'incubation dépasse l'offre.

## 2. Contexte et objet

À la fin de 2004, Industrie Canada et la Canadian Association of Business Incubators ont collaboré avec Statistique Canada à l'exécution d'une enquête sur les incubateurs d'entreprises.

Industrie Canada en était à l'étape de la recherche du processus d'élaboration d'une politique des incubateurs d'entreprises et des centres de commercialisation. Les incubateurs, estime-t-on, jouent un rôle important en favorisant l'innovation et la commercialisation de technologies canadiennes. Il est donc primordial de recueillir des données sur le nombre d'incubateurs et leurs caractéristiques de fonctionnement.

L'enquête de 2005 servira à établir des données de référence sur les caractéristiques de l'industrie canadienne des incubateurs d'entreprises et produira des indicateurs sûrs de son état actuel en ce qui a trait, notamment, à l'affiliation, à l'infrastructure, aux sources de financement, aux politiques de sélection et d'autonomie, aux clients et aux activités, aux services, aux répercussions, à la gestion et aux obstacles. Il sera nécessaire d'effectuer de nouvelles enquêtes au moins tous les deux ans pour contrôler l'évolution de la situation à long terme.

### 3. Concepts, définitions et approche

Si le concept de l'incubation d'entreprises n'est pas nouveau, sa définition et la terminologie connexe ne sont pas uniformes d'un pays à l'autre. La Canadian Association of Business Incubators (CABI, [www.cabi.ca](http://www.cabi.ca)) existe depuis au moins dix ans, et son pendant américain, la National Business Incubation Association (NBIA, [www.nbia.org](http://www.nbia.org)), est en activité depuis 1985. En général, un *incubateur d'entreprises* est une unité opérationnelle dont la spécialité est d'offrir aux entreprises nouvelles et en croissance des locaux, des services, des conseils et un soutien afin de les aider à s'établir et à devenir rentables.

Les incubateurs d'entreprises évoluent au rythme des changements que subissent l'économie, la technologie et les marchés financiers. Les auteurs reconnaissent les deux catégories les plus répandues : les incubateurs généraux et les incubateurs de technologie. Ceux-là visent le plus souvent la diversification de l'économie locale, tandis que ceux-ci se concentrent sur le transfert et la commercialisation de technologie.

Aux fins de la mesure statistique, l'unité opérationnelle d'une *entreprise privée* correspond normalement à un *établissement*. L'unité opérationnelle d'une organisation importante, comme une *université*, un *collège* ou un *ministère*, correspond à un *bureau* ou un *programme distinct*.

Un *incubateur de technologie* est une unité opérationnelle qui offre aux entreprises des locaux, des services, des conseils et un soutien pour qu'elles développent des technologies. Les incubateurs de cette catégorie ont été visés par l'enquête, comme l'incubation de technologie est la fonction principale de certains incubateurs de ministères fédéraux.

Lors de l'établissement de la base de sondage, d'importantes recherches ont été effectuées en vue de repérer des incubateurs d'entreprises actifs au Canada. Le questionnaire a été élaboré en étroite collaboration avec Industrie Canada et la Canadian Association of Business Incubators, a pris appui sur l'activité de la National Association of Business Incubators aux États-Unis, et la rétroaction recueillie au cours d'interviews avec des représentants de l'industrie y a été intégrée.

Le projet de questionnaire a été l'objet de consultations internes à Industrie Canada, à la CABI et à Statistique Canada. Les commentaires ainsi recueillis ont été conjugués aux résultats d'essais effectués auprès de répondants, lesquels ont compris la consultation directe de spécialistes du secteur. Il en a résulté un questionnaire de 12 pages composé de 9 sections auquel le répondant pouvait répondre en moyenne en moins d'une heure.

Comme il n'existe aucune définition normalisée de l'incubation d'entreprises (Hamdani, 2006), la première question visait à éliminer les destinataires dont l'activité n'était pas celle d'un incubateur d'entreprises. Si la prestation de services d'un incubateur n'était pas une principale activité du destinataire, celui-ci était jugé être hors du champ de l'enquête. D'autres questions étaient considérées comme obligatoires par souci de recueillir des renseignements sur les caractéristiques clés de l'incubateur (par exemple celles qui invitaient le répondant à fournir une liste exhaustive des services proposés aux entreprises).

Dans le dessein d'établir une population légitime d'incubateurs, le questionnaire a été distribué par la poste à des répondants potentiels (569 en tout). On ignorait combien des destinataires initiaux étaient des incubateurs. Par exemple, certaines sociétés d'aide au développement des collectivités en exerçaient les fonctions, d'autres pas. La distribution en nombre du questionnaire avait pour objet de joindre tous les incubateurs admissibles. Au total, 94 répondants ont été considérés comme admissibles, dont 83 (ce qui représente un taux de réponse de 88 %) ont rempli le questionnaire. En règle générale, les réponses offertes étaient de qualité. Des 83 répondants, 55 offraient des locaux et des services et avaient des clients; une tranche supplémentaire de 22 offraient des services seulement et avaient des clients. Les 6 autres répondants avaient les ressources nécessaires pour exercer la fonction d'incubateur, mais ils n'avaient pas encore recruté de clients.

