



Innovation, Science and
Economic Development Canada

Innovation, Sciences et
Développement économique Canada

Programme d'adoption du numérique au Canada – Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECP)

Rapport final

Préparé pour Innovation, Sciences et Développement économique Canada

Fournisseur : Environics Research

Numéro du contrat : U1400-222092/001/CY

Valeur du contrat : 169 688,83 \$ (TVH incluse)

Date d'attribution du contrat : 11 janvier 2022

Date de livraison des services : 11 mai 2023

Numéro d'enregistrement : POR 092-21

Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada, à l'adresse publicopinionresearch-recherchesurlopinionpublique@ised-isde.gc.ca.

This report is also available in English.

Canada

**Programme d'adoption du numérique au Canada, Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF)
Rapport final**

Préparé à l'intention d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada par Environics Research

MAI 2023

Permission de reproduire

La présente publication peut être reproduite à des fins non commerciales seulement. Il faut avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada. Pour de plus amples renseignements sur ce rapport, veuillez communiquer avec Innovation, Sciences et Développement économique Canada, à l'adresse :publicopinionresearch-recherchesurlopinionpublique@ised-isde.gc.ca.

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre de Services publics et Approvisionnement Canada, 2023

N° de catalogue : lu4-424/2023F-PDF

ISBN 978-0-660-48892-9

Also available in English under the title *Canadian Digital Adoption Program, Business, Advertising Campaign Evaluation Tool (ACET)*

Table des matières

Sommaire du rapport	i
A. Contexte et objectifs	i
B. Méthodologie	i
C. Valeur du contrat	ii
D. À propos du rapport	ii
E. Utilisation des constatations de la recherche	iii
F. Principales constatations	iii
G. Énoncé de neutralité politique et coordonnées	vi
Constatations détaillées	7
A. Conditions commerciales et défis	7
B. Programmes du gouvernement du Canada destinés aux entreprises	12
C. Réactions au PCAN	19
Annexe A : Méthodologie du sondage OECF	22
Annexe B : questionnaires OECF	26

Sommaire du rapport

A. Contexte et objectifs

Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE) travaille avec les Canadiens et Canadiennes de tous les secteurs de l'économie et de toutes les régions du pays à instaurer un climat favorable à l'investissement, à stimuler l'innovation, à accroître la présence canadienne sur les marchés mondiaux et à créer un marché équitable, efficace et concurrentiel. La pandémie de COVID-19 a eu une incidence considérable sur les petites et moyennes entreprises (PME), ce qui a mis en évidence la nécessité pour les entreprises canadiennes d'adopter les technologies numériques de façon à pouvoir répondre aux besoins de leur clientèle et à demeurer concurrentielles. Pour encourager les PME du pays à passer au numérique, le gouvernement du Canada a annoncé dans son Budget 2021 le lancement du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN). Le PCAN comportera deux volets : la subvention **Développez vos activités commerciales en ligne**, conçue pour aider les commerces de détail traditionnels de plus petite taille ayant pignon sur rue à profiter d'occasions de commerce électronique, et la subvention **Améliorez les technologies de votre entreprise**, conçue pour les PME de plus grande taille qui ont besoin d'un soutien plus complet pour adopter de nouvelles technologies ou élargir leur utilisation de celles-ci.

La transformation numérique des PME canadiennes stimulera la reprise économique à la suite de la pandémie de COVID-19. Selon la Directive sur la gestion des communications, les campagnes publicitaires dont les achats médias s'élèvent à plus de 1 million de dollars doivent être évaluées au moyen de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECF) diffusé par le Secrétariat des communications et des consultations du Bureau du Conseil privé.

Ce projet de recherche vise à atteindre deux principaux objectifs :

- Évaluer l'efficacité de la campagne et en faire le suivi en réalisant un sondage avant et après sa diffusion au moyen de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), lequel a été adapté aux petites et moyennes entreprises. Cette approche, conforme à la Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada, est obligatoire pour toutes les campagnes publicitaires dont le volet média s'élève à un million de dollars ou plus.
- Le sondage OECF mené avant la campagne a permis de recueillir des données de référence servant à évaluer l'efficacité de la campagne pour ce qui est d'atteindre les résultats escomptés et d'en rendre compte. Le projet de recherche a aussi évalué l'efficacité de la campagne en mesurant l'augmentation du niveau de connaissance et de l'intérêt suscitée par la campagne au moyen d'un sondage OECF post-campagne, adapté aux entreprises.
- Le sondage visait aussi à mieux comprendre les perspectives des gens d'affaires sur l'environnement commercial actuel, y compris les priorités et les défis d'aujourd'hui associés à l'adoption des technologies et à la transformation numérique.

B. Méthodologie

Environics a réalisé deux sondages bilingues en ligne à l'échelle nationale auprès de petites et de moyennes entreprises (PME), l'un à titre de référence avant le déploiement de la campagne au printemps 2022, l'autre au terme de la campagne au printemps 2023, dans le but de mesurer les changements au fil du temps dans les niveaux de connaissance et l'intention de consulter les ressources et d'ainsi évaluer l'incidence de la campagne.

Le sondage pré-campagne a été mené auprès d'un échantillon de 1 001 personnes, tandis que l'échantillon du sondage post-campagne comptait 1 011 répondants et répondantes. Étaient admissibles au sondage les propriétaires, associés et associées ou membres de la direction d'une micro, petite ou moyenne entreprise, soit toute entreprise comptant moins de 500 employés. Les questions de l'OECF suivent un modèle élaboré par le gouvernement du Canada visant à évaluer le taux de rappel avant et après une campagne publicitaire. D'autres questions ne portant pas précisément sur le rappel de publicités, mais explorant plutôt les attitudes à l'égard d'autres sujets d'intérêt pour ISDE, ont été ajoutées aux deux sondages. Le tableau qui suit présente la répartition régionale obtenue pour chaque sondage.

Région	OECF pré-campagne	OECF post-campagne
Atlantique	60	67
Québec	264	260
Ontario	366	379
Man./Sask.	63	62
Alberta	113	113
C.-B./terr.	135	130
TOTAL	1 001	1 011

Le sondage pré-campagne s'est déroulé du 22 février au 8 mars 2022, tandis que le sondage post-campagne a eu lieu du 7 au 30 mars 2023.

Les sondages n'étaient pas probabilistes puisque les répondants et répondantes ont été recrutés à partir d'un panel; aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut donc être calculée. Bien que les panels à participation volontaire ne soient pas des échantillons probabilistes tirés au hasard, les sondages en ligne peuvent être utilisés, pour autant qu'ils soient conçus adéquatement et qu'ils fassent appel à un panel bien géré comptant un grand nombre de personnes, comme c'était le cas ici.

De plus amples renseignements quant à la méthodologie utilisée pour ces sondages se trouvent à l'annexe A.

C. Valeur du contrat

La valeur de ce contrat s'élève à 169 688,82 \$ (TVH incluse).

D. À propos du rapport

Le rapport présente tout d'abord un résumé des principales constatations tirées des sondages pré- et post-campagne auprès de PME, suivi d'une analyse détaillée des résultats. Il se termine par une description de la méthodologie utilisée dans les deux phases du sondage. Un document distinct renferme pour sa part des tableaux croisés détaillés présentant les résultats obtenus à toutes les questions des sondages, en fonction de segments de la population définis par régions et caractéristiques démographiques. Dans l'analyse détaillée, chacun de ces tableaux est associé à une question du sondage. Il convient de noter que les questions de l'OECF portant précisément sur le rappel de la campagne publicitaire ne figurent pas dans le présent rapport. Celui-ci présente uniquement les réponses aux autres questions posées aux décideurs et décideuses de PME sur des sujets connexes.

E. Utilisation des constatations de la recherche

Les résultats tirés de l'évaluation de l'OECP et des questions supplémentaires sur les perspectives commerciales permettront non seulement d'évaluer l'efficacité de la campagne, mais aussi de mieux comprendre les conditions commerciales dans lesquelles évoluent actuellement les PME, la façon dont les décideurs et décideuses perçoivent les programmes et initiatives du gouvernement du Canada, ainsi que les priorités et défis concernant l'adoption des technologies et la transformation numérique.

Les constatations issues du sondage OECP de référence mené avant la campagne permettront de cerner les domaines précis que le gouvernement du Canada devrait cibler dans ses activités de sensibilisation et ses stratégies de communication afin de maximiser leur incidence et leur utilité pour les entreprises qui souhaitent amorcer, accélérer ou élargir leur adoption du numérique. L'évaluation du niveau de connaissance et du taux de rappel après la campagne permettra de déterminer dans quelle mesure celle-ci a réussi à atteindre ses objectifs et à générer les résultats escomptés. En outre, les constatations tirées des questions sur les perspectives commerciales pourront s'appliquer aux programmes et aux politiques s'adressant aux PME et être utilisées pour une promotion plus efficace et efficiente de programmes, de politiques et de services semblables que le gouvernement du Canada met à la disposition des PME.

F. Principales constatations

Conditions commerciales et défis

La santé générale des entreprises

Lorsqu'on leur demande de décrire la santé générale de leur entreprise, six répondants et répondantes sur dix (60 %) fournissent une évaluation positive de 5 (22 %) ou de 4 (38 %) sur une échelle de 5 points. Ces résultats marquent une hausse de cinq points par rapport aux résultats du sondage précédent, mené en février et en mars 2022, avant la campagne publicitaire sur le PCAN. Une personne sur dix décrit la santé de son entreprise de façon négative, lui accordant une note de 2 ou de 1 sur 5, ce qui marque une baisse de 4 % par rapport au sondage pré-campagne.

Les plus grands défis auxquels les entreprises font face

Lorsqu'on leur demande quels sont les trois principaux défis auxquels leur entreprise fait face, les gens répondent le plus souvent le coût des biens et des services (41 %, en hausse de 6 % par rapport au sondage pré-campagne), l'augmentation de la rentabilité (30 %, un résultat inchangé), l'embauche et la fidélisation du personnel (27 %, en hausse de 7 %) et le marketing ou l'établissement de la clientèle (22 %, en baisse de 5 %). Les autres préoccupations sont mentionnées par des pourcentages plus faibles, en grande partie inchangés par rapport aux résultats d'avant la campagne. La cybersécurité, un choix de réponse qui ne figurait pas dans le sondage pré-campagne, représente une préoccupation majeure pour 12 % des gens.

Site Web d'entreprise et prise de commandes en ligne

Tant dans le sondage mené avant la campagne que dans celui réalisé après, 65 % des décideurs et décideuses de PME affirment que leur entreprise dispose d'un site Web. Parmi ceux-ci, 65 % (en baisse d'un point) indiquent que leur site Web prend en charge les commandes en ligne.

Priorités numériques des entreprises au cours des prochaines années

Au cours des trois prochaines années, les décideurs et décideuses de PME se donnent principalement comme priorité d'accroître leur présence en ligne (77 %, en hausse de 4 % par rapport au sondage pré-campagne), d'augmenter leurs ventes en ligne (73 %, en hausse de 5 %) et de recourir davantage aux technologies numériques dans les domaines du marketing (70 %, en hausse de 4 %) et de la cybersécurité (70 %, en hausse de 3 %). Environ les deux tiers considèrent les autres mesures comme revêtant une priorité élevée ou modérée, et chacun de ces aspects connaît en moyenne une hausse de deux à quatre points de pourcentage par rapport aux résultats d'avant la campagne.

Défis liés à l'accroissement de la présence ou des ventes en ligne

Environ le tiers des répondants et répondantes estiment que le manque de financement constitue pour eux un défi (34 %, en hausse de 6 % depuis la campagne). Le quart des gens éprouvent de la difficulté à embaucher et à retenir des employés qualifiés (26 %, en hausse de 3 %) et n'ont pas suffisamment de connaissances sur le marketing numérique (22 %, en baisse de 2 %). Un peu moins de deux personnes sur dix disent mal connaître les technologies en ligne, éprouver des difficultés quant à la protection des données et à la cybersécurité et rencontrer des problèmes de logistique, des résultats sensiblement inchangés depuis la campagne. Moins de 15 % des répondants et répondantes continuent de faire face à d'autres défis.

