

Méthodologie de recherche de la FCEI

Méthodologie de recherche de la FCEI - Sommaire

Depuis 1971, les perspectives des membres sont au cœur des activités de défense des intérêts de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), lesquelles se fondent sur les données probantes, la recherche et l'analyse. Aujourd'hui, la FCEI est le plus grand organisme sans but lucratif au Canada qui se consacre exclusivement aux intérêts des petites et moyennes entreprises (PME). Comptant plus de 100 000 membres répartis dans tout le pays et tous les secteurs d'activité, la FCEI se fonde sur les points de vue de ses membres obtenus par ses sondages pour orienter ses recommandations en matière de politiques publiques aux gouvernements.

Public cible

- Les sondages de la FCEI sont menés exclusivement auprès de ses membres, qui sont des entrepreneurs de tous secteurs, régions et tailles d'entreprise.
- Bon nombre d'entre eux acceptent volontiers de participer régulièrement, mais la plupart des répondants sont nouveaux ou occasionnels.

Déroulement des sondages – Assurance de la qualité des données

- La FCEI mène la plupart de ses sondages en ligne, sur la plateforme Qualtrics, à l'aide de liens à usage unique pour assurer la qualité des données et la protection de la vie privée.
- La FCEI mène aussi des sondages en personne, par l'entremise de ses représentants en développement des affaires.
- Les réponses sont ensuite associées aux données sur les membres pour approfondir l'analyse.

Taille des échantillons et représentation

- Le nombre de réponses peut atteindre plusieurs centaines ou milliers selon les sujets abordés.
- Les sondages sont normalement sous-pondérés en fonction du modèle « un membre, un vote », mais nous vérifions régulièrement la représentativité des données nationales.

Qualité et analyse des données

- Les réponses incomplètes, incohérentes ou extrêmes sont retirées, et l'option « Je ne sais pas/Pas sûr » est généralement offerte pour les répondants incertains.
- Les résultats sont ventilés à l'échelle nationale, provinciale et sectorielle. Nous faisons la moyenne des données numériques, en indiquant clairement les chiffres qui ont été arrondis ou qui proviennent de petits échantillons.
- Certaines estimations sont extrapolées au moyen de données de Statistique Canada. Des ajustements peuvent être faits pour mieux refléter la communauté des PME dans son ensemble.

Le rôle essentiel de la recherche

Nos sondages permettent d'orienter nos efforts de défense des intérêts, éclairer les consultations gouvernementales et servir de source fiable pour représenter la voix des propriétaires de PME sur les enjeux qui les touchent le plus.

Transparence et accessibilité

Les résultats des sondages sont transmis aux gouvernements, aux membres, aux médias et au public dans des rapports, des communiqués de presse, sur le site web de la FCEI et dans des présentations.

Pour en savoir plus ou pour demander des données, visitez cfib-fcei.ca/recherche ou écrivez à recherche@fcei.ca.

Table des matières

Introduction.....	3
1. Représentation des membres	3
Répartition des membres de la FCEI.....	3
Répartition des répondants	5
2. Méthodologie : types et approches.....	5
2.1. Approches.....	5
2.2. Types	6
2.2.1. Sondage en personne <i>Les opinions de nos membres</i>	6
2.2.2. Sondages sur le terrain	6
2.2.3. Sondage de suivi mensuel <i>Les perspectives de votre entreprise</i> (aussi appelé <i>Baromètre des affaires^{MD}</i>)	6
2.2.4. Sondages omnibus <i>Votre voix</i>	6
2.2.5. Sondages spéciaux.....	7
3. Traitement et analyse des données.....	7
3.1. Nettoyage des données.....	7
3.2. Pondération	7
3.3. Présentation des résultats	8
3.4. Marge d'erreur : sondages probabilistes et non probabilistes	9
4. Méthodologie des rapports populaires.....	10
Indice	10
5. Demandes de données et autres ressources	10

Introduction

La recherche et l'analyse sont au cœur de notre mission. Nos activités de défense des intérêts se fondent sur les points de vue de nos membres depuis notre fondation en 1971. Aujourd'hui, la FCEI est le plus grand organisme sans but lucratif au Canada qui se consacre exclusivement aux intérêts des PME. Comptant plus de 100 000 membres répartis dans tout le pays et tous les secteurs d'activité, la FCEI se fonde sur les résultats des sondages menés auprès de ses membres. Combinant l'économie et l'analyse des politiques, son travail de recherche vise à représenter les intérêts des propriétaires d'entreprise et se fonde principalement, mais pas exclusivement, sur les sondages effectués auprès de ses membres. Ces sondages produisent des données uniques, exactes et d'actualité sur les PME du Canada.