L'enquête a été qualifiée d'obligatoire, car il s'agit de l'unique source de renseignements à employer à l'appui de la poursuite ou de l'élaboration de programmes et de politiques importantes, et l'absence de renseignements est susceptible de compromettre les objectifs des programmes. Comme il est mentionné dans Hamdani, 2006, les études actuelles de l'incubation d'entreprises consistent le plus souvent en des

tentatives de description d'un phénomène récent. Les recherches de Hamdani offrent des précisions sur lesquelles fonder la conceptualisation et la mesure de l'incubation d'entreprises.

## 4. Principaux résultats

### 4.1. Incubateurs au Canada : nombre, types et emplacement

En 2005, il existait 83 incubateurs d'entreprises au Canada, dont 77 déclaraient avoir des clients. Les 6 autres se préparaient à entreprendre leur activité en 2006 et, bien qu'ils aient été actifs, ils n'avaient pas encore de clients.

Des 77 entreprises qui proposaient des services d'incubation d'entreprises, 55, soit 71 %, disaient fournir des locaux à leur clientèle. Les 22 autres peuvent être considérées comme des incubateurs « virtuels », c'est-à-dire comme offrant des services mais non des locaux aménagés en bureaux ou en laboratoires.

#### 4.1.1. Nombre et types d'incubateurs

Les incubateurs ont de nombreux objectifs, mais, selon les résultats de l'enquête, leur but le plus répandu consiste à créer de l'emploi dans l'économie locale. Contribuer à l'expansion d'une industrie et commercialiser des technologies étaient parmi les autres objectifs importants.

La plupart des incubateurs canadiens (88 %) offraient des services d'incubation d'entreprises (tableau 1), mais 44 % proposaient des services d'incubation à la fois de technologie et d'entreprises. Seuls 12 % déclaraient être principalement des incubateurs de technologie.

**Tableau 1 Nombre et types d'incubateurs au Canada, 2005**

Type	Nombre	%
Principalement services d'incubation d'entreprises	73	88,0
Principalement services d'incubation de technologie	10	12,0
Services d'incubation mixtes	44	53,0
Pas de clients	6	7,2
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100,0</b>

Du point de vue régional, le plus grand nombre d'incubateurs sont situés en Ontario (tableau 2). Les autres sont répartis plutôt également d'un océan à l'autre, qu'ils proposent principalement des services d'incubation d'entreprises ou de technologie ou des services mixtes.

**Tableau 2 Nombre et types d'incubateurs, ventilés par province ou région, Canada, 2005**

Région/province	Principalement services d'incubation d'entreprises	Principalement services d'incubation de technologie	Services mixtes	Total
Atlantique	14	1	6	15
Québec	13	2	6	15
Ontario	21	3	13	24
Prairies	13	2	9	15
C.-B. /territoires	12	2	9	14
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>10</b>	<b>44</b>	<b>83</b>

### 4.2. Affiliation : types d'entreprises, cohabitation et partenariats

#### 4.2.1. Types d'entreprises

La nature d'un incubateur tient au type de personne morale dont il s'agit, et la question est de savoir s'il partage les locaux d'une agence particulière et aux principaux partenaires qui participent à son activité.

Le tableau 3 offre des renseignements sur les divers types d'affiliation. Plus de la moitié (54 %) des incubateurs canadiens sont des entreprises sans but lucratif constituées en sociétés. Du nombre, 27 % (12) sont des sociétés d'aide au développement des collectivités. Il s'agit de sociétés sans but lucratif



dirigées par un conseil d'administration composé de bénévoles et disposant d'un personnel rémunéré. Elles proposent un assortiment de services, y compris planification économique, services techniques et consultatifs et octroi de prêts aux petites et moyennes entreprises. La catégorie englobait également 8 organismes fédéraux particuliers.

**Tableau 3 Types d'affiliation**

Types d'affiliation	Nombre	%
Entreprise sans but lucratif constituée en société	45	54,0
Partie d'un ministère ou organisme fédéral ou provincial ou d'un service ou organisme municipal	13	16,0
Partie d'une université ou d'un collègue	10	12,0
Autre	7	8,4
Entreprise privée à but lucratif constituée en société	6	7,2
Partie d'une grande entreprise privée à but lucratif constituée en société	2	2,4
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100,0</b>

#### 4.2.2. Types d'occupation

Le partage des locaux de l'incubateur est considéré comme un aspect très important de l'incubation. Le partage d'un immeuble facilite l'entretien de relations de travail étroites et la tenue de discussions brèves mais importantes tout au long de la journée sans que les interlocuteurs aient à prendre rendez-vous chaque fois qu'une question est soulevée. Il favorise également le partenariat des nouvelles entreprises en facilitant la circulation des connaissances et en amenant les parties à nouer des relations aux fins de marketing et de technologie.