Programmes gouvernementaux destinés aux entreprises

Les programmes et ressources du gouvernement à l'intention des entreprises

La moitié des gens conviennent que le gouvernement du Canada offre une vaste gamme de programmes de soutien aux PME (50 %, en baisse de 4 % depuis la campagne). Un peu moins de cinq personnes sur dix estiment que le gouvernement offre des programmes pour aider les PME à recourir davantage aux technologies numériques dans le cadre de leurs activités, à développer leur présence en ligne et à accroître leurs ventes en ligne (48 %, 47 % et 46 %, des résultats largement inchangés). En outre, 45 % des gens sont toujours d'accord pour dire que le gouvernement du Canada comprend les défis auxquels les PME font face.

L'importance des priorités du gouvernement pour aider les entreprises

Pour plus de sept personnes sur dix, les deux activités du gouvernement du Canada les plus importantes pour appuyer les PME consistent toujours à aider les entreprises à obtenir du financement (74 %, en hausse de 2 % depuis la campagne) et à améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne (74 %, en hausse de 3 %). Parmi les autres activités jugées importantes, notons le soutien au développement économique régional, la promotion et le maintien d'une concurrence équitable dans les marchés et un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises (73 %, 71 % et 71 %, des résultats essentiellement inchangés). Les autres activités sont considérées comme importantes par un peu moins de sept personnes sur dix, des résultats largement inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne. En outre, plus du tiers des répondants et répondantes continuent de trouver toutes les activités très importantes, surtout pour ce qui est d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne, qui est jugée très importante par 45 % des gens.

Évaluation de la performance du gouvernement dans le soutien aux entreprises

Environ la moitié des répondants et répondantes trouvent que le gouvernement du Canada fait du bon travail pour ce qui est d'encourager les entreprises canadiennes à innover, de les aider à adopter les technologies numériques et d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne (48 %, 47 % et 46 %, des résultats sensiblement inchangés depuis la campagne). Les gens évaluent aussi la performance du gouvernement de façon positive lorsqu'il est question d'encourager les entreprises à investir dans les technologies vertes, de soutenir le développement économique régional et d'aider les entreprises à obtenir du financement (45 % pour chaque mesure, un résultat largement inchangé). L'aspect dans lequel le gouvernement offre la moins bonne performance est le fait d'aider les entreprises à s'améliorer, avec 39 %, en baisse de 3 % depuis la campagne.

Connaissance des programmes s'adressant aux entreprises canadiennes

Les programmes s'adressant aux PME qui sont les mieux connus sont le Programme de financement des petites entreprises du Canada (39 %, en baisse de 7 % depuis la campagne), CyberSécuritaire Canada (35 %, un résultat largement inchangé), Appli Entreprises Canada (35 %, largement inchangé) et les bulletins Info-affaires GC et La COVID-19 et votre entreprise (35 %, en baisse de 8 %). Les autres programmes sont connus d'environ trois personnes sur dix, des résultats en grande partie inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne. En outre, environ le tiers des gens connaissent Corporation d'innovation du Canada (32 %) et le Programme canadien d'adoption du numérique (31 %), deux options qui n'étaient pas présentées dans le sondage pré-campagne.

Pertinence des types d'information pour les entreprises

Les quatre types de renseignements jugés les plus pertinents pour les PME, choisis par plus de sept personnes sur dix, sont les renseignements fiscaux (80 %; ce choix de réponse ne figurait pas dans le sondage pré-campagne), l'information sur le gouvernement du Canada et les programmes de soutien financier (78 %, en hausse de 3 % depuis la campagne), la cybersécurité (75 %, en hausse de 2 %) et un répertoire des programmes du gouvernement du Canada (75 %; option non présentée dans le sondage pré-campagne). Environ sept personnes sur dix trouvent aussi pertinents l'information sur l'adoption du numérique (70 %; option non présentée dans le sondage pré-campagne), les mises à jour sur les conditions et perspectives économiques (70 %, en baisse de 1 %), l'information sur la santé mentale (68 %; option non présentée avant la campagne) ainsi que les outils et conseils de sécurité en milieu de travail (67 %, en hausse de 1 %).

Réactions au PCAN

Probabilité de rechercher de l'information sur le PCAN

Après avoir lu une description complète du PCAN, près de six décideurs et décideuses de PME sur dix (58 %) affirment qu'il est très (14 %) ou assez (44 %) probable qu'ils cherchent à obtenir plus d'information à ce sujet. Environ le quart des gens indiquent qu'il n'est pas très probable qu'ils cherchent à en savoir plus sur le PCAN. Un peu moins de deux personnes sur dix indiquent quant à elles qu'il n'est pas du tout probable qu'elles cherchent à obtenir de l'information sur le PCAN ou que cela ne concerne pas leur entreprise.

Définition de l'adoption du numérique

Environ la moitié des gens estiment que le terme « adoption du numérique » est le mieux décrit par le concept de présence numérique, comme les sites Web et plateformes de commerce électronique (52 %) ainsi que le marketing et la publicité numériques (45 %). Un peu moins de quatre personnes sur dix croient que ce concept

est le mieux représenté par les systèmes de paiement numériques (38 %) et les applications mobiles (36 %). Environ trois personnes sur dix décrivent quant à elles l'adoption du numérique comme se rapportant à l'infonuagique (30 %) et à l'intelligence artificielle (28 %). Les outils collaboratifs et de gestion de projets arrivent en bas de la liste, avec 20 %.

Pertinence d'aspects précis du PCAN

Les aspects du PCAN jugés les plus pertinents demeurent les mêmes après la campagne, soit les subventions couvrant les coûts de l'adoption de nouvelles technologies (74 %, en hausse de 4 % depuis la campagne), la formation et les services-conseils pour accroître sa présence en ligne (73 %, en hausse de 4 %) et les prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies dans les activités (73 %, en hausse de 2 %). Un peu moins de sept personnes sur dix trouvent les quatre autres aspects pertinents, un résultat en grande partie inchangé depuis la campagne.

G. Énoncé de neutralité politique et coordonnées

Par la présente, je certifie, en tant que cadre supérieur d'Environics, que les produits livrables sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, comme elles sont définies dans la Politique sur les communications et l'image de marque et la Directive sur la gestion des communications. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Derek Leebosh
Vice-président, Affaires publiques, Environics Research Group
derek.leebosh@environics.ca.
416 820-1963

Fournisseur : Environics Research Group
Numéro de contrat : U1400-222092/001/CY
Date du contrat initial : 11 janvier 2022

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec le ministère à l'adresse : publicopinionresearch-recherchesurlopinionpublique@ised-isde.gc.ca

Constatations détaillées

A. Conditions commerciales et défis

1. La santé générale des entreprises

Six décideurs et décideuses de PME sur dix affirment que leur entreprise se trouve en excellente ou en bonne santé, un résultat en hausse de 5 % par rapport à celui du sondage pré-campagne.

Lorsqu'on leur demande de décrire la santé générale de leur entreprise, six répondants et répondantes sur dix (60 %) fournissent une évaluation positive de 5 (22 %) ou de 4 (38 %) sur une échelle de 5 points. Ces résultats marquent une hausse de cinq points par rapport aux résultats du sondage précédent, mené en février et en mars 2022, avant la campagne publicitaire sur le PCAN. Une personne sur dix décrit la santé de son entreprise de façon négative, lui accordant une note de 2 ou de 1 sur 5, ce qui marque une baisse de 4 % par rapport au sondage pré-campagne.

Santé de l'entreprise

Santé de l'entreprise	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Net : Excellente/bonne	60 %	55 %
5 – Excellente	22 %	20 %
4	38 %	36 %
3	29 %	29 %
Net : Mauvaise/très mauvaise	10 %	14 %
2	7 %	9 %
1 – Très mauvaise	3 %	5 %

Q13. Sur une échelle de 1 à 5, comment décririez-vous la santé générale de votre entreprise à l'heure actuelle?

Sont plus susceptibles d'évaluer favorablement la santé générale de leur entreprise (en accordant une note de 4 ou de 5) les répondants et répondantes dont l'entreprise est de plus grande taille et compte de 50 à 499 employés (80 %) ou dont l'entreprise est implantée au Québec (67 %), les francophones (68 %), les 18 à 34 ans (69 %), les hommes (66 %) et les personnes qui se souviennent de la publicité numérique sur le PCAN (74 %).

2. Les plus grands défis auxquels les entreprises font face

Les plus grands défis auxquels les PME font face sont le coût des biens et des services, l'augmentation de la rentabilité ainsi que l'embauche et la fidélisation du personnel.

Lorsqu'on leur demande quels sont les trois principaux défis auxquels leur entreprise fait face, les gens répondent le plus souvent le coût des biens et des services (41 %, en hausse de 6 % par rapport au sondage pré-campagne), l'augmentation de la rentabilité (30 %, un résultat inchangé), l'embauche et la fidélisation du personnel (27 %, en hausse de 7 %) et le marketing ou l'établissement de la clientèle (22 %, en baisse de 5 %).

Les autres préoccupations sont mentionnées par des pourcentages plus faibles, en grande partie inchangés par rapport aux résultats d'avant la campagne. La cybersécurité, un choix de réponse qui ne figurait pas dans le sondage pré-campagne, représente une préoccupation majeure pour 12 % des gens.

Les plus grands défis auxquels les entreprises font face

Les plus grands défis auxquels les entreprises font face	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
S'adapter au coût des biens et des services	41 %	35 %
Accroître sa rentabilité	30 %	30 %
Embaucher et garder son personnel	27 %	20 %
S'occuper de son marketing/établir sa clientèle	22 %	27 %
Augmenter la productivité	18 %	18 %
Résoudre des problèmes de chaîne d'approvisionnement/de logistique	17 %	18 %
Se démarquer de la concurrence	14 %	13 %
Intégrer les nouvelles technologies à ses activités	13 %	14 %
Se conformer à la réglementation gouvernementale	12 %	15 %
Obtenir du financement/des prêts	12 %	14 %
Cybersécurité	12 %	S.O.
Trouver des partenaires ou un mentor	8 %	7 %
Développer et tester un produit	5 %	8 %
Aucun, notre entreprise n'est confrontée à aucun défi	5 %	7 %
Autre	1 %	2 %
Affronter les problèmes liés à la COVID-19/effets de la pandémie sur les marchés	0 %	2 %

Q14. Quels sont les trois plus grands défis auxquels votre entreprise fait actuellement face?

On observe quelques différences dignes de mention entre les sous-groupes dans les défis relevés. Les personnes dont l'entreprise compte de deux à quatre employés (50 %) et celles qui ont répondu au sondage en anglais (44 %) sont plus susceptibles d'indiquer que leur plus grand défi consiste à s'adapter au coût des biens et des services. L'augmentation de la rentabilité est relevée plus souvent par les petites entreprises comptant un seul employé (38 %). L'embauche et la fidélisation du personnel sont des aspects plus difficiles pour les répondants et répondantes dont l'entreprise compte de 5 à 49 (35 %) ou de 50 à 499 employés (38 %) ainsi que pour ceux qui ont répondu au sondage en français (36 %). Le marketing et l'établissement de la clientèle sont un défi plus important pour les entreprises qui comptent un seul (41 %) ou de deux à quatre employés (30 %). Les décideurs et décideuses d'entreprises de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés sont plus enclins à relever des difficultés liées à la chaîne d'approvisionnement et à la logistique (25 %), à la cybersécurité (23 %) et à l'intégration des nouvelles technologies aux activités (21 %).

3. Site Web d'entreprise et prise de commandes en ligne

Deux personnes sur trois affirment que leur entreprise possède actuellement un site Web. De ce nombre, les deux tiers disent que leur site prend en charge les commandes en ligne. Ces résultats sont largement inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne.

Tant dans le sondage mené avant la campagne que dans celui réalisé après, 65 % des décideurs et décideuses de PME affirment que leur entreprise dispose d'un site Web. Parmi ceux-ci, 65 % (en baisse d'un point) indiquent que leur site Web prend en charge les commandes en ligne.

Site Web d'entreprise et prise de commandes en ligne

Répondants et répondantes ayant répondu « oui » aux deux questions	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Oui, l'entreprise détient un site Web.	65 %	65 %
Oui, le site Web prend en charge les commandes en ligne. SOUS-ÉCHANTILLON : Répondants et répondantes dont l'entreprise détient un site Web (n = 662)	65 %	64 %

Q19 Votre entreprise a-t-elle actuellement un site Web?