Chaque année, nous envoyons à des dizaines de milliers de propriétaires de PME canadiennes des sondages qui portent notamment sur une multitude de politiques économiques, commerciales, sociales et touchant le travail ou la main-d'œuvre. Chaque questionnaire est conçu minutieusement pour recueillir des données quantitatives et qualitatives avec objectivité et impartialité. Les réponses génèrent des milliers de points de données et des dizaines de milliers de commentaires, faisant de la FCEI une des sources de données sur les PME les plus importantes au Canada.

Le Baromètre des affaires^{MD} mensuel, les sondages *Votre voix* et la série de rapports publiés régulièrement sur le coût de la paperasserie et les services bancaires sont des exemples de nos travaux de recherche basés sur nos sondages.

Le présent guide sur la méthodologie brosse un portrait détaillé des processus et pratiques de sondage de la FCEI. Il présente notamment les principaux types de sondage, la façon dont les résultats sont traités et le moment choisi pour publier les résultats.

Le guide se divise en trois chapitres : le chapitre 1 décrit la composition et la diversité de nos membres, le chapitre 2, les différents types de sondages que nous menons, et le chapitre 3, nos méthodes de collecte, de nettoyage et d'analyse des réponses.

1. Représentation des membres

Répartition des membres de la FCEI

La FCEI représente les intérêts de plus de 100 000 membres, propriétaires de PME de partout au Canada. Nos membres représentent des entreprises indépendantes de toutes sortes et tailles, de tous les secteurs d'activité et de partout au pays. La majorité de ces entreprises comptent moins de 50 employés, mais certaines en ont plus de 100.

En associant les réponses aux sondages aux données sur le profil des membres dans nos bases de données, nous pouvons analyser les résultats par province, secteur, taille d'entreprise, etc.

La répartition des membres de la FCEI et des répondants aux sondages suit de près celle des activités économiques au Canada, à quelques exceptions près (tableaux 1, 2 et 3). Il faut noter que certains secteurs ne sont pas directement comparables à ceux utilisés par Statistique Canada, car nous utilisons une classification différente du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). C'est particulièrement le cas pour les secteurs de l'agriculture et des ressources naturelles.

Tableau 1 - Répartition des répondants de la FCEI, des PME et du PIB au Canada en 2024 (%)

	Pourcentage de membres de la FCEI (tous les répondants) ¹	Pourcentage d'entreprises privées (toutes les PME) ²	Pourcentage du PIB canadien ³
Par province			
Terre-Neuve-et-Labrador	1,3	1,4	1,3
Île-du-Prince-Édouard	0,7	0,6	0,3
Nouvelle-Écosse	3,5	2,3	2,0
Nouveau-Brunswick	3,4	1,9	1,6
Québec	16,8	18,7	19,6
Ontario	39,9	38,0	38,8
Manitoba	5,1	3,3	3,2
Saskatchewan	3,4	3,3	3,5
Alberta	12,8	14,3	15,4
Colombie-Britannique	12,5	15,9	13,9
Territoires	0,6	0,3	0,5
Par secteur*			
Agriculture	4,0	4,9	1,9
Ressources naturelles	1,2	0,7	7,6
Construction	11,3	15,3	8,6
Fabrication	12,5	4,8	11,0
Commerce de gros	6,1	4,6	5,8
Commerce de détail	23,9	9,7	5,5
Transports	3,1	8,5	4,8
Arts, loisirs et information	2,2	3,2	4,1
Finance, assurances, immobilier et location à bail	2,6	8,8	22,2
Services professionnels	6,6	16,3	7,4
Serv. aux entreprises	3,3	5,8	3,1
Services de santé, d'éducation et sociaux	5,0	S. O.	14,4
Hébergement et restauration	7,4	7,2	1,7
Services personnels et divers	10,7	10,1	2,0
Par taille d'entreprise			
Moins de 5 employés	38,5	76,1	74,7
Entre 5 et 19 employés	46,6	16,6	
Entre 20 et 49 employés	11,0	4,7	
Entre 50 et 99 employés	2,8	1,5	
Entre 100 et 498 employés	1,1	1,1	25,3

Sources :

- 1) FCEI, sondages *Votre voix* et *Les perspectives de votre entreprise*, menés entre janvier et décembre 2024 (n = 25 958).
- 2) Statistique Canada, tableaux 33-10-0088-01 (province), 33-10-0087-01 (secteur), 33-10-0088-01 (taille des entreprises).
- 3) Statistique Canada, tableaux 36-10-0402-01 (province), 36-10-0401-01 (secteur), et Innovation, Sciences et Développement économique Canada, Principales statistiques relatives aux petites entreprises 2024 (taille des entreprises).