Selon les résultats de l'enquête, si la majorité des clients occupent les mêmes locaux que le gestionnaire de l'incubateur, 48 % des incubateurs canadiens ne partagent par leurs locaux avec un autre établissement (tableau 4). Néanmoins, lorsque cohabitation il y a, l'établissement concerné est le plus souvent une université ou un collègue (26,5 %).

**Tableau 4 Types d'occupation**

L'entreprise partage les locaux (ou est adjacente aux locaux) : type d'établissement	Nombre	%
Ne partage pas de locaux	40	48,1
D'une université ou d'un collègue	22	26,5
Autre	9	10,8
D'un laboratoire du gouvernement fédéral	11	13,3
D'une entreprise privée	1	1,2
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100,0</b>

Un examen des types d'entreprises ventilés par type d'occupation (tableau 5) révèle que 56 % des incubateurs de la catégorie des entreprises sans but lucratif constituées en sociétés ne partagent pas de locaux. Seulement 7,5 % des entreprises qui ne partagent pas de locaux sont des entreprises privées à but lucratif.

**Tableau 5 Types d'entreprises ventilées par type d'occupation**

Type d'entreprise	Nature de l'occupation					
	Ne partage pas de locaux	Université ou collège	Autre	Laboratoire du gouvernement fédéral	Entreprise privée	Total
Entreprise sans but lucratif constituée en société	25	9	7	4	0	45
Partie d'un ministère ou organisme fédéral ou provincial ou d'un service ou organisme municipal	6	0	0	7	0	13
Partie d'une université ou d'un collège	0	9	0	0	1	10
Autre	6	1	0	0	0	7
Entreprise privée à but lucratif constituée en société	3	1	2	0	0	6
Partie d'une grande entreprise privée à but lucratif constituée en société	0	2	0	0	0	2
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>22</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>83</b>

#### 4.2.3. Principaux partenaires

Un incubateur peut multiplier la valeur de ses intrants grâce à un assortiment de partenaires. Ceux qui n'ont qu'un seul partenaire, sinon aucun, font l'exception. Les données confirment l'importance du rôle joué par le gouvernement en faveur de la mise en valeur des incubateurs. Comme un incubateur est susceptible d'avoir de multiples partenaires, le répondant était invité à cocher toutes les réponses pertinentes sur la liste de ceux qui pouvaient participer à l'exploitation de l'unité. Les administrations fédérale, provinciales et municipales étaient désignées par 59 % (tableau 6) des 169 réponses. Le gouvernement fédéral (28 %) était le principal partenaire particulier. Les maisons d'enseignement supérieur, soit universités et collèges communautaires, jouaient également un rôle appréciable.

**Tableau 6 Principaux partenaires ou intervenants – Principaux partenaires participant à l'exploitation de l'incubateur**

Type	Nombre	%
Administration fédérale	47	28,0
Administration provinciale	29	17,0
Administration municipale	23	13,6
Université	18	10,6
Organisme privé sans but lucratif	13	7,7
Autre	11	6,5
Entreprise privée (à but lucratif)	9	5,3
Collège communautaire	7	4,1
Administration régionale	5	3,0
Établissement de crédit	5	3,0
Aucun partenaire	2	1,2
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>100,0</b>

#### 4.3. Infrastructure : ressources humaines, superficie des locaux, financement

L'âge des incubateurs au Canada variait largement : certains venaient tout juste de voir le jour en 2005, d'autres avaient 30 années d'existence. La moyenne était de 9 ans.

##### 4.3.1. Emploi

L'incubateur tire souvent parti du savoir-faire d'un établissement hôte, qu'il s'agisse d'un organisme gouvernemental, d'une université ou d'une entreprise privée. Les employés dont le savoir-faire est mis à contribution peuvent être rémunérés expressément ou non pour collaborer avec l'incubateur. En 2005, le nombre moyen d'employés à plein temps (rémunérés ou non) chargés d'exploiter un incubateur se chiffrait à 3,2. Près de 70 % d'entre eux étaient des professionnels. Le nombre d'employés professionnels (gestionnaires, chercheurs, conseillers techniques principaux, mentors) (rémunérés ou non) employés par un incubateur était de 2,2 en moyenne.

#### 4.3.2. Superficie moyenne des locaux

La superficie moyenne des locaux occupés par un incubateur au Canada était de 11 527 pieds carrés. La superficie offerte aux clients se chiffrait en moyenne à 9 081 pieds carrés. Dans l'ensemble, les clients occupaient en moyenne 69 % de la superficie disponible, c'est-à-dire 6 309 pieds carrés.