Q20 Le site Web de votre entreprise peut-il prendre des commandes en ligne? SOUS-ÉCHANTILLON : Répondants et répondantes dont l'entreprise détient un site Web (n = 662)

Sont plus susceptibles d'avoir un site Web d'entreprise les répondants et répondantes dont l'entreprise est de moyenne taille et compte de 50 à 499 employés (84 %), les 18 à 34 ans (72 %) et les 35 à 54 ans (70 %), les hommes (70 %), les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN (78 %) et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme (74 %).

Parmi les personnes dont l'entreprise dispose d'un site Web, sont plus nombreux à avoir la capacité de prendre en charge les commandes en ligne : les répondants et répondantes dont l'entreprise est de moyenne taille et compte de 50 à 499 employés (73 %), les personnes ayant répondu au sondage en anglais (66 %), les 18 à 34 ans (71 %), les hommes (68 %), les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN (75 %) et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme (70 %).

4. Priorités numériques des entreprises au cours des prochaines années

De 55 à 77 % des décideurs et décideuses de PME estiment que tous les aspects mentionnés représentent une grande ou une moyenne priorité pour leur entreprise au cours des prochaines années. Les aspects jugés les plus prioritaires sont l'augmentation de la présence en ligne, un recours accru aux technologies numériques dans le marketing et la cybersécurité et l'augmentation des ventes en ligne. Les priorités ont toutes légèrement augmenté depuis la campagne.

Au cours des trois prochaines années, les décideurs et décideuses de PME se donnent principalement comme priorité d'accroître leur présence en ligne (77 %, en hausse de 4 % par rapport au sondage pré-campagne), d'augmenter leurs ventes en ligne (73 %, en hausse de 5 %) et de recourir davantage aux technologies numériques dans les domaines du marketing (70 %, en hausse de 4 %) et de la cybersécurité (70 %, en hausse de 3 %). Environ les deux tiers considèrent les autres mesures comme revêtant une priorité élevée ou modérée, et chacun de ces aspects connaît en moyenne une hausse de deux à quatre points de pourcentage par rapport aux résultats d'avant la campagne.

Net : Grande priorité/priorité moyenne pour les PME au cours des trois prochaines années

Répondants et répondantes qui accordent une note de 4 (grande priorité) ou de 3 (priorité moyenne)	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Augmenter la présence en ligne (p. ex., créer un site Web, utiliser les médias sociaux, recourir au marketing numérique)	77 %	73 %
Augmenter le recours aux technologies numériques en marketing	73 %	68 %
Augmenter le recours aux technologies numériques dans la cybersécurité	70 %	66 %
Augmenter les ventes en ligne	70 %	67 %
Augmenter le recours aux technologies numériques dans la comptabilité	68 %	64 %
Augmenter le recours aux technologies numériques dans la production	61 %	58 %
Augmenter le recours aux technologies numériques en ressources humaines	61 %	56 %
Augmenter le recours aux technologies numériques en expédition et réception	58 %	55 %
Augmenter le recours aux technologies numériques dans la fabrication	55 %	53 %

Q21 Dans les trois prochaines années, à quel point chacune des mesures suivantes sera-t-elle une priorité pour votre entreprise?

Les personnes les plus susceptibles de juger que tous les aspects constituent une priorité moyenne ou une grande priorité pour leur entreprise au cours des trois prochaines années sont celles dont l'entreprise est de moyenne taille et compte de 50 à 499 employés, celles qui ont répondu au sondage en anglais, celles qui sont âgées de 18 à 34 ans, celles qui se souviennent de la publicité sur le PCAN et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur ce programme.

5. Défis liés à l'accroissement de la présence ou des ventes en ligne

Le manque de financement, l'embauche et la fidélisation d'employés qualifiés et le manque de connaissance du marketing numérique sont toujours les principaux obstacles à l'accroissement des ventes en ligne.

Environ le tiers des répondants et répondantes estiment que le manque de financement constitue pour eux un défi (34 %, en hausse de 6 % depuis la campagne). Le quart des gens éprouvent de la difficulté à embaucher et à retenir des employés qualifiés (26 %, en hausse de 3 %) et n'ont pas suffisamment de connaissances sur le marketing numérique (22 %, en baisse de 2 %). Un peu moins de deux personnes sur dix disent mal connaître les technologies en ligne, éprouver des difficultés quant à la protection des données et à la cybersécurité et rencontrer des problèmes de logistique, des résultats sensiblement inchangés depuis la campagne. Moins de 15 % des répondants et répondantes continuent de faire faire à d'autres défis.

Défis liés à l'accroissement de la présence ou des ventes en ligne

Défis liés à l'accroissement de la présence ou des ventes en ligne	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Manque de financement	34 %	28 %
Difficulté à embaucher et à retenir des employés qualifiés	26 %	23 %
Manque de connaissance du marketing numérique	22 %	24 %
Manque de connaissance des technologies en ligne	19 %	18 %
Défis liés à la protection des données et à la cybersécurité	18 %	17 %
Défis logistiques	18 %	16 %
Défis liés à la prise de commandes en ligne (p. ex., traitement des paiements par carte de crédit)	15 %	14 %
Défis liés à l'exportation à l'étranger	12 %	13 %
Défis liés au traitement des commandes	11 %	12 %
Absence d'une bonne connexion Internet	11 %	12 %
Autre	1 %	2 %
Aucun de ces choix	19 %	22 %

Q22 Parmi les défis suivants, quels sont ceux auxquels votre entreprise fait face dans l'accroissement de sa présence ou de ses ventes en ligne, le cas échéant?

On observe quelques différences dignes de mention entre les sous-groupes dans les défis relevés. Les entreprises de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés et celles comptant de 5 à 49 employés ont davantage de difficulté à retenir des employés qualifiés (36 % et 31 %). La protection des données et la cybersécurité représentent aussi plus souvent un défi pour les entreprises de moyenne taille (25 %). Le manque de financement constitue un plus grand obstacle pour les personnes ayant répondu au sondage en anglais (39 %). Celles qui ont répondu en français, quant à elles, sont plus susceptibles d'indiquer qu'aucun de ces aspects ne constitue un défi pour elles (28 %). Les défis logistiques sont plus courants chez les personnes âgées de 28 à 34 ans (23 %), tandis que les 55 ans et plus sont plus nombreux à ne choisir aucune de ces réponses (32 %).

B. Programmes du gouvernement du Canada destinés aux entreprises

1. Les programmes et ressources du gouvernement à l'intention des entreprises

Environ la moitié des gens sont toujours d'accord pour dire que le gouvernement comprend les défis auxquels les PME font face et qu'il offre des programmes visant à soutenir les entreprises de différentes façons, notamment pour les aider à développer une présence en ligne, à accroître leurs ventes en ligne et à recourir davantage aux technologies numériques.

La moitié des gens conviennent que le gouvernement du Canada offre une vaste gamme de programmes de soutien aux PME (50 %, en baisse de 4 % depuis la campagne). Un peu moins de cinq personnes sur dix estiment que le gouvernement offre des programmes pour aider les PME à recourir davantage aux technologies numériques dans le cadre de leurs activités, à développer leur présence en ligne et à accroître leurs ventes en ligne (48 %, 47 % et 46 %, des résultats largement inchangés). En outre, 45 % des gens sont toujours d'accord pour dire que le gouvernement du Canada comprend les défis auxquels les PME font face.

Niveau d'accord net avec les énoncés sur le soutien offert aux entreprises par le gouvernement du Canada

Répondants et répondantes qui sont tout à fait ou plutôt d'accord avec les énoncés	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Le gouvernement canadien offre une vaste gamme de programmes de soutien aux entreprises du pays.	50 %	54 %
Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent recourir davantage aux technologies numériques dans le cadre de leurs activités.	48 %	48 %
Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent développer une présence en ligne (p. ex., créer un site Web).	47 %	46 %
Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent accroître leurs ventes en ligne.	46 %	45 %
Le gouvernement canadien comprend les défis auxquels font face les entreprises du pays.	45 %	46 %

Q15 a, b, c, d, e Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

Sont plus souvent d'accord avec tous ces énoncés les répondants et répondantes qui travaillent au sein d'une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés, les 18 à 34 ans, les hommes, les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme. Ceux et celles ayant répondu au sondage en anglais sont aussi plus nombreux à convenir que le gouvernement du Canada offre une vaste gamme de programmes de soutien aux PME, notamment pour les aider à développer une présence en ligne.

2. Importance des priorités du gouvernement pour aider les entreprises

D'importantes majorités au sein des répondants et répondantes considèrent comme importantes l'ensemble des priorités du gouvernement visant à appuyer les entreprises, en particulier pour ce qui est de les aider à obtenir du financement, d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne et de soutenir le développement économique régional. L'importance perçue de tous les aspects est semblable à celle d'avant la campagne.

Pour plus de sept personnes sur dix, les deux activités du gouvernement du Canada les plus importantes pour appuyer les PME consistent toujours à aider les entreprises à obtenir du financement (74 %, en hausse de 2 % depuis la campagne) et à améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne (74 %, en hausse de 3 %). Parmi les autres activités jugées importantes, notons le soutien au développement économique régional, la promotion et le maintien d'une concurrence équitable dans les marchés et un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises (73 %, 71 % et 71 %, des résultats essentiellement inchangés). Les autres activités sont considérées comme importantes par un peu moins de sept personnes sur dix, des résultats largement inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne. En outre, plus du tiers des répondants et répondantes continuent de trouver toutes les activités très importantes, surtout pour ce qui est d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne, qui est jugée très importante par 45 % des gens.

Importance nette des activités de soutien aux entreprises du gouvernement du Canada

Répondants et répondantes ayant accordé une note de 5 (très important) ou de 4	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Aider les entreprises à obtenir du financement	74 %	72 %
Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne	74 %	71 %
Soutenir le développement économique régional	73 %	72 %
Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés	71 %	70 %
Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises	71 %	70 %
Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises	70 %	71 %
Encourager les entreprises canadiennes à innover	70 %	68 %
Aider les entreprises à s'améliorer	70 %	67 %
Aider les entreprises à adopter des technologies numériques	69 %	64 %
Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés	69 %	69 %
Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir	68 %	69 %
Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace	68 %	67 %
Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes	67 %	67 %
Investir dans des activités de fabrication au pays	65 %	65 %

Q16 a à n Le gouvernement canadien a identifié plusieurs priorités visant à appuyer les entreprises du pays. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer dans quelle mesure chacune des priorités suivantes est importante pour votre entreprise.

Les personnes qui travaillent au sein d'une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés sont plus enclines à trouver important d'encourager les entreprises à investir dans les technologies vertes (76 %). Celles qui ont répondu au sondage en français sont plus susceptibles d'indiquer qu'il est important d'encourager les entreprises à innover (76 %). Les personnes âgées de 55 ans et plus et celles qui résident dans les provinces de l'Atlantique sont plus nombreuses à trouver qu'il est important d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne (80 % et 85 %). Enfin, les personnes qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le PCAN trouvent plus souvent que toutes ces activités sont importantes.

3. Évaluation de la performance du gouvernement dans le soutien aux entreprises

Quatre ou cinq répondants et répondantes sur dix évaluent favorablement la performance du gouvernement du Canada dans tous les aspects liés au soutien aux entreprises. Les évaluations les plus positives sont attribuées au fait d'encourager les entreprises canadiennes à innover et de les aider à adopter des technologies numériques. Ces résultats sont largement inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne.

Environ la moitié des répondants et répondantes trouvent que le gouvernement du Canada fait du bon travail pour ce qui est d'encourager les entreprises canadiennes à innover, de les aider à adopter les technologies numériques et d'améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne (48 %, 47 % et 46 %, des résultats sensiblement inchangés depuis la campagne). Les gens évaluent aussi la performance du gouvernement de façon positive lorsqu'il est question d'encourager les entreprises à investir dans les technologies vertes, de soutenir le développement économique régional et d'aider les entreprises à obtenir du financement (45 % pour chaque mesure, un résultat largement inchangé). L'aspect dans lequel le gouvernement offre la moins bonne performance est le fait d'aider les entreprises à s'améliorer, avec 39 %, en baisse de 3 % depuis la campagne.