Remarque : * Les catégories des services publics et des entreprises non classifiées ne sont pas comprises dans le calcul.

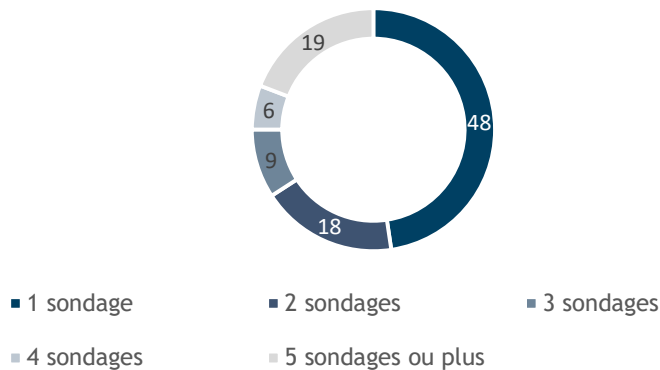
Pour nous assurer que le point de vue de nos membres représente bien celui des PME canadiennes, nous le vérifions ponctuellement grâce à la pondération des données (voir la section 3.2.). Les variations sont normalement plus importantes à l'échelle provinciale et sectorielle qu'à l'échelle nationale, où on constate très peu d'écarts.

Étant donné ces petits écarts et pour rester fidèles à notre mission de représenter nos membres et l'ensemble des PME, les résultats sont habituellement présentés sans pondération.

Répartition des répondants

En général, la participation à nos sondages ne se limite pas à un petit groupe de répondants récurrents (figure 1). Près de la moitié des répondants ont participé à 1 seul sondage en 2024, 18 % ont participé à 2 sondages et 9 % à 3 sondages. Seulement 6 % ont répondu à 4 sondages et 1 répondant sur 5, à 5 sondages ou plus. Ce bassin fait en sorte que nos résultats reflètent un large éventail de points de vue de nos membres.

Figure 1 - Proportion de membres par nombre de sondages remplis en 2024 (%)



Source : FCEI, sur un total de 38 sondages menés en 2024 (n = 17 890).

2. Méthodologie : types et approches

2.1. Approches

Nous menons la majorité de nos sondages en ligne sur la plateforme [Qualtrics](#). Pour respecter notre politique « un membre, un vote », nous envoyons à chaque participant un lien unique vers un questionnaire protégé par mot de passe, qui peut être rempli sur un ordinateur portable, une tablette ou un téléphone.

Cette approche présente des avantages clés :

- Elle limite l'accès au sondage aux membres actifs de la FCEI, qui doivent être propriétaires d'une entreprise canadienne indépendante.
- Elle empêche les membres de répondre plusieurs fois au même sondage, ce qui assure l'intégrité des données, évite la duplication et assure la fiabilité des réponses.
- Elle permet de lier les réponses des sondages aux informations figurant dans la base de données sur le profil de nos membres, ce qui permet notamment de les ventiler par province, secteur ou taille d'entreprise.

La participation est toujours facultative : les membres ont le choix de participer ou non. Pour favoriser la participation, nous avons lancé le [Concours Sondages auprès des membres FCEI^{MD}](#) à l'automne 2025, offrant la chance de gagner un prix en argent de 500 \$ CA. Chaque sondage en ligne admissible complété pendant la période du concours compte pour une participation au tirage (visitez le [site web dédié au Concours Sondages auprès des membres FCEI^{MD}](#) pour tous les détails et le règlement officiel).

Des sondages en personne sont également menés par les [représentants en développement des affaires](#), qui rencontrent individuellement des centaines d'entrepreneurs au quotidien.

Plus précisément, la FCEI utilise 5 grands types de sondages. Le processus et la stratégie d'échantillonnage de chacun sont décrits aux sections ci-dessous.