#### 4.3.3. Sources de financement

Le financement accordé aux incubateurs canadiens dépassait les 45 millions de dollars (tableau 7). Un peu plus de 39 % de l'ensemble était composé de subventions gouvernementales. Le gouvernement fédéral, principal bailleur de fonds, a contribué 10,1 millions de dollars (22,6 %). Le financement gouvernemental permet à l'incubateur d'opérer la transition entre l'étape de son implantation initiale et celle où il est à même d'écouler des titres de participation sur les marchés financiers. Les loyers et les frais acquittés par les clients représentent également des rentrées de fonds appréciables, soit le quart du financement recueilli. Les prêts totalisaient 8,9 millions de dollars (19,7 %).

**Tableau 7 Financement et frais de fonctionnement**

Sources de financement	Montant en dollars canadiens	% du total
Subventions de l'administration fédérale	10 161 939	22,6
Subventions d'une administration provinciale	5 671 712	12,6
Subvention d'une administration municipale ou régionale	1 779 237	4,0
Fonds de fonctionnement de l'organisation mère	1 386 800	3,0
Loyers versés par les clients	7 163 842	15,9
Frais payés par les clients	3 619 519	8,0
Parrainage par des entreprises privées	851 722	1,9
Prêts	8 852 531	19,7
Parts liquidées de clients actuels ou anciens	567 879	1,3
Autre	4 946 599	11,0
<b>Total</b>	<b>45 001 780</b>	<b>100,0</b>

#### 4.4. Politiques : rôle et objectifs de l'incubateur, sélection des clients, autonomie des clients

##### 4.4.1. Objectifs du programme

Les objectifs du programme constituent un aspect capital du fonctionnement d'un incubateur. Diverses organisations mettent sur pied un incubateur pour différentes raisons. Au fil des ans, l'incubation d'entreprises a été apparentée à un instrument de renouveau urbain, à un programme de développement communautaire, à un moyen de transfert de technologie, à un mécanisme de commercialisation et à une technologie catalyseur de l'entrepreneuriat (Hamdani, 2006).

Les répondants ont été invités à préciser les trois principaux objectifs de leur programme. Les résultats qu'illustre le tableau 8 font valoir que la création d'emploi dans l'économie locale est de loin l'objectif le plus important. Viennent ensuite, dans l'ordre, susciter ou accélérer la croissance d'une industrie, commercialiser des technologies et diversifier les économies locales.

**Tableau 8 Rôle et objectifs de l'incubateur (classés par degré d'importance) – Les trois principaux objectifs du programme**

Objectif/but	Nombre de réponses
Créer des emplois dans la collectivité locale	53
Susciter ou accélérer la croissance d'une industrie locale	35
Commercialiser des technologies	33
Diversifier les économies locales	30
Favoriser un esprit d'entreprise dans la collectivité	29
Retenir les entreprises dans la collectivité	22
Déterminer les occasions d'affaires émanant de l'entreprise ou venant de l'extérieur	12
Produire des avantages complémentaires pour l'organisme parrain ou partenaire (p. ex. créer des possibilités de recherches conjointes)	10
Produire un revenu net pour l'incubateur, l'organisme parrain ou les investisseurs	6
Créer des partenariats internationaux	4
Autre	3
Encourager l'entrepreneuriat chez les minorités ou les femmes	2
Revitaliser un quartier défavorisé	0
Permettre aux personnes de passer de l'aide sociale au marché du travail	0

#### 4.4.2. Sélection des candidats

Le programme de sélection d'un incubateur est l'une de ses principales fonctions à valeur ajoutée. À tout moment, des propositions rivalisent dans la course aux places proposées, mais l'incubateur ne peut accueillir que quelques candidats. Il doit choisir les plus prometteurs en privilégiant, notamment, ceux qui sont susceptibles de profiter le plus de ses services et de son savoir-faire. Les incubateurs canadiens ont reçu 4 517 demandes en 2005, mais 34 % (1 539) seulement des demandeurs sont devenus des clients. Une demande peut être rejetée pour diverses raisons, par exemple à cause d'une analyse de rentabilisation non convaincante, du défaut de faire la preuve du besoin des services d'incubation ou faute d'espace. Une proposition sur trois présentées en 2005 a été acceptée. On peut en conclure que la demande de services d'incubation d'entreprises dépasse les capacités des incubateurs actuels.

Un bon plan d'affaires (tableau 9), une équipe de gestion compétente et la perception d'une bonne occasion d'affaires, dans l'ordre, étaient les trois critères retenus le plus souvent aux fins du processus de sélection.