Résultats nets : bonne performance du gouvernement du Canada dans ses activités de soutien

Répondants et répondantes ayant accordé une note de 5 (excellente performance) ou de 4	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Encourager les entreprises canadiennes à innover	48 %	47 %
Aider les entreprises à adopter des technologies numériques	47 %	45 %
Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne	46 %	46 %
Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes	45 %	45 %
Soutenir le développement économique régional	45 %	45 %
Aider les entreprises à obtenir du financement	45 %	47 %
Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés	43 %	45 %
Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir	43 %	42 %
Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises	42 %	45 %
Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés	41 %	42 %
Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace	41 %	44 %
Investir dans des activités de fabrication au pays	40 %	44 %
Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises	40 %	42 %
Aider les entreprises à s'améliorer	39 %	42 %

Q17 a à n Sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous la performance du gouvernement du Canada par rapport à chacune de ces mêmes priorités?

Sont plus nombreux à trouver que le gouvernement du Canada fait du bon travail dans tous ces aspects les répondants et répondantes qui travaillent au sein d'une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés, les 18 à 34 ans, les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme. Les personnes ayant répondu au sondage en anglais sont plus enclines à trouver que le gouvernement du Canada fait du bon travail pour ce qui est d'encourager les entreprises à innover et à investir dans les technologies vertes et de les aider à obtenir du financement.

4. Connaissance des programmes s'adressant aux entreprises canadiennes

Le niveau de connaissance de programmes précis du gouvernement visant à appuyer les entreprises varie entre 25 et 39 %. Le Programme de financement des petites entreprises du Canada, CyberSécuritaire Canada, Appli Entreprises Canada et l'infolettre Info-affaires GC sont les initiatives les mieux connues. Le niveau de connaissance de ces programmes est sensiblement le même qu'avant la campagne.

Les programmes s'adressant aux PME qui sont les mieux connus sont le Programme de financement des petites entreprises du Canada (39 %, en baisse de 7 % depuis la campagne), CyberSécuritaire Canada (35 %, un résultat largement inchangé), Appli Entreprises Canada (35 %, largement inchangé) et les bulletins Info-affaires GC et La COVID-19 et votre entreprise (35 %, en baisse de 8 %). Les autres programmes sont connus d'environ trois personnes sur dix, des résultats en grande partie inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne. En outre, environ le tiers des gens connaissent Corporation d'innovation du Canada (32 %) et le Programme canadien d'adoption du numérique (31 %), deux options qui n'étaient pas présentées dans le sondage pré-campagne.

Niveau de connaissance net des programmes s'adressant aux entreprises canadiennes

Répondants et répondantes ayant accordé une note de 1 (« je le connais très bien ») ou de 2 (« je le connais plutôt bien »)	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Programme de financement des petites entreprises du Canada	39 %	46 %
CyberSécuritaire Canada	35 %	34 %
Appli Entreprises Canada	35 %	33 %
Infolettre : Info-affaires GC/Infolettre : La COVID-19 et votre entreprise*	35 %	43 %
Croissance économique régionale par l'innovation	32 %	33 %
Outil de recherche d'aide aux entreprises (en ligne)	32 %	32 %
Corporation d'innovation du Canada	32 %	S.O.
Solutions innovatrices Canada	32 %	33 %
Fonds stratégique pour l'innovation	31 %	33 %
Programme canadien d'adoption du numérique	31 %	S.O.
Stratégie en matière de propriété intellectuelle du Canada	30 %	30 %
Programme pour l'entrepreneuriat des communautés noires	29 %	31 %
Service de croissance accélérée	28 %	29 %
Grappes d'innovation mondiales/Initiative des supergrappes d'innovation*	28 %	27 %
Initiative de catalyse du capital de risque	27 %	29 %
Biofabrication	27 %	28 %
Carrefour de la croissance propre	27 %	28 %
Défi 50-30	25 %	26 %

* Le nom du programme a changé depuis la campagne

Q18 a à r. Dans quelle mesure connaissez-vous chacun des programmes du gouvernement canadien suivants visant à aider les entreprises au pays? Si vous n'avez jamais entendu parler d'un programme, veuillez choisir « Je ne le connais pas du tout, je n'en ai jamais entendu parler ».

Les répondants et répondantes qui sont les plus susceptibles de connaître tous ces programmes sont ceux qui travaillent au sein d'une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés, ceux qui ont répondu au sondage en anglais, les 18 à 34 ans, les hommes, les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN et celles qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme. Le niveau de connaissance tend à être plus faible chez les personnes dont l'entreprise compte un seul ou de deux à quatre employés, celles qui ont répondu au sondage en français, celles qui sont âgées de 55 ans et plus et les femmes.

5. Pertinence des types d'information pour les entreprises

Une majorité trouve tous les types de renseignements pertinents, les renseignements fiscaux, l'information sur le gouvernement canadien et les programmes de soutien financier, l'information sur la cybersécurité et un répertoire des programmes gouvernementaux arrivant en tête pour les PME. La pertinence des types d'information existante demeure en grande partie inchangée par rapport à celle d'avant la campagne.

Les quatre types de renseignements jugés les plus pertinents pour les PME, choisis par plus de sept personnes sur dix, sont les renseignements fiscaux (80 %; ce choix de réponse ne figurait pas dans le sondage pré-campagne), l'information sur le gouvernement du Canada et les programmes de soutien financier (78 %, en hausse de 3 % depuis la campagne), la cybersécurité (75 %, en hausse de 2 %) et un répertoire des programmes du gouvernement du Canada (75 %; option non présentée dans le sondage pré-campagne). Environ sept personnes sur dix trouvent aussi pertinents l'information sur l'adoption du numérique (70 %; option non présentée dans le sondage pré-campagne), les mises à jour sur les conditions et perspectives économiques (70 %, en baisse de 1 %), l'information sur la santé mentale (68 %; option non présentée avant la campagne) ainsi que les outils et conseils de sécurité en milieu de travail (67 %, en hausse de 1 %).

Pertinence nette des types d'information pour les entreprises

Répondants et répondantes ayant accordé une note de 4 (« très pertinent ») ou de 3 (« assez pertinent »)	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Renseignements fiscaux	80 %	S.O.
Information sur le gouvernement canadien et les programmes de soutien financier	78 %	75 %
Cybersécurité	75 %	73 %
Répertoire des programmes du gouvernement du Canada à l'intention des entreprises	75 %	S.O.
Information sur l'adoption du numérique	70 %	S.O.
Mises à jour sur les conditions/perspectives économiques	70 %	71 %
Information sur la santé mentale	68 %	S.O.
Outils et conseils de sécurité en milieu de travail	67 %	66 %
Ressources sur l'écoresponsabilité	65 %	S.O.
Statistiques sur les petites entreprises et données de recensement	65 %	63 %
Assurance-crédit	65 %	61 %
Information sur la propriété intellectuelle	64 %	64 %
Chaîne d'approvisionnement/logistique	61 %	S.O.
Ressources sur la diversité et l'inclusion	60 %	S.O.
Outils et conseils d'exportation	57 %	57 %
Évolution de l'industrie manufacturière au Canada	57 %	S.O.
Intelligence artificielle	56 %	S.O.

Q25. Dans quelle mesure chacun des types d'information suivants est-il pertinent pour votre entreprise à l'heure actuelle?

Quelques différences ressortent entre les sous-groupes dans l'information jugée pertinente. Les répondants et répondantes qui sont les plus susceptibles de trouver tous ces renseignements pertinents sont ceux qui ont répondu au sondage en anglais, ceux qui se souviennent de la publicité sur le PCAN (à l'exception des renseignements fiscaux) et ceux qui sont susceptibles de rechercher de l'information sur le programme. Les personnes âgées de 18 à 34 ans tendent davantage à trouver tous les renseignements pertinents, à l'exception de ceux concernant les impôts et la cybersécurité. En outre, les personnes qui travaillent pour une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés trouvent plus souvent pertinents les renseignements sur l'adoption du numérique (87 %), la cybersécurité (85 %) et la santé mentale (82 %) ainsi que les outils et conseils de sécurité en milieu de travail (82 %).

C. Réactions au PCAN

1. Probabilité de rechercher de l'information sur le PCAN

Après avoir pris connaissance d'une description détaillée du PCAN, un peu moins de six personnes sur dix affirment qu'il est probable qu'elles cherchent à en savoir plus à ce sujet.

Après avoir lu une description complète du PCAN, près de six décideurs et décideuses de PME sur dix (58 %) affirment qu'il est très (14 %) ou assez (44 %) probable qu'ils cherchent à obtenir plus d'information à ce sujet. Environ le quart des gens indiquent qu'il n'est pas très probable qu'ils cherchent à en savoir plus sur le PCAN. Un peu moins de deux personnes sur dix indiquent quant à elles qu'il n'est pas du tout probable qu'elles cherchent à obtenir de l'information sur le PCAN ou que cela ne concerne pas leur entreprise.

Probabilité de rechercher de l'information sur le PCAN

Probabilité	Très probable	Assez probable	Pas très probable	Pas du tout probable/ Ne s'applique pas à mon entreprise
Post-campagne (n = 1 011)	14 %	44 %	24 %	18 %

Q23 a. Pour encourager les petites et moyennes entreprises (PME) du pays à adopter des technologies numériques, le gouvernement du Canada a annoncé dans son Budget 2021 le lancement du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN). Le PCAN offre aux PME de tous les secteurs d'activité deux volets de financement pour l'adoption de nouvelles technologies : l'un sera destiné aux petites entreprises qui ont besoin d'aide de base pour établir une vitrine numérique et implanter le commerce électronique, et l'autre volet sera destiné aux entreprises de plus grande envergure/complexité qui souhaitent accroître leurs capacités numériques et accroître leur productivité par un passage au numérique. Dans l'ensemble, dans quelle mesure est-il probable que vous cherchiez à obtenir plus d'information au sujet du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN)?

Les répondants et répondantes les plus enclins à dire qu'il est au moins assez probable qu'ils cherchent à en savoir plus sur le PCAN sont ceux qui travaillent pour une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés (73 %), ceux basés en Ontario (67 %), les anglophones (62 %), les 18 à 34 ans (66 %), les 35 à 54 ans (62 %), les hommes (62 %) et les personnes qui se souviennent de la publicité sur le PCAN (68 %).

2. Définition de l'adoption du numérique

Le concept d'« adoption du numérique » est principalement perçu comme synonyme de présence numérique, par exemple par les sites Web et les plateformes de commerce électronique, le marketing et la publicité numériques, les systèmes de paiement numériques et les applications mobiles.

Environ la moitié des gens estiment que le terme « adoption du numérique » est le mieux décrit par le concept de présence numérique, comme les sites Web et plateformes de commerce électronique (52 %) ainsi que le

marketing et la publicité numériques (45 %). Un peu moins de quatre personnes sur dix croient que ce concept est le mieux représenté par les systèmes de paiement numériques (38 %) et les applications mobiles (36 %). Environ trois personnes sur dix décrivent quant à elles l'adoption du numérique comme se rapportant à l'infonuagique (30 %) et à l'intelligence artificielle (28 %). Les outils collaboratifs et de gestion de projets arrivent en bas de la liste, avec 20 %.

Concept décrivant le mieux l'« adoption du numérique »

Concept décrivant le mieux l'« adoption du numérique »	Post-campagne (n = 1 011)
Site Web/plateformes de commerce électronique	52 %
Marketing/publicité numériques	45 %
Systèmes de paiement numériques	38 %
Applications mobiles	36 %
Infonuagique	30 %
Intelligence artificielle (IA)	28 %
Outils collaboratifs/de gestion de projets	20 %
Autre	1 %
Aucun de ces choix	9 %

Q23 b. Du point de vue des affaires, quel concept parmi les suivants décrit le mieux le terme « adoption du numérique » selon vous?