2.2. Types

2.2.1. Sondage en personne *Les opinions de nos membres*

Depuis 1975, la FCEI utilise le sondage *Les opinions de nos membres*, composé de questions de suivi et de questions ponctuelles, lors des rencontres en personne menées dans le cadre du renouvellement des adhésions de nos membres. Le questionnaire commence toujours par la même question, sur les enjeux les plus importants pour les propriétaires de PME, avant de proposer des questions ponctuelles sur des thèmes spéciaux comme les enjeux municipaux, les questions entourant le travail/la main-d'œuvre ou les services gouvernementaux. Il tient généralement sur 1 page et compte 5 ou 6 questions. C'est le format idéal pour les questions portant sur les politiques publiques ou de recherche qui exigent un grand nombre de réponses, nécessitent des renseignements géographiques et sectoriels détaillés ou portent sur des questions d'actualité.

2.2.2. Sondages sur le terrain

En janvier 2025, la FCEI a déployé un nouvel outil, spécialement pour les rencontres en personne (semblable au sondage *Les opinions de nos membres*), dans le but de recueillir des données récentes sur l'avis des membres actuels et des prospects sur des enjeux clés pour les PME. Le sondage est très court; il se compose de quelques questions à choix multiples (4 ou 5 options par question). Nous avons déjà recueilli des milliers de réponses sur des sujets allant des permis municipaux aux impôts fonciers, en passant par les élections ontariennes et fédérales et la guerre commerciale entre le Canada et les États-Unis.

2.2.3. Sondage de suivi mensuel *Les perspectives de votre entreprise* (aussi appelé *Baromètre des affaires*^{MD})

Lancé en 1987 et mené une fois par année, le sondage *Les perspectives de votre entreprise* est passé en mode trimestriel en 2000, puis en mode mensuel en 2009. Il a aussi été mené toutes les semaines durant les 6 semaines suivant les événements du 11 septembre et 2 fois par mois au début de la pandémie. Ses questions récurrentes permettent de suivre les tendances du niveau de confiance, des attentes et des conditions d'exploitation des PME au fil du temps, et de comparer les données. Les séries mensuelles du *Baromètre des affaires*^{MD} ne sont pas désaisonnalisées, puisque les séries nationales ne comportent pas toutes des éléments saisonniers identifiables. La comparaison de points de données d'une année à l'autre produit généralement des résultats adéquats. Des détails supplémentaires sur la saisonnalité sont disponibles à la section 3.3 - Présentation des résultats.

Le sondage est envoyé au début du mois à un échantillon stratifié aléatoire d'environ un tiers des membres. Depuis 2009, le sondage a généré en moyenne 800 à 900 réponses par mois, avec une marge d'erreur d'environ 3,3 %, à un niveau de confiance de 95 %. Le 3^e jeudi du mois, nous publions les résultats mensuels dans le *Baromètre des affaires*^{MD} (pour le Canada, les provinces et les secteurs), sur la page fcei.ca/barometre.

2.2.4. Sondages omnibus *Votre voix*

Depuis 2021, la série de sondages *Votre voix* représente nos sondages omnibus en ligne les plus importants. Leurs questions ponctuelles couvrent une vaste gamme d'enjeux économiques, commerciaux et politiques. Ils s'appliquent généralement à l'échelle nationale, mais certaines questions visent des provinces ou des secteurs en particulier. Le sondage *Votre voix* est envoyé presque tous les mois aux membres de la FCEI qui n'ont pas reçu le sondage *Les perspectives de votre entreprise* ce mois-là. En 2024, le sondage a obtenu en moyenne 2 614 réponses par

mois où il a été envoyé, avec une marge d'erreur d'environ 1,9 %, à un niveau de confiance de 95 %. Tous les résultats sont disponibles sur la page fcei.ca/votrevoix.

2.2.5. Sondages spéciaux

Pour les sujets importants, urgents ou qui nécessitent une analyse poussée, nous publions des sondages ponctuels en ligne que nous envoyons à l'ensemble de nos membres ou à ceux d'une province, d'une municipalité ou d'un secteur donné.

Pensons entre autres à la série de rapports de recherche sur l'*Impact de la guerre commerciale entre les États-Unis et le Canada sur les PME, Financement des PME*, au *Rapport sur la paperasserie au Canada*, à la série de rapports *Relève des entreprises au Canada*, au sondage préélectoral en Alberta, au *Rapport sur les municipalités de l'Atlantique* et au projet *La contribution des petits détaillants à l'économie locale*.