**Tableau 9 Principaux critères de sélection des candidats**

Critère	Fréquence de l'application
Un bon plan d'affaires	62
Une équipe de gestion compétente	46
Une bonne occasion d'affaires	46
La possibilité de transfert ou de commercialisation de la technologie	35
La disponibilité de financement	32
Une occasion d'effectuer des recherches concertées	29
Autre	26
L'entreprise candidate était dérivée d'un organisme participant	10
Un prototype fonctionnel	4
Un candidat étranger était recommandé par son pays hôte	1

#### 4.4.3. Clients autonomes

L'incubateur vise à ce que le client devienne indépendant de l'unité d'incubation. À cette fin, une période prédéterminée est souvent fixée, par exemple 24 ou 36 mois. Les données de l'enquête sur les incubateurs d'entreprises appuient cette thèse, car il s'agit de la principale réponse donnée (tableau 10). La réponse « installations ne convenant plus » était également un indicateur positif de l'autonomie du client, car elle signifie le plus souvent que le client, à force de croissance ou de développement, a besoin d'installations différentes ou plus grandes.

**Tableau 10 Principaux critères utilisés pour déterminer qu'un client est devenu autonome**

Critère	Fréquence de l'application
Période prédéterminée	53
Installations ne convenant plus	35
Arrivée ou non-arrivée à une autre étape définie au préalable	34
Démonstration d'une autonomie suffisante par rapport à l'équipe de gestion de l'incubateur	30
Autre	24

#### 4.5. Clients et services : types de clients, services offerts et utilisés

##### 4.5.1. Clients par secteur industriel

Des incubateurs « virtuels » figuraient parmi les répondants, c'est-à-dire des organismes qui fournissent des services d'incubation mais non des bureaux ou des laboratoires. Les entreprises sont classées en fonction de leurs produits (biens ou services), et les données révèlent que les incubateurs d'entreprises servent diverses catégories de clients. Les incubateurs canadiens ont servi plus de 4 500 clients en 2005. En réalité, la moitié des clients entraient dans l'une de deux catégories, nommément « arts, spectacles et loisirs; hébergement et services de restauration » et « services professionnels, scientifiques et techniques » (tableau 11).

**Tableau 11 Nombre d'entreprises clientes actuelles par secteur industriel**

Secteur industriel	Nombre	%
Arts, spectacles et loisirs; hébergement et services de restauration	1 123	24,9
Services professionnels, scientifiques et techniques	1 119	24,9
Autres services (sauf les administrations publiques)	416	9,2
Commerce de gros et de détail; transport et entreposage	368	8,2
Fabrication	289	6,4
Inconnu	285	6,3
Services d'enseignement; soins de santé et assistance sociale	236	5,2
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz; services publics, construction	227	5,0
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	207	4,6
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets, services d'assainissement	121	2,7
Industrie de l'information et industrie culturelle	65	1,4
Administrations publiques	25	0,5
Finance et assurances, services immobiliers et services de location et de location à bail; gestion de sociétés et d'entreprises	21	0,5
<b>Total</b>	<b>4 502</b>	<b>100,0</b>

##### 4.5.2. Services du programme d'incubation offerts aux entreprises clientes

Les incubateurs offrent un éventail de services à leurs clients. Étant donné que nombre des entreprises clientes qui bénéficient des services d'un incubateur sont nouvelles et visent à prendre de l'expansion, les répondants ont déclaré que les services de gestion/de soutien de l'entreprise offerts le plus souvent étaient ceux des « principes de base des affaires », suivis de l'« aide à la commercialisation » et de l'« aide à la comptabilité ou à la gestion financière » (tableau 12).

**Tableau 12 Cinq principaux services offerts que les clients utilisent le plus fréquemment**

Service	% d'entreprises ayant déclaré faire un grand usage du service
Principes de base des affaires	61
Aide à la commercialisation	47
Aider à la comptabilité ou à la gestion financière	39
Liens avec des investisseurs anges gardiens ou de capital de risque	34
Locaux	22
Bibliothèque	22

Le tableau 13 offre des précisions sur les services, ventilés par catégorie, le plus souvent utilisés par les clients. Des six catégories de services, les trois principaux se classent sous la rubrique « gestion/soutien de l'entreprise ».

**Tableau 13 Services offerts que les clients utilisent le plus fréquemment, ventilés par catégorie**

Services offerts	% de l'offre
<b>Gestion/soutien de l'entreprise</b>	
Principes de base des affaires (établissement d'un plan d'affaires, définition du concept d'entreprise, etc.)	61
Aide à la commercialisation (publicité, promotion, analyse de marché, stratégie commerciale)	47
Aide à la comptabilité ou à la gestion financière	39
<b>Équipement et soutien technique</b>	
Locaux	34
Bibliothèque	22
Accès Internet à haute vitesse	18
<b>Réseautage et formation</b>	
Formation en gestion des affaires	18
Liens avec des partenaires stratégiques	16
Activités de réseautage parmi les clients du programme d'incubation	15
<b>Financement</b>	
Liens avec des investisseurs anges gardiens ou de capital de risque	22
Fonds d'investissement internes	17
Aide à l'accès aux fonds d'emprunts commerciaux spécialisés ou aux programmes de garantie d'emprunt	12
<b>Soutien juridique et conformité à la réglementation</b>	
Aide aux demandes de subventions gouvernementales et de crédits d'impôt	10
Services juridiques généraux	2
Gestion de la propriété intellectuelle	2
<b>Commercialisation</b>	
Transfert de technologie	5
Processus de gestion d'entreprise, service d'évaluation de la clientèle, gestion des stocks	4