On observe quelques différences marquées entre les sous-groupes dans la façon dont les gens définissent l'« adoption du numérique ». Les personnes travaillant dans une entreprise de moyenne taille qui compte de 50 à 499 employés associent plus souvent ce concept à l'infonuagique (39 %) et à l'intelligence artificielle (38 %). Celles qui ont répondu au sondage en anglais décrivent davantage l'« adoption du numérique » comme du marketing ou de la publicité numériques (46 %), des systèmes de paiement numériques (41 %) et de l'infonuagique (31 %). Les répondants et répondantes qui sont les plus enclins à chercher de l'information sur le PCAN sont aussi plus nombreux à indiquer que tous les termes proposés décrivent bien l'« adoption du numérique ».

3. Pertinence d'aspects précis du PCAN

La grande majorité des décideurs et décideuses de PME trouvent tous les aspects du PCAN au moins assez pertinents pour eux. Les aspects les plus utiles sont les microsubventions visant à couvrir les coûts de l'adoption de nouvelles technologies, la formation et les services-conseils pour accroître la présence en ligne et les prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies aux activités. Ces résultats sont largement inchangés par rapport à ceux d'avant la campagne.

Les aspects du PCAN jugés les plus pertinents demeurent les mêmes après la campagne, soit les subventions couvrant les coûts de l'adoption de nouvelles technologies (74 %, en hausse de 4 % depuis la campagne), la formation et les services-conseils pour accroître sa présence en ligne (73 %, en hausse de 4 %) et les prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies dans les activités (73 %, en hausse de 2 %). Un peu moins de sept personnes sur dix trouvent les quatre autres aspects pertinents, un résultat en grande partie inchangé depuis la campagne.

Pertinence nette des aspects du PCAN

Répondants et répondantes ayant accordé une note de 4 (« très pertinent ») ou de 3 (« assez pertinent »)	Post-campagne (n = 1 011)	Pré-campagne (n = 1 001)
Microsubventions pour couvrir des coûts associés à l'adoption de nouvelles technologies	74 %	70 %
Formation et services-conseils pour accroître la présence en ligne de votre entreprise (p. ex., aide à la création/l'amélioration de votre site Web)	73 %	69 %
Prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies dans les activités de votre entreprise	73 %	71 %
Formation et services-conseils pour aider votre entreprise à intégrer plus de technologies à ses activités	69 %	68 %
Subventions couvrant les frais des services-conseils nécessaires pour développer un plan sur mesure du passage au numérique	69 %	68 %
Formation et services-conseils pour augmenter les ventes en ligne de votre entreprise	69 %	66 %
Possibilités de formation et d'emploi offertes à 28 000 jeunes pour aider les entreprises du pays à adopter de nouvelles technologies	65 %	65 %

Q24. Dans quelle mesure chacun des aspects suivants du Programme canadien d'adoption du numérique est-il pertinent pour votre entreprise?

On observe quelques différences dignes de mention entre les sous-groupes dans les aspects considérés comme pertinents. Les répondants et répondantes qui travaillent pour une entreprise de moyenne taille comptant de 50 à 499 employés sont plus susceptibles de trouver pertinents la formation et les services-conseils sur l'intégration de la technologie aux activités (83 %). Avec les 18 à 34 ans, ils sont aussi plus nombreux à trouver utiles les possibilités de formation et d'emploi offertes à 28 000 jeunes pour aider les PME du pays à adopter de nouvelles technologies (76 % et 83 %). Les personnes ayant répondu au sondage en anglais, celles qui se souviennent de la publicité sur le PCAN et celles qui sont susceptibles de chercher de l'information sur le programme sont plus nombreuses à trouver tous ses aspects pertinents.

Annexe A : Méthodologie du sondage OECF

L'évaluation au moyen de l'OECF a été réalisée en deux phases : une phase de référence avant la campagne, puis une autre après la campagne. Chaque instrument de recherche était composé des questions de l'Outil d'évaluation de campagnes publicitaires utilisées par le gouvernement du Canada pour évaluer les campagnes de plus de 1 000 000 \$. Dans le sondage post-campagne, des questions ont été ajoutées afin d'évaluer le taux de rappel d'aspects précis de la campagne, en plus des questions évaluant l'incidence sur les opinions et les comportements et d'une série de questions portant précisément sur le Programme canadien d'adoption du numérique.

Conception et pondération de l'échantillon

Étaient admissibles à chacun des sondages en ligne les propriétaires, associés et associées ou membres de la direction d'une micro, petite ou moyenne entreprise, soit toute entreprise comptant moins de 500 employés. L'échantillon comptait des résidents et résidentes de toutes les provinces. Le sondage s'est déroulé en français et en anglais et comprenait un lien accessible pour les personnes se servant d'un téléphone mobile ou d'une technologie de lecture d'écran.

Le sondage n'était pas probabiliste puisque les répondants et répondantes ont été recrutés à partir d'un panel; aucune estimation formelle de l'erreur d'échantillonnage ne peut donc être calculée. Bien que les panels à participation volontaire ne soient pas des échantillons probabilistes tirés au hasard, les sondages en ligne peuvent être utilisés auprès de la population générale, pour autant qu'ils soient conçus adéquatement et qu'ils fassent appel à un panel bien géré comptant un grand nombre de personnes.

Les répartitions régionales suivantes ont été obtenues pour les sondages :

Région	Échantillon non pondéré Vague 2	Échantillon non pondéré Vague 1
Canada atlantique	67	60
Québec	260	264
Ontario	379	366
Prairies	175	176
C.-B.	130	135
CANADA	1 011	1 001

Conception du questionnaire

Le sondage s'appuyait sur l'OECF, soit des questions normalisées du gouvernement du Canada, auquel se sont ajoutées des questions approuvées par ISDE pour répondre à des objectifs d'analyse précis.

Les analystes de données d'Environics ont programmé les questionnaires avant de soumettre ceux-ci à des tests approfondis afin d'assurer l'exactitude de l'organisation et de la collecte des données. Cette validation a permis de garantir que le processus de saisie des données était conforme à la logique de base des sondages. Le système

de collecte de données a pris en charge les invitations, les quotas et les réponses aux questionnaires (l'enchaînement des questions et les intervalles valides).

La version définitive des questionnaires se trouve à l'annexe B.

Travail sur le terrain

Les sondages ont été effectués par Environics dans un environnement de sondage Web sécurisé doté de toutes les caractéristiques requises et situé au Canada. Le travail sur le terrain pour le sondage OECP pré-campagne (d'une durée moyenne de 15 minutes) s'est déroulé du 22 février au 8 mars 2022, tandis que celui du sondage OECP post-campagne (d'une durée moyenne de 15 minutes) a eu lieu du 7 au 30 mars 2023.

Tous les répondants et répondantes ont eu la possibilité de répondre au sondage dans la langue officielle de leur choix. Chaque sondage a été enregistré auprès du Service de vérification des recherches du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien, permettant d'en vérifier la légitimité. La collecte des données des sondages s'est déroulée conformément aux normes du gouvernement du Canada en matière de recherche sur l'opinion publique ainsi qu'à toutes les normes du secteur définies par le Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien, dont Environics est un membre fondateur. Environics a informé les répondants et répondantes de leurs droits en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur l'accès à l'information* et a veillé à ce que ces droits soient protégés tout au long du processus de recherche. Pour ce faire, elle a informé les gens de l'objectif de la recherche, a nommé le ministère commanditant la recherche ainsi que la société d'étude de marché et a avisé les répondants et répondantes que leur participation à l'étude était volontaire et que les renseignements fournis seraient traités conformément aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Les données tirées du sondage ont été pondérées afin d'assurer que l'échantillon était le plus représentatif possible de cette population en fonction des plus récentes informations de recensement disponibles.

Taux de réponse

Les taux de réponse sont présentés dans le tableau ci-dessous.

Répartition des communications

Répartition	OECP post-campagne (N)	OECP pré-campagne (N)
Nombre total d'invitations (c)	37 287	39 530
Nombre total de sondages terminés(d)	1 001	1 011
Répondant(e)s admissibles, mais qui ont abandonné (e)	249	376
Répondant(e)s non admissibles (f)	608	1 579
Aucune réponse (g)	34 676	36 002
Quotas atteints (h)	753	562
Taux de contact = (d+e+f+h)/c (%)	7 %	9 %
Taux de participation = (d+f+h)/c (%)	6 %	8 %

Profil des répondants

Profil des répondants

	Post-campagne
Poste	
Propriétaire/associé(e)	65 %
Cadre supérieur(e)	35 %
Nombre d'employés à temps plein	
1	20 %
De 2 à 4 employés	18 %
De 5 à 49 employés	34 %
De 50 à 499 employés	28 %
Région	
Atlantique	7 %
Québec	26 %
Ontario	37 %
Manitoba/Saskatchewan	6 %
Alberta	11 %
Colombie-Britannique/territoires	13 %
Âge	
De 18 à 34 ans	33 %
De 35 à 54 ans	45 %
55 ans et plus	22 %
Genre	
Homme	50 %
Femme	50 %
Emplacement	
Zone urbaine	52 %
Banlieue	30 %
Région rurale	16 %
Identité de la ou des personnes détenant plus de 50 % de l'entreprise	
Femmes	39 %
Personnes de moins de 40 ans	18 %
Membres d'une autre communauté racisée	12 %
Personnes handicapées	9 %
Membres de la communauté LGBTQ2+	8 %
Personnes noires ou d'ascendance africaine	8 %
Immigrant(e)s récent(e)s au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)	7 %
Autochtones (p. ex., membres des Premières Nations, les	5 %
Aucune de ces réponses	32 %
Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre	4 %

Identité des répondants	
Femme	44 %
Personne de moins de 40 ans	22 %
Membre d'une autre communauté racisée	11 %
Personne handicapée	8 %
Membre de la communauté LGBTQ2+	8 %
Personne noire ou d'ascendance africaine	6 %
Autochtone (p. ex., membre des Premières Nations, Métis[se] et	4 %
Immigrant(e) récent(e) au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)	4 %
Aucune de ces réponses	28 %
Je préfère ne pas répondre	2 %
Secteur d'activité	
Services professionnels, scientifiques et techniques	16 %
Construction	11 %
Commerce de détail	11 %
Fabrication	7 %
Arts, divertissement et loisirs	7 %
Santé et services sociaux	6 %
Finances et assurances	5 %
Services éducatifs	5 %
Hébergement, services de restauration et tourisme	4 %
Immobilier, location et location à bail	4 %
Commerce de gros	3 %
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	3 %
Transport et entreposage	3 %
Gestion d'entreprises et de sociétés	3 %
Services publics	2 %
Métiers qualifiés (p. ex., mécanique)	2 %
Services de soins personnels (p. ex., coiffure et esthétique)	1 %
Secteurs de l'information et de la culture	1 %
Soutien administratif, gestion des déchets et services	1 %
Administration publique	1 %
Mines, carrières et extraction de pétrole et de gaz	1 %
Autre	2 %

Annexe B : questionnaires OECF

19 février 2022

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES Innovation, Sciences et Développement économique Canada Questionnaire pré-campagne de référence – Environics Research

N = 1 000 propriétaires, associés ou cadres supérieurs d'entreprises canadiennes

INTRODUCTION

Merci de prendre le temps de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiennes et les Canadiens. Merci de prendre le temps de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiennes et les Canadiens. If you would prefer to respond to the survey in English please click on [English](#) [PASSER À LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire, et vos réponses aux questions qui vous seront alors posées demeureront strictement confidentielles. Il vous faudra environ 15 minutes pour répondre à ce sondage. Vous pouvez mettre fin à votre participation au sondage en tout temps.

Ce sondage est réalisé par le groupe de recherche Environics, pour le compte du gouvernement du Canada. Il est conforme aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et enregistré auprès du service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC).

Le présent sondage a été conçu pour être rempli à l'aide d'un ordinateur personnel ou d'une tablette. Si vous utilisez votre téléphone mobile pour y répondre, nous vous recommandons de le faire en mode paysage (écran à l'horizontale) afin que toutes les questions s'affichent correctement.

COMMENCER LE SONDAJE

Pour obtenir de l'aide d'ordre technique, veuillez communiquer avec le service de soutien, à l'adresse : [INSÉRER LE LIEN : ergonlinesurveysupport@Environics.ca].

1. Êtes-vous actuellement propriétaire, associé(e) ou cadre supérieur(e) d'une entreprise canadienne de quelque taille que ce soit, et à ce titre avez-vous de l'influence sur l'orientation générale de l'entreprise en question?