3. Traitement et analyse des données

3.1. Nettoyage des données

Pour assurer l'exactitude des données, nous appliquons des procédures de nettoyage rigoureuses qui servent à éliminer les réponses incomplètes et incohérentes. Nous préservons l'intégrité du nombre de réponses en supprimant les non-réponses aux questions individuelles. Nous proposons aussi des réponses comme « Je ne sais pas/Pas sûr » ou « Sans objet » pour les répondants incertains. Par conséquent, la taille des échantillons peut changer d'une question à une autre. La taille de l'échantillon indiquée pour un sondage correspond au nombre de membres qui ont répondu à au moins une question. Quant aux réponses numériques, nous effectuons normalement une analyse statistique pour repérer et exclure les valeurs aberrantes douteuses afin de raffiner nos estimations.

D'autres renseignements sur l'indication de la taille des échantillons sont disponibles dans la section 3.3. (Présentation des résultats).

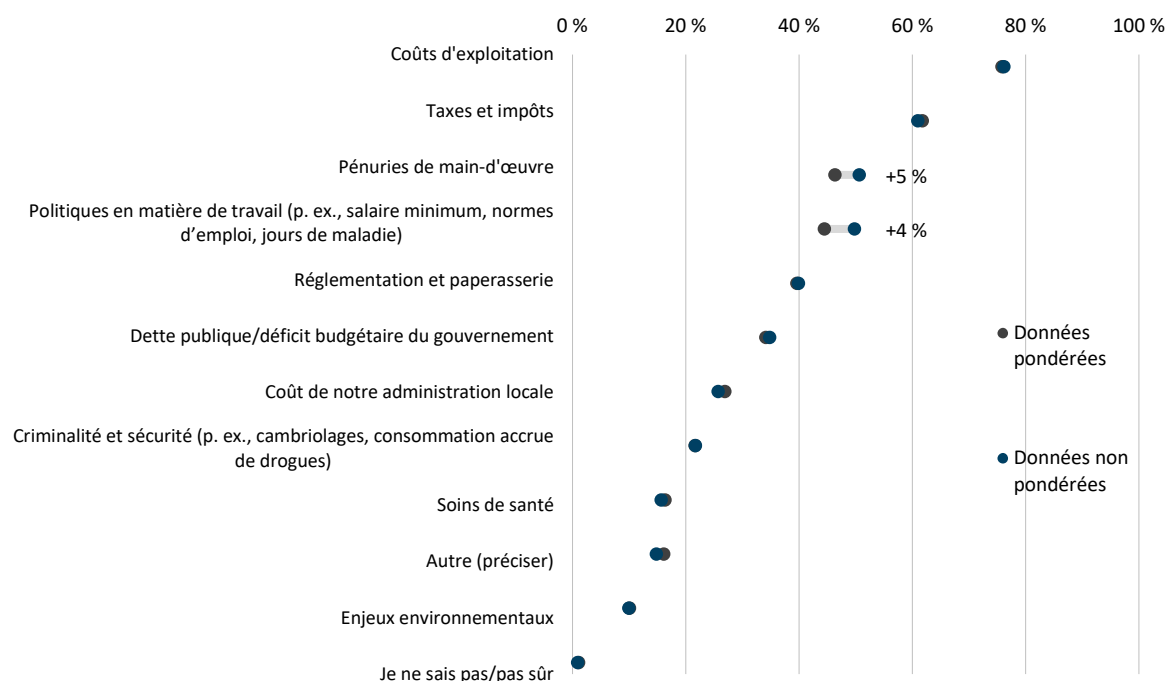
3.2. Pondération

Sauf exception, les résultats des sondages de la FCEI ne sont pas pondérés. Pour remplir notre mission consistant à représenter nos membres, nous suivons notre principe « un membre, un vote ». Ainsi, tous nos membres sont sur un pied d'égalité. L'idée est d'analyser le climat des affaires selon nos membres.

Cela dit, les résultats non pondérés représentent généralement assez bien l'opinion de l'ensemble de la communauté des PME canadiennes, grâce au grand nombre de réponses recueillies (supérieur à 1 000 la plupart du temps) et à la diversité de tailles, d'emplacements géographiques et d'attributs sectoriels de nos 100 000 entreprises membres. Autrement dit, les résultats ont tendance à s'accorder rapidement avec l'opinion générale de la communauté des PME.

Pour valider la représentativité de nos données, nous menons périodiquement des contrôles en pondérant (ajustant) les résultats pour mieux représenter les PME du Canada. La pondération des réponses en fonction de la taille, du secteur et de la province de chaque membre entraîne souvent de légers changements de plus ou moins 2 points de pourcentage dans les données nationales (voir la figure 2). La ventilation (par province ou secteur) est plus délicate, et entraîne de plus grands écarts entre les résultats pondérés et non pondérés.