#### 4.6. Emploi et activités commerciales, ventilés par entreprise cliente

Le succès des incubateurs se mesure particulièrement au nombre d'employés des entreprises clientes (emplois créés par les bénéficiaires de services). En 2005, les entreprises clientes d'incubateurs canadiens ont créé près de 13 000 emplois à plein temps et 300 emplois à temps partiel (tableau 14). Autre signe de l'effet positif des entreprises d'incubation, le fait que 2 958 entreprises clientes avaient des revenus à la fin de l'année. De plus, 105 clients avaient bénéficié d'un crédit d'impôt à la recherche scientifique et au développement expérimental.

**Tableau 14 Emploi et activités commerciales des entreprises clientes**

<b>Nombre de personnes employées par les entreprises clientes</b>	<b>Nombre</b>
Nombre à temps plein	12 874
Nombre à temps partiel	292
<b>Nombre de clients qui avaient des revenus à la fin de l'année</b>	<b>2 958</b>
<b>Nombre de clients qui ont bénéficié du crédit d'impôt à la recherche scientifique et au développement expérimental</b>	<b>105</b>

4.7. Répercussions des incubateurs : situation des entreprises clientes, sources et volume des fonds recueillis

#### 4.7.1. Situation des clients à la fin de l'année

En réponse à la question de savoir quelle était la situation à la fin de l'année de référence des clients qui avaient occupé les locaux de l'incubateur au cours de l'année, les répondants ont déclaré que 69 % étaient toujours locataires (tableau 15). Près du quart (23,2 %) étaient devenus autonomes. Quelques autres avaient été fusionnés ou rachetés, ce qui témoignait de leurs perspectives prometteuses. Seul un petit nombre (5 %) ont été fermés soit au gré du client, soit parce que la surveillance exercée par l'incubateur a révélé que leur probabilité de succès était faible. Cette donnée, conjuguée à la constatation que 34 % seulement des demandeurs sont acceptés, fait valoir de façon encourageante que les incubateurs exercent un effet positif.

**Tableau 15 Situation des clients à la fin de l'année de référence**

<b>Situation</b>	<b>Nombre</b>	<b>%</b>
Entreprises toujours locataires	609	68,8
Entreprises autonomes	206	23,2
Entreprises fermées	48	5,4
Entreprises fusionnées ou rachetées	18	2,0
Ne sait pas	6	0,6
Autre	1	0,1
<b>Total</b>	<b>888</b>	<b>100,0</b>

#### 4.7.2. Sources et volume des fonds recueillis

Le volume de fonds recueillis et leur provenance attestent de la grande vigueur des entreprises clientes des incubateurs (tableau 16). La somme frôlait les 94 millions de dollars, dont 50 millions provenaient de fournisseurs de capital de risque. Le volume relativement important de capital de risque et la taille modeste de l'apport des investisseurs anges gardiens (1 %) sont dignes de mention. Il semblerait que les investisseurs aient confiance en l'activité des clients et soient disposés à tabler sur eux.

**Tableau 16 Sources et volume des fonds recueillis par les clients d'incubateurs en 2005**

<b>Sources</b>	<b>Volume</b>	<b>% du total</b>
Capital de risque	50 750 000	54,1
Autre	13 571 747	14,5
Prêts	13 401 978	14,2
Revenus	12 614 900	13,4
Subventions	2 434 837	2,6
Investisseurs anges gardiens	1 045 000	1,1
<b>Total</b>	<b>93 818 462</b>	<b>100,0</b>

4.8. Gestion : expérience, domaines d'expertise

L'information recueillie grâce à l'enquête a montré que le gestionnaire d'un incubateur justifiait en moyenne de 11,3 années d'expérience de l'appui de nouvelles entreprises. De plus, il possédait 12,6 années d'expérience en gestion d'entreprises autres que des incubateurs. À n'en point douter, les gestionnaires d'incubateurs ne manquent pas d'expérience. Cela dit, plus du quart (26,3 %) avaient tout au plus cinq années d'expérience, et 7,9 % seulement possédaient plus de 20 années (tableau 17).

**Tableau 17 Expérience du gestionnaire d'un incubateur en 2005**

Expérience en années	Nombre de gestionnaires	% du total
De 0 à 5 années	20	26,3
De 6 à 10 années	23	30,3
De 11 à 15 années	15	19,7
De 16 à 20 années	12	15,8
Plus de 20 années	6	7,9
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100,0</b>

Nota : 1 répondant n'a rien déclaré.