01 – Oui, je suis propriétaire/associé(e)

02 – Oui, je suis cadre supérieur(e) (p. ex. haute direction, direction du marketing/des technologies numériques/des ventes ou poste similaire)

03 – Non, aucun des choix ci-dessus

TERMINER

2. Y compris vous-même, combien d'employés à temps plein l'entreprise que vous possédez ou pour laquelle vous travaillez emploie-t-elle au Canada, approximativement?

01 – 1

02 – 2 à 4

03 – 5 à 24

04 – 25 à 49

05 – 50 à 99

06 – 100 à 249

07 – 250 à 499

08 – 500 ou plus

TERMINER

3. Dans quelle province ou dans quel territoire votre entreprise est-elle implantée?

01 – Alberta

02 – Colombie-Britannique

03 – Manitoba

04 – Nouveau-Brunswick

05 – Terre-Neuve-et-Labrador

06 – Territoires du Nord-Ouest

07 – Nouvelle-Écosse

08 – Nunavut

09 – Ontario

10 – Île-du-Prince-Édouard

**Innovation, Sciences et Développement économique Canada Programme d'adoption du numérique au Canada,
Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF)**

- 11 – Québec
- 12 – Saskatchewan
- 13 – Yukon
- 14 – Mon entreprise n'est pas implantée au Canada **TERMINER**

4. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

- 01 – Moins de 18 ans **TERMINER**
- 02 – 18 à 24 ans
- 03 – 25 à 34 ans
- 04 – 35 à 44 ans
- 05 – 45 à 54 ans
- 06 – 55 à 64 ans
- 07 – 65 ans ou plus

5. Êtes-vous...?

- 01 – Un homme
- 02 – Une femme
- 03 – D'un autre genre
- 99 – Je préfère ne pas répondre

6. Votre entreprise est-elle implantée dans...?

- 01 – Une zone urbaine
- 02 – Une banlieue
- 03 – Une petite collectivité
- 04 – Une région rurale
- 05 – Une région nordique/éloignée
- 99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

7. Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux le secteur d'activité dans lequel œuvre principalement votre entreprise?

- 01 – Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- 02 – Mines, carrières et extraction de pétrole et de gaz
- 03 – Services publics
- 04 – Construction
- 05 – Fabrication
- 06 – Commerce de gros
- 07 – Commerce de détail
- 08 – Transport et entreposage
- 09 – Secteur de l'information et de la culture
- 10 – Finance et assurance
- 11 – Immobilier, location et location à bail
- 12 – Services professionnels, scientifiques et techniques
- 13 – Gestion d'entreprises et de sociétés
- 14 – Soutien administratif, gestion des déchets et services d'assainissement
- 15 – Services éducatifs
- 16 – Santé et services sociaux
- 17 – Arts, divertissement et loisirs
- 18 – Hébergement, services de restauration et tourisme
- 19 – Administration publique
- 98 – Autre (veuillez préciser) : _____

QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS

8. Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada?

- 01 – Oui
- 02 – Non **PASSER À Q10**

SI OUI À Q8, PASSER À Q9

9. Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[NOTER]
Je ne me souviens pas

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE OECF – SANS AIDE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS

10. Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada faisant la promotion de programmes d'aide aux petites et moyennes entreprises (PME) qui décident d'adopter des technologies numériques pour se créer une vitrine numérique, implanter le commerce électronique ou renforcer leurs capacités numériques?

01 – Oui

02 – Non

PASSER À Q13

[SI OUI À Q10, PASSER À Q11 ET Q12]

11. À quel(s) endroit(s) avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada faisant la promotion de programmes d'aide aux petites et moyennes entreprises (PME) qui décident d'adopter des technologies numériques pour se créer une vitrine numérique, implanter le commerce électronique ou renforcer leurs capacités numériques?

VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES.

01 – Site Web

02 – Magazines

03 – Journaux (en ligne)

04 – Panneaux d'affichage

05 – Panneaux d'affichage numériques

06 – Radio

07 – Twitter

08 – YouTube

09 – LinkedIn

10 – Spotify

11 – Google

12 – Bing

98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**

99 – Je ne me souviens pas **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

12. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[NOTER]

Je ne me souviens pas

DEMANDER À TOUS

13. Sur une échelle de 1 à 5, comment décririez-vous la santé générale de votre entreprise à l'heure actuelle?

Très mauvaise
01

02

03

04

Excellente
05

99 – Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

14. Quels sont les trois plus grands défis auxquels votre entreprise fait actuellement face?

VEUILLEZ CHOISIR JUSQU'À TROIS RÉPONSES. RANDOMISÉ.

01 – Obtenir du financement/des prêts

02 – Développer et tester un produit

03 – S'occuper de son marketing/établir sa clientèle

04 – Embaucher et garder son personnel

05 – Augmenter la productivité

06 – Accroître sa rentabilité

07 – Se conformer à la réglementation gouvernementale

08 – Se démarquer de la concurrence

09 – Trouver des partenaires ou un mentor

10 – Résoudre des problèmes de chaîne d'approvisionnement/de logistique

11 – S'adapter au coût des biens et des services

12 – Intégrer les nouvelles technologies à ses activités

13 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**

14 – Aucun, notre entreprise n'est confrontée à aucun défi **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

99 – Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

15. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Tout à fait d'accord
- 02 – Plutôt d'accord
- 03 – Ni d'accord ni en désaccord
- 04 – Plutôt en désaccord
- 05 – Tout à fait en désaccord

- a) Le gouvernement canadien comprend les défis auxquels font face les entreprises du pays.
- b) Le gouvernement canadien offre une vaste gamme de programmes de soutien aux entreprises du pays.
- c) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent développer une présence en ligne (p. ex. créer un site Web).
- d) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent accroître leurs ventes en ligne.
- e) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent recourir davantage aux technologies numériques dans le cadre de leurs activités.

16. Le gouvernement canadien a identifié plusieurs priorités visant à appuyer les entreprises du pays. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer dans quelle mesure chacune des priorités suivantes est importante pour votre entreprise.

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout important
- 02
- 03
- 04
- 05 – Très important
- 99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

- a) Encourager les entreprises canadiennes à innover
- b) Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace
- c) Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés
- d) Aider les entreprises à obtenir du financement
- e) Investir dans des activités de fabrication au pays
- f) Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne
- g) Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes
- h) Aider les entreprises à adopter des technologies numériques
- i) Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés
- j) Soutenir le développement économique régional
- k) Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises
- l) Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir
- m) Aider les entreprises à s'améliorer
- n) Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises

17. Sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous la performance du gouvernement du Canada par rapport à chacune de ces mêmes priorités?

- 01 – Performance très médiocre
- 02
- 03
- 04
- 05 – Excellente performance
- 99 – Je ne sais pas

- a) Encourager les entreprises canadiennes à innover
- b) Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace
- c) Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés
- d) Aider les entreprises à obtenir du financement
- e) Investir dans des activités de fabrication au pays
- f) Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne
- g) Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes
- h) Aider les entreprises à adopter des technologies numériques
- i) Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés
- j) Soutenir le développement économique régional
- k) Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises
- l) Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir
- m) Aider les entreprises à s'améliorer
- n) Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises

18. Dans quelle mesure connaissez-vous chacun des programmes du gouvernement canadien suivants visant à aider les entreprises au pays? Si vous n'avez jamais entendu parler d'un programme, veuillez choisir « Je ne le connais pas du tout, je n'en ai jamais entendu parler ».

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Je ne le connais pas du tout, je n'en ai jamais entendu parler
- 02 – Je ne le connais pas très bien, mais j'en ai déjà entendu parler
- 03 – Je le connais plutôt bien
- 04 – Je le connais très bien

- a) Service de croissance accélérée
- b) Biofabrication
- c) Programme pour l'entrepreneuriat des communautés noires
- d) Programme de financement des petites entreprises du Canada
- e) Carrefour de la croissance propre
- f) CyberSécuritaire Canada
- g) Initiative des supergrappes d'innovation
- h) Solutions innovatrices Canada
- i) Stratégie en matière de propriété intellectuelle du Canada
- j) Croissance économique régionale par l'innovation
- k) Fonds stratégique pour l'innovation
- l) Initiative de catalyse du capital de risque
- m) Défi 50-30
- n) Appli Entreprises Canada
- o) Outil de recherche d'aide aux entreprises (en ligne)
- p) Infolettre : La COVID-19 et votre entreprise

19. Votre entreprise a-t-elle actuellement un site Web?

- 01 – Oui
- 02 – Non **PASSER À Q21**

SI OUI À Q19, PASSER À Q20

20. Le site Web de votre entreprise peut-il prendre des commandes en ligne?

- 01 – Oui
- 02 – Non
- 99 – Je ne sais pas

DEMANDER À TOUS

21. Dans les trois prochaines années, à quel point chacune des mesures suivantes sera-t-elle une priorité pour votre entreprise?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout une priorité
- 02 – Faible priorité
- 03 – Priorité moyenne
- 04 – Grande priorité
- 05 – Je ne sais pas/Ne s'applique pas à mon entreprise
- a) Augmenter les ventes en ligne
- b) Augmenter la présence en ligne (p. ex. créer un site Web, utiliser les médias sociaux, recourir au marketing numérique)
- c) Augmenter le recours aux technologies numériques en ressources humaines
- d) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la production
- e) Augmenter le recours aux technologies numériques en expédition et réception
- f) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la comptabilité
- g) Augmenter le recours aux technologies numériques en marketing
- h) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la fabrication
- i) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la cybersécurité

DEMANDER À TOUS

22. Parmi les défis suivants, quels sont ceux auxquels votre entreprise fait face dans l'accroissement de sa présence ou de ses ventes en ligne, le cas échéant?

VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. RANDOMISÉ.

- 01 – Défis liés à la protection des données et à la cybersécurité
 - 02 – Manque de connaissance des technologies en ligne
 - 03 – Manque de connaissance du marketing numérique
 - 04 – Défis logistiques
 - 05 – Absence d'une bonne connexion Internet
 - 06 – Défis liés au traitement des commandes
 - 07 – Défis liés à la prise de commandes en ligne (p. ex. traitement des paiements par carte de crédit)
 - 08 – Défis liés à l'exportation à l'étranger
 - 09 – Difficulté à embaucher et à retenir des employés qualifiés
 - 10 – Manque de financement
 - 11 – Aucun de ces choix
 - 98 – Autre (veuillez préciser) : _____
- [ANCRER] [EXCLUSIF]**
[ANCRER] [EXCLUSIF]

24. Pour encourager les petites et moyennes entreprises (PME) du pays à adopter des technologies numériques, le gouvernement du Canada a annoncé dans son Budget 2021 le lancement du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN). Le PCAN offre aux PME de tous les secteurs d'activité deux volets de financement pour l'adoption de nouvelles technologies : l'un sera destiné aux petites entreprises qui ont besoin d'aide de base pour établir une vitrine numérique et implanter le commerce électronique, et l'autre volet sera destiné aux entreprises de plus grande envergure/complexité qui souhaitent accroître leurs capacités numériques et accroître leur productivité par un passage au numérique.

Dans quelle mesure chacun des aspects suivants de ce programme est-il pertinent pour votre entreprise?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout pertinent/Ne s'applique pas
 - 02 – Pas très pertinent
 - 03 – Assez pertinent
 - 04 – Très pertinent
- a) Formation et services-conseils pour accroître la présence en ligne de votre entreprise (p. ex. aide à la création/l'amélioration de votre site Web)
 - b) Formation et services-conseils pour augmenter les ventes en ligne de votre entreprise
 - c) Formation et services-conseils pour aider votre entreprise à intégrer plus de technologies à ses activités
 - d) Micro-subsidies pour couvrir des coûts associés à l'adoption de nouvelles technologies
 - e) Subsidies couvrant les frais des services-conseils nécessaires pour développer un plan sur mesure du passage au numérique
 - f) Prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies dans les activités de votre entreprise
 - g) Possibilités de formation et d'emploi offertes à 28 000 jeunes pour aider les entreprises du pays à adopter de nouvelles technologies

25. Dans quelle mesure chacun des types d'information suivants est-il pertinent pour votre entreprise à l'heure actuelle?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout pertinent/Ne s'applique pas
 - 02 – Pas très pertinent
 - 03 – Assez pertinent
 - 04 – Très pertinent
- a) Information sur le soutien pour les entreprises touchées par la pandémie
 - b) Mises à jour sur les éclosions de COVID-19
 - c) Programmes fédéraux de distribution de tests de dépistage rapide
 - d) Outils et conseils de sécurité en milieu de travail
 - e) Ressources sur la vaccination pour les employeurs
 - f) Mises à jour sur les conditions/perspectives économiques
 - g) Information sur le gouvernement canadien et les programmes de soutien financier
 - h) Information sur la propriété intellectuelle
 - i) Statistiques sur les petites entreprises et données de recensement
 - j) Cybersécurité
 - k) Outils et conseils d'exportation
 - l) Assurance crédit

26. Votre entreprise est-elle détenue à plus de 50 % par une/des personne(s) qui se définit/définissent comme appartenant à l'un des groupes sociaux suivants?

VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES.

- 01 – Autochtones, notamment les Premières Nations, les Métis et les Inuits
- 02 – Communautés noires ou de descendance africaine
- 03 – Autre communauté racisée
- 04 – Communauté LGBTQ2+
- 05 – Personnes handicapées
- 06 – Femmes
- 07 – Personnes de moins de 40 ans
- 08 – Immigrants récents au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)
- 09 – Aucun de ces ministères
- 99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

27. Vous identifiez-vous personnellement à l'un ou l'autre des groupes sociaux suivants?

VEUILLEZ CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES.

- 01 – Autochtones, notamment les Premières Nations, les Métis et les Inuits
- 02 – Communautés noires ou de descendance africaine
- 03 – Autre communauté racisée
- 04 – Communauté LGBTQ2+
- 05 – Personnes handicapées
- 06 – Femmes
- 07 – Personnes de moins de 40 ans
- 08 – Immigrants récents au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)
- 09 – Aucun de ces ministères
- 99 – Je préfère ne pas répondre

Voilà qui met fin à ce sondage mené pour le compte d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

Au cours des prochains mois, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions grandement d'avoir pris le temps de participer au sondage.

THNK2 : Malheureusement, vos réponses indiquent que vous n'êtes pas admissible à ce sondage. Merci de votre temps.

28 février 2023

OUTIL D'ÉVALUATION DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES
Innovation, Sciences et Développement économique Canada
Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN)
Questionnaire post-campagne de référence – Environics Research

N = 1 000 propriétaires, associés ou cadres supérieurs d'entreprises canadiennes

INTRODUCTION

Merci de prendre le temps de remplir le présent sondage portant sur des enjeux qui intéressent actuellement les Canadiennes et les Canadiens. If you would prefer to respond to the survey in English please click on [English](#) [PASSER À LA VERSION ANGLAISE].

Votre participation est volontaire, et vos réponses aux questions qui vous seront alors posées demeureront strictement confidentielles. Il vous faudra environ 15 minutes pour répondre à ce sondage. Vous pouvez mettre fin à votre participation au sondage en tout temps.

Ce sondage est réalisé par le groupe de recherche Environics, pour le compte du gouvernement du Canada. Il est conforme aux exigences de la *Loi sur la protection des renseignements personnels* et enregistré auprès du service de vérification de la recherche du Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien (CRIC).

Le présent sondage a été conçu pour être rempli à l'aide d'un ordinateur personnel ou d'une tablette. Si vous utilisez votre téléphone mobile pour y répondre, nous vous recommandons de le faire en mode paysage (écran à l'horizontale) afin que toutes les questions s'affichent correctement.

COMMENCER LE SONDAJE

Cliquez ici [INSÉRER LE LIEN : <https://www.canadianresearchinsightscouncil.ca/rvs/home/?lang=fr>] si vous souhaitez vérifier l'authenticité du présent sondage. Numéro d'enregistrement du sondage 20220203-EN249

Pour consulter la politique de confidentialité d'Environics, veuillez cliquer ici. [INSÉRER LE LIEN : <https://environics.ca/about-us/politique-de-confidentialite/>]

Pour obtenir de l'assistance technique, veuillez communiquer avec le [service de soutien](mailto:service_de_soutien@environics.ca), à l'adresse : [INSÉRER LE LIEN : service_de_soutien@environics.ca].

3. Êtes-vous actuellement propriétaire, associé(e) ou cadre supérieur(e) d'une entreprise canadienne de quelque taille que ce soit, et à ce titre avez-vous de l'influence sur l'orientation générale de l'entreprise en question?
- 01 – Oui, je suis propriétaire/associé(e)
 - 02 – Oui, je suis cadre supérieur(e) (p. ex. haute direction, direction du marketing/des technologies numériques/des ventes ou poste similaire)
 - 03 – Non, aucun des choix ci-dessus
- TERMINER**

4. Y compris vous-même, combien d'employés à temps plein l'entreprise que vous possédez ou pour laquelle vous travaillez emploie-t-elle au Canada, approximativement?
- 01 – 1
 - 02 – 2 à 4
 - 03 – 5 à 24
 - 04 – 25 à 49
 - 05 – 50 à 99
 - 06 – 100 à 249
 - 07 – 250 à 499
 - 08 – 500 ou plus
- TERMINER**

3. Dans quelle province ou dans quel territoire votre entreprise est-elle implantée?
- 01 – Alberta
 - 02 – Colombie-Britannique
 - 03 – Manitoba
 - 04 – Nouveau-Brunswick
 - 05 – Terre-Neuve-et-Labrador
 - 06 – Territoires du Nord-Ouest
 - 07 – Nouvelle-Écosse
 - 08 – Nunavut
 - 09 – Ontario

**Innovation, Sciences et Développement économique Canada Programme d'adoption du numérique au Canada,
Outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF)**

- 10 – Île-du-Prince-Édouard
- 11 – Québec
- 12 – Saskatchewan
- 13 – Yukon
- 14 – Mon entreprise n'est pas implantée au Canada **TERMINER**

4. À quelle catégorie d'âge appartenez-vous?

- 01 – Moins de 18 ans **TERMINER**
- 02 – 18 à 24 ans
- 03 – 25 à 34 ans
- 04 – 35 à 44 ans
- 05 – 45 à 54 ans
- 06 – 55 à 64 ans
- 07 – 65 ans ou plus

5. Êtes-vous...?

- 01 – Un homme
- 02 – Une femme
- 03 – D'un autre genre
- 99 – Je préfère ne pas répondre

6. Votre entreprise est-elle implantée dans...?

- 01 – Une zone urbaine
- 02 – Une banlieue
- 03 – Une petite collectivité
- 04 – Une région rurale
- 05 – Une région nordique/éloignée
- 99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

7. Parmi les choix suivants, lequel décrit le mieux le secteur d'activité dans lequel œuvre principalement votre entreprise?

- 01 – Agriculture, foresterie, pêche et chasse
- 02 – Mines, carrières et extraction de pétrole et de gaz
- 03 – Services publics
- 04 – Construction
- 05 – Fabrication
- 06 – Commerce de gros
- 07 – Commerce de détail
- 08 – Transport et entreposage
- 09 – Secteur de l'information et de la culture
- 10 – Finance et assurance
- 11 – Immobilier, location et location à bail
- 12 – Services professionnels, scientifiques et techniques
- 13 – Gestion d'entreprises et de sociétés
- 14 – Soutien administratif, gestion des déchets et services d'assainissement
- 15 – Services éducatifs
- 16 – Santé et services sociaux
- 17 – Arts, divertissement et loisirs
- 18 – Hébergement, services de restauration et tourisme
- 19 – Administration publique
- 98 – Autre (veuillez préciser) : _____

QUESTIONS DE BASE [DEMANDER DANS LES SONDAGES DE RÉFÉRENCE ET D'APRÈS CAMPAGNE]

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS

8. Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada?

- 01 – Oui
- 02 – Non **PASSER À Q10**

SI OUI À Q8, PASSER À Q9

9. Pensez à la plus récente publicité du gouvernement du Canada qui vous vient à l'esprit. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[NOTER]

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À LA CAMPAGNE OECF – SANS AIDE

POSER À TOUS LES RÉPONDANTS

10. Au cours des trois dernières semaines, avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada faisant la promotion de programmes d'aide aux petites et moyennes entreprises (PME) qui décident d'adopter des technologies numériques pour se créer une vitrine numérique, implanter le commerce électronique ou renforcer leurs capacités numériques?

01 – Oui

02 – Non

PASSER À Q13

[SI OUI À Q10, PASSER À Q11 ET Q12]

11. À quel(s) endroit(s) avez-vous vu, lu ou entendu des publicités du gouvernement du Canada faisant la promotion de programmes d'aide aux petites et moyennes entreprises (PME) qui décident d'adopter des technologies numériques pour se créer une vitrine numérique, implanter le commerce électronique ou renforcer leurs capacités numériques?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. ALÉATOIRE

01 – Site Web

02 – Magazines

03 – Journaux (en ligne)

04 – Panneaux d'affichage

05 – Panneaux d'affichage numériques

06 – Radio

07 – Twitter

08 – YouTube

09 – LinkedIn

10 – Spotify

11 – Google

12 – Bing

98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**

99 – Je ne me souviens pas **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

QUESTIONS SPÉCIFIQUES RELATIVES À OECF

12. De quoi vous souvenez-vous à propos de cette publicité?

[NOTER]

Je ne me souviens pas

DEMANDER À TOUS

13. Sur une échelle de 1 à 5, comment décririez-vous la santé générale de votre entreprise à l'heure actuelle?

Très mauvaise
01

02

03

04

Excellente
05

99 – Je ne sais pas/je préfère ne pas répondre

14. Quels sont les trois plus grands défis auxquels votre entreprise fait actuellement face?

CHOISIR JUSQU'À TROIS RÉPONSES. RANDOMISÉ.

01 – Obtenir du financement/des prêts

02 – Développer et tester un produit

03 – S'occuper de son marketing/établir sa clientèle

04 – Embaucher et garder son personnel

05 – Augmenter la productivité

06 – Accroître sa rentabilité

07 – Se conformer à la réglementation gouvernementale

08 – Se démarquer de la concurrence

09 – Trouver des partenaires ou un mentor

10 – Résoudre des problèmes de chaîne d'approvisionnement/de logistique

11 – S'adapter au coût des biens et des services

12 – Intégrer les nouvelles technologies à ses activités

13 – Cybersécurité

98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**

- 14 – Aucun, notre entreprise n'est confrontée à aucun défi [ANCRER] [EXCLUSIF]
99 – Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre [ANCRER] [EXCLUSIF]

15. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou en désaccord avec chacun des énoncés suivants?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Tout à fait d'accord
02 – Plutôt d'accord
03 – Ni d'accord ni en désaccord
04 – Plutôt en désaccord
05 – Tout à fait en désaccord

- f) Le gouvernement canadien comprend les défis auxquels font face les entreprises du pays.
g) Le gouvernement canadien offre une vaste gamme de programmes de soutien aux entreprises du pays.
h) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent développer une présence en ligne (p. ex. créer un site Web).
i) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent accroître leurs ventes en ligne.
j) Le gouvernement canadien offre des programmes de soutien aux petites et moyennes entreprises canadiennes qui souhaitent recourir davantage aux technologies numériques dans le cadre de leurs activités.

16. Le gouvernement canadien a identifié plusieurs priorités visant à appuyer les entreprises du pays. Sur une échelle de 1 à 5, veuillez indiquer dans quelle mesure chacune des priorités suivantes est importante pour votre entreprise.

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout important
02
03
04
05 – Très important
99 – Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

- h) Encourager les entreprises canadiennes à innover
i) Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace
j) Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés
k) Aider les entreprises à obtenir du financement
l) Investir dans des activités de fabrication au pays
m) Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne
n) Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes
h) Aider les entreprises à adopter des technologies numériques
i) Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés
j) Soutenir le développement économique régional
k) Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises
l) Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir
m) Aider les entreprises à s'améliorer
n) Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises

17. Sur une échelle de 1 à 5, comment évalueriez-vous la performance du gouvernement du Canada par rapport à chacune de ces mêmes priorités?