Le personnel qui exploite des incubateurs possède de l'expertise dans divers domaines. Toutefois, il fallait s'y attendre, le principal champ de compétence constaté était celui de la gestion des affaires et des finances (tableau 18).

**Tableau 18 Domaines d'expertise du gestionnaire de l'incubateur**

Principaux domaines d'expertise de l'équipe de gestion de l'incubateur	Fréquence des réponses
Gestion des affaires/finances	65
Marketing	35
Génie	16
Transfert de technologie	16
Droit commercial, propriété intellectuelle	15
Enseignement	14
Affaires internationales	12
Autre	12
Sciences naturelles	8

#### 4.9. Obstacles

La majorité des répondants ont déclaré que la découverte de candidats appropriés (65 %), le fait que les candidats ne disposaient pas de financement de démarrage (65 %) et l'obtention de fonds pour l'exploitation de l'incubateur (63 %) étaient d'importants obstacles à surmonter pour assurer le succès des établissements (tableau 19).

**Tableau 19 Obstacles à l'exploitation et au succès de l'incubateur**

Défis/obstacles	% ayant déclaré l'obstacle important
Découverte de candidats appropriés	65
Candidats ne disposant pas de financement de démarrage	65
Obtention de fonds pour l'exploitation de l'incubateur	63

## 5. Conclusions

L'objectif premier de l'enquête a été réalisé, à savoir mesurer le secteur canadien des incubateurs d'entreprises par la production d'information statistique. Les résultats de l'enquête offrent des données sur ce secteur largement inconnu du milieu canadien des affaires. L'information recueillie a fondé l'élaboration de données normalisées sur les activités et les avantages des incubateurs d'entreprises. Si le nombre d'incubateurs est relativement modeste, leur population augmente régulièrement depuis les années 1980. Il semble que la demande de services d'incubation dépasse l'offre. Les demandeurs risquent d'être rejetés pour plusieurs raisons, y compris l'absence d'une analyse de rentabilisation persuasive, le défaut de faire la preuve du besoin de services d'incubation et l'espace insuffisant, et seule une proposition sur trois présentées en 2005 a été acceptée.



## 6. Références

- Bordt, Michael, John McVey et Al Short. 2005, *Caractéristiques des petites entreprises qui deviennent des entreprises de taille moyenne : répartition industrielle et géographique des petites entreprises à forte croissance*, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, documents de travail, Statistique Canada n° 88F0006XIF-n° 2005-005 au catalogue, Ottawa, Canada.
- Bordt, Michael, Frances Anderson, Louise Earl, Charlene Lonmo et Denise Guillemette. 2006. *Caractéristiques des entreprises en croissance* Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, documents de travail, Statistique Canada n° 88F0006XIF-n° 2006-003 au catalogue, Ottawa, Canada.
- Hamdani, Daood. 2006. *Conceptualisation et mesure de l'incubation d'entreprises*, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, documents de travail, Statistique Canada n° 88F0006XIF-n° 2006-006 au catalogue, Ottawa, Canada.
- Statistique Canada. 2005. *Enquête sur les incubateurs d'entreprise – Questionnaire*, 5-5300-525.2 2005-07-04 STC/SAT-465-75397 SQC/SAT-465-75397.

## Publications au catalogue

### **Publications statistiques sur les sciences, la technologie et l'innovation**

88-001-XIF	<a href="#">Statistiques des sciences</a>
88-003-XIF	<a href="#">Bulletin de l'analyse en innovation</a>
88-202-XIF	<a href="#">Recherche et développement industriels, perspective (avec des estimations provisoires pour 2004 et des dépenses réelles pour 2003) (annuel)</a>
88-204-XIF	<a href="#">Activités scientifiques fédérales</a>
88F0006XIF	<a href="#">Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, documents de travail</a>
88F0017MIF	<a href="#">Division des sciences, de l'innovation, et de l'information électronique documents de recherche</a>

#### **88-001-X Volume 30 – 2006**

- No. 1 Répartition provinciale et territoriale des dépenses fédérales dans le domaine des sciences et de la technologie, 2003-2004 (février)
- No. 2 Activités scientifiques en biotechnologie dans les ministères fédéraux et organismes, 2004-2005 (mars)
- No. 3 Estimations des dépenses totales au titre de la recherche et du développement dans le secteur de la santé au Canada, 1988 à 2005 (mai)