- 01 – Performance très médiocre
02
03
04
05 – Excellente performance
99 – Je ne sais pas

- o) Encourager les entreprises canadiennes à innover
p) Investir dans les infrastructures pour assurer un déplacement des biens plus efficace
q) Promouvoir et maintenir une concurrence équitable dans les marchés
r) Aider les entreprises à obtenir du financement
s) Investir dans des activités de fabrication au pays
t) Améliorer l'accès à Internet haute vitesse pour toute la population canadienne
u) Promouvoir des mesures incitatives encourageant les entreprises à investir dans les technologies vertes
v) Aider les entreprises à adopter des technologies numériques
w) Aider les entreprises à accéder à de nouveaux marchés
x) Soutenir le développement économique régional
y) Offrir un régime fiscal concurrentiel pour les entreprises
z) Aider les entreprises à protéger et à utiliser leurs droits de propriété intellectuelle pour réussir

- aa) Aider les entreprises à s'améliorer
- bb) Améliorer l'expérience des services gouvernementaux en ligne pour les entreprises

18. Dans quelle mesure connaissez-vous chacun des programmes du gouvernement canadien suivants visant à aider les entreprises au pays? Si vous n'avez jamais entendu parler d'un programme, veuillez choisir « Je ne le connais pas du tout, je n'en ai jamais entendu parler ».

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Je le connais très bien
 - 02 – Je le connais plutôt bien
 - 03 – Je ne le connais pas très bien, mais j'en ai déjà entendu parler
 - 04 – Je ne le connais pas du tout, je n'en ai jamais entendu parler
-
- q) Service de croissance accélérée
 - r) Biofabrication
 - s) Programme pour l'entrepreneuriat des communautés noires
 - t) Programme de financement des petites entreprises du Canada
 - u) Carrefour de la croissance propre
 - v) CyberSécuritaire Canada
 - w) Grappes d'innovation mondiales/Initiative des supergrappes d'innovation
 - x) Solutions innovatrices Canada
 - y) Stratégie en matière de propriété intellectuelle du Canada
 - z) Croissance économique régionale par l'innovation
 - aa) Fonds stratégique pour l'innovation
 - bb) Initiative de catalyse du capital de risque
 - cc) Défi 50-30
 - dd) Appli Entreprises Canada
 - ee) Outil de recherche d'aide aux entreprises (en ligne)
 - ff) Infolettre : Info-affaires GC/Infolettre : La COVID-19 et votre entreprise
 - gg) Programme canadien d'adoption du numérique
 - hh) Corporation d'innovation du Canada

19. Votre entreprise a-t-elle actuellement un site Web?

- 01 – Oui
- 02 – Non **PASSER À Q21**

SI OUI À Q19, PASSER À Q20

20. Le site Web de votre entreprise peut-il prendre des commandes en ligne?

- 01 – Oui
- 02 – Non
- 99 – Je ne sais pas

DEMANDER À TOUS

21. Dans les trois prochaines années, à quel point chacune des mesures suivantes sera-t-elle une priorité pour votre entreprise?

RANDOMISÉ. CARROUSEL

- 01 – Pas du tout une priorité
 - 02 – Faible priorité
 - 03 – Priorité moyenne
 - 04 – Grande priorité
 - 05 – Je ne sais pas/Ne s'applique pas à mon entreprise
-
- j) Augmenter les ventes en ligne
 - k) Augmenter la présence en ligne (p. ex. créer un site Web, utiliser les médias sociaux, recourir au marketing numérique)
 - l) Augmenter le recours aux technologies numériques en ressources humaines
 - m) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la production
 - n) Augmenter le recours aux technologies numériques en expédition et réception
 - o) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la comptabilité
 - p) Augmenter le recours aux technologies numériques en marketing
 - q) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la fabrication
 - r) Augmenter le recours aux technologies numériques dans la cybersécurité

DEMANDER À TOUS

22. Parmi les défis suivants, quels sont ceux auxquels votre entreprise fait face dans l'accroissement de sa présence ou de ses ventes en ligne, le cas échéant?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. RANDOMISÉ.

- 01 – Défis liés à la protection des données et à la cybersécurité
- 02 – Manque de connaissance des technologies en ligne
- 03 – Manque de connaissance du marketing numérique
- 04 – Défis logistiques
- 05 – Absence d'une bonne connexion Internet
- 06 – Défis liés au traitement des commandes
- 07 – Défis liés à la prise de commandes en ligne (p. ex. traitement des paiements par carte de crédit)
- 08 – Défis liés à l'exportation à l'étranger
- 09 – Difficulté à embaucher et à retenir des employés qualifiés
- 10 – Manque de financement
- 11 – Aucun de ces choix
- 98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER] [EXCLUSIF]**
[ANCRER]

23a. Pour encourager les petites et moyennes entreprises (PME) du pays à adopter des technologies numériques, le gouvernement du Canada a annoncé dans son Budget 2021 le lancement du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN). Le PCAN offre aux PME de tous les secteurs d'activité deux volets de financement pour l'adoption de nouvelles technologies : l'un sera destiné aux petites entreprises qui ont besoin d'aide de base pour établir une vitrine numérique et implanter le commerce électronique, et l'autre volet sera destiné aux entreprises de plus grande envergure/complexité qui souhaitent accroître leurs capacités numériques et accroître leur productivité par un passage au numérique. Dans l'ensemble, dans quelle mesure est-il probable que vous cherchiez à obtenir plus d'information au sujet du Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN)?

- 01 – Pas du tout probable/Ne s'applique pas à mon entreprise
- 02 – Pas très probable
- 03 – Assez probable
- 04 – Très probable

23b. Du point de vue des affaires, quel concept parmi les suivants décrit le mieux le terme « adoption du numérique » selon vous?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. RANDOMISÉ.

- 01 – Site Web/Plateformes de commerce électronique
- 02 – Marketing/publicité numérique
- 03 – Outils collaboratifs/de gestion de projets
- 04 – Intelligence artificielle (IA)
- 05 – Applications mobiles
- 06 – Systèmes de paiement numériques
- 07 – Infonuagique
- 08 – Aucun de ces choix **[ANCRER] [EXCLUSIF]**
- 98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**

24. Dans quelle mesure chacun des aspects suivants du Programme canadien d'adoption du numérique est-il pertinent pour votre entreprise?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout pertinent/Ne s'applique pas
- 02 – Pas très pertinent
- 03 – Assez pertinent
- 04 – Très pertinent

- a) Formation et services-conseils pour accroître la présence en ligne de votre entreprise (p. ex. aide à la création/l'amélioration de votre site Web)
- b) Formation et services-conseils pour augmenter les ventes en ligne de votre entreprise
- c) Formation et services-conseils pour aider votre entreprise à intégrer plus de technologies à ses activités
- d) Micro-subventions pour couvrir des coûts associés à l'adoption de nouvelles technologies
- e) Subventions couvrant les frais des services-conseils nécessaires pour développer un plan sur mesure du passage au numérique
- f) Prêts sans intérêt destinés à l'intégration de nouvelles technologies dans les activités de votre entreprise
- g) Possibilités de formation et d'emploi offertes à 28 000 jeunes pour aider les entreprises du pays à adopter de nouvelles technologies

25. Dans quelle mesure chacun des types d'information suivants est-il pertinent pour votre entreprise à l'heure actuelle?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Pas du tout pertinent/Ne s'applique pas
- 02 – Pas très pertinent
- 03 – Assez pertinent
- 04 – Très pertinent

- ~~l) Information sur le soutien pour les entreprises touchées par la pandémie~~
- ~~m) Mises à jour sur les éclosions de COVID-19~~
- ~~n) Programmes fédéraux de distribution de tests de dépistage rapide~~
- ~~o) Outils et conseils de sécurité en milieu de travail~~
- ~~p) Ressources sur la vaccination pour les employeurs~~
- q) Mises à jour sur les conditions/perspectives économiques
- r) Information sur le gouvernement canadien et les programmes de soutien financier
- s) Information sur la propriété intellectuelle
- t) Statistiques sur les petites entreprises et données de recensement
- u) Cybersécurité
- v) Outils et conseils d'exportation
- w) Assurance-crédit
- x) Information sur la santé mentale
- y) Ressources sur la diversité et l'inclusion
- z) Information sur l'adoption du numérique
- aa) Répertoire des programmes du gouvernement du Canada à l'intention des entreprises
- bb) Ressources sur l'écoresponsabilité
- cc) Renseignements fiscaux
- dd) Évolution de l'industrie manufacturière au Canada
- ee) Chaîne d'approvisionnement/Logistique
- ff) Intelligence artificielle

RAPPEL DES ANNONCES AVEC AIDE – SONDAGE D'APRÈS CAMPAGNE

Voici quelques publicités qui ont récemment été diffusées sur différents médias. Cliquez ici pour voir. [INSÉRER LES PUBLICITÉS VIDÉO ET IMPRIMÉES]

[CLIQUEZ POUR ALLER À LA PAGE SUIVANTE]

T1H. Au cours des quelques derniers mois avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

- 01 – Oui
- 02 – Non **PASSER A QT1J**

DEMANDER À TOUS QUI DISENT OUI A QT1H

T1I. Ou avez-vous vu, lu ou entendu ces publicités?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. ALÉATOIRE

- 01 – Site Web
- 02 – Magazines
- 03 – Journaux (en ligne)
- 04 – Panneaux d'affichage
- 05 – Panneaux d'affichage numériques
- 06 – Radio
- 07 – Twitter
- 08 – YouTube
- 09 – LinkedIn
- 10 – Spotify
- 11 – Google
- 12 – Bing
- 98 – Autre (veuillez préciser) : _____ **[ANCRER]**
- 99 – Je ne me souviens pas **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

DEMANDER À TOUS

T1J. Quel est, selon vous, le message principal que ces publicités tentent de véhiculer?

- [NOTER]**
- 99 – Je ne sais pas

T1K. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les énoncés suivants au sujet de ces publicités?

RANDOMISÉ. CARROUSEL.

- 01 – Tout à fait en désaccord
- 02 – Plutôt en désaccord
- 03 – Ni d'accord ni en désaccord
- 04 – Plutôt d'accord
- 05 – Tout à fait d'accord

- a) Ces publicités attirent mon attention
- b) Ces publicités me concernent
- c) Ces publicités sont difficiles à suivre
- d) Cette publicité ne favorise pas un parti politique plus qu'un autre
- e) Ces publicités traitent d'un sujet important
- f) Ces publicités fournissent de l'information nouvelle
- g) Ces publicités indiquent clairement que le gouvernement du Canada aide les entreprises à adopter les technologies numériques

26. Votre entreprise est-elle détenue à plus de 50 % par une/des personne(s) qui se définit/définissent comme appartenant à l'un des groupes sociaux suivants?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. RANDOMISÉ.

- 01 – Autochtones, notamment les Premières Nations, les Métis et les Inuits
- 02 – Communautés noires ou de descendance africaine
- 03 – Autre communauté racisée
- 04 – Communauté LGBTQ2+
- 05 – Personnes handicapées
- 06 – Femmes
- 07 – Personnes de moins de 40 ans
- 08 – Immigrants récents au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)
- 09 – Aucune de ces réponses **[ANCRER] [EXCLUSIF]**
- 99 – Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

27. Vous identifiez-vous personnellement à l'un ou l'autre des groupes sociaux suivants?

CHOISIR TOUTES LES RÉPONSES PERTINENTES. RANDOMISÉ.

- 01 – Autochtones, notamment les Premières Nations, les Métis et les Inuits
- 02 – Communautés noires ou de descendance africaine
- 03 – Autre communauté racisée
- 04 – Communauté LGBTQ2+
- 05 – Personnes handicapées
- 06 – Femmes
- 07 – Personnes de moins de 40 ans
- 08 – Immigrants récents au Canada (c.-à-d. depuis moins de 5 ans)
- 09 – Aucune de ces réponses **[ANCRER] [EXCLUSIF]**
- 99 – Je préfère ne pas répondre **[ANCRER] [EXCLUSIF]**

Voilà qui met fin à ce sondage mené pour le compte d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

Au cours des prochains mois, le rapport sera disponible auprès de Bibliothèque et Archives Canada. Nous vous remercions grandement d'avoir pris le temps de participer au sondage.

THNK2 : Malheureusement, vos réponses indiquent que vous n'êtes pas admissible à ce sondage. Merci de votre temps.