#### **88-001-X Volume 29 – 2005**

- No.1 Répartition provinciale et territoriale des dépenses fédérales dans le domaine des sciences et de la technologie, 2002-2003 (janvier)
- No. 2 Personnel affecté à la recherche et au développement (R-D) au Canada, 1993 à 2002 (mai)
- No. 3 Activités scientifiques en biotechnologie dans les ministères fédéraux et organismes, 2003-2004 (mai)
- No. 4 Recherche et développement industriels de 2001 à 2005 (juin)
- No. 5 Estimations des dépenses totales au titre de la recherche et du développement dans le secteur de la santé au Canada, 1988 à 2004 (juillet)
- No. 6 Estimation des dépenses au titre de la recherche et du développement dans le secteur de l'enseignement supérieur, 2003-2004 (décembre)
- No. 7 Dépenses de l'administration fédérale au titre des activités scientifiques, 2005-2006<sup>P</sup> (décembre)
- No. 8 Dépenses totales au titre de la recherche et du développement au Canada, 1990 à 2005<sup>P</sup> et dans les provinces, 1990 à 2003 (décembre)

#### **88F0006XIF Documents de travail – 2006**

- No. 1 [Répartition du personnel et des dépenses fédérales dans le domaine des sciences et de la technologie selon la province, 1997-1998 à 2003-2004 \(avril\)](#)
- No. 2 [Acheter et vendre des services de recherche et développement, 1997 à 2002 \(mai\)](#)

- No. 3 [Caractéristiques des entreprises en croissance, 2004-2005 \(mai\)](#)
- No. 4 [Activités scientifiques et technologiques des administrations provinciales et des organismes provinciaux de recherche \(juillet\)](#)

#### **88F0006XIF Documents de travail – 2005**

- No. 1 [Dépenses et personnel de l'administration fédérale en sciences naturelles et sociales, 1995-1996 à 2004-2005 \(janvier 2005\)](#)
- No. 2 [Répartition du personnel et des dépenses fédérales dans le domaine des sciences et de la technologie selon la province, 1996-1997 à 2002-2003 \(janvier 2005\)](#)
- No. 3 [Statistiques sur la R-D industrielle, selon les régions 1994 à 2002 \(janvier 2005\)](#)
- No. 4 [Le partage des connaissances apporte le succès : comment certaines industries de service ont évalué l'importance de l'utilisation de pratiques de gestion des connaissances pour leur succès \(février 2005\)](#)
- No. 5 [Caractéristiques des petites entreprises qui font la transition en moyennes entreprises : répartition industrielle et géographique des petites entreprises à forte croissance \(février 2005\)](#)
- No. 6 [Sommaire : Atelier collectif de Statistique Canada et de l'Université de Windsor auprès des indicateurs de la commercialisation de la propriété intellectuelle, Windsor, Novembre 2005 \(mars\)](#)
- No. 7 [Sommaire de la réunion sur la commercialisation : la mesure, les indicateurs, les lacunes et les cadres, Ottawa, Décembre 2004 \(mars\)](#)
- No. 8 [Estimations du personnel affecté à la recherche et au développement au Canada, 1979 à 2002 \(avril 2005\)](#)
- No. 9 [Aperçu de l'Enquête sur l'utilisation et le développement de la biotechnologie – 2003 \(avril 2005\)](#)
- No. 10 [Accès aux capitaux de financement des entreprises canadiennes innovatrices de biotechnologie \(avril 2005\)](#)
- No. 11 [Activités scientifiques et technologiques des administrations provinciales et des organismes provinciaux de recherche, 1995-1996 à 2003-2004 \(septembre 2005\)](#)
- No. 12 [Innovation dans les industries du secteur des services des technologies de l'information et des communications \(TIC\) : Résultats de l'Enquête sur l'innovation de 2003 \(octobre 2005\)](#)
- No. 13 [Innovation dans certains services professionnels, scientifiques et techniques: Résultats de l'Enquête sur l'innovation de 2003 \(octobre 2005\)](#)
- No. 14 [Innovation dans certaines industries du transport : Résultats de l'Enquête sur l'innovation de 2003 \(Novembre 2005\)](#)
- No. 15 [Innovation dans certaines industries desservant les secteurs de l'extraction minière et de la foresterie : Résultats de l'Enquête sur l'innovation de 2003 \(novembre 2005\)](#)
- No. 16 [Aliments fonctionnels et nutraceutiques : création d'aliments à valeur ajoutée par les entreprises canadiennes \(septembre 2005\)](#)
- No. 17 [Statistiques sur la R-D industrielle, selon les régions, 1994 à 2003 \(novembre 2005\)](#)

- No. 18 [Enquête sur la commercialisation de la propriété intellectuelle dans le secteur de l'enseignement supérieur, 2003 \(novembre 2005\)](#)
- No. 19 [Estimation des dépenses au titre de la recherche et du développement dans le secteur de l'enseignement supérieur, 2003-2004 \(décembre 2005\)](#)
- No. 20 [Estimations des dépenses canadiennes au titre de la recherche et du développement \(DIRD\), Canada, 1994 à 2005 et selon la province 1994 à 2003 \(décembre 2005\)](#)