Figure 2 - Exemple du sondage *Votre voix* de septembre 2023



Source : FCEI. Sondage *Votre Voix*, mené en septembre 2023, n = 2 618.

Question : Parmi les éléments suivants, lesquels sont une préoccupation majeure pour votre entreprise? (Sélectionnez toutes les réponses pertinentes)

3.3. Présentation des résultats

En général, les rapports de la FCEI présentent les valeurs nationales, et les ventilations par province ou secteur sont illustrées dans des tableaux, des figures ou des annexes. La distribution des échantillons est aussi notée en annexe des rapports *Votre voix* et *Baromètre des affaires*. Généralement, un astérisque est ajouté à côté des points de données de petits échantillons dont le seuil minimum est souvent établi à 40 réponses. Les réponses sont confidentielles et ne sont publiées que sous leur forme globale.

Pour les éléments comme la dette, les prêts (Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes, etc.) ou les coûts d'exploitation, la plupart des rapports présentent la moyenne ou la médiane des valeurs pour en faciliter l'interprétation ou l'agrégation. Toutefois, nous préférons nettoyer les ensembles de données en retirant les valeurs aberrantes douteuses, pour avoir une estimation plus stable et significative.

Si la somme des pourcentages d'un tableau ou d'un schéma ne correspond pas à 100 parce que les chiffres ont été arrondis, nous ajoutons généralement une note sous la figure par souci de transparence.

Projection des résultats pour l'ensemble de la communauté des PME

Les projections et estimations de la FCEI se fondent pour la plupart sur les réponses numériques aux sondages des membres, qui sont extrapolées, en combinaison avec les ensembles de données de Statistique Canada sur les entreprises ayant des employés, pour représenter l'ensemble des PME canadiennes. Nous donnons souvent les moyennes, excluant les

données aberrantes (voir la section Nettoyage des données). Certaines estimations, comme celle des pertes de vente subies pendant la grève de Postes Canada en 2024, sont ajustées davantage (pondérées) pour mieux refléter l'ensemble des PME.

Ajustement saisonnier

En mettant de côté les événements exceptionnels tels que les grèves, les élections, les fortes fluctuations des taux de change, les conditions météorologiques extrêmes et autres chocs irréguliers, les données des sondages auprès des entreprises reflètent souvent des opinions influencées par des événements récurrents qui surviennent à la même période chaque année.¹ Il s'agit notamment d'occasions régulières comme Noël ou les jours fériés (Pâques, Fête du Travail, etc.). Bien que les répondants soient généralement invités à ne pas tenir compte de ces facteurs saisonniers lorsqu'ils répondent, en pratique, les réponses présentent souvent certains schémas saisonniers ou des influences liées au calendrier. Afin d'assurer des comparaisons cohérentes d'un mois à l'autre, il est courant dans l'industrie d'ajuster ces effets saisonniers (qui reflètent des changements dans les perceptions, opinions ou attentes).

Dans notre rapport trimestriel sur les postes vacants dans le secteur privé, les séries chronologiques des postes vacants et de l'emploi présentent une saisonnalité. Par conséquent, les séries trimestrielles sont ajustées pour la saisonnalité et lissées à l'aide de la méthodologie X-13ARIMA-SEATS, avec détection automatique des valeurs aberrantes, mise en œuvre via le logiciel JDemetra+.

Cependant, dans le Baromètre des affaires[®], toutes les séries nationales ne présentent pas de schémas saisonniers d'un mois à l'autre. Pour maintenir la cohérence méthodologique à travers l'ensemble des données, l'ajustement saisonnier n'est donc pas appliqué à l'ensemble des séries chronologiques. En conséquence, les données ajustées pour la saisonnalité ne sont pas incluses dans le rapport mensuel.

3.4. Marge d'erreur : sondages probabilistes et non probabilistes

La plupart des sondages de la FCEI sont menés en ligne sur une base volontaire. Il s'agit donc d'un échantillonnage non probabiliste. Certains sondages utilisent une approche légèrement différente, comme un échantillon stratifié aléatoire (*Baromètre des affaires*^{MD}) ou un questionnaire à remplir en personne (*Les opinions de nos membres*, sondages sur le terrain).

Nous sommes conscients que, techniquement, l'extrapolation des données en dehors de notre base de membres implique un certain nombre d'hypothèses puisque l'échantillon n'est plus entièrement aléatoire par rapport à l'ensemble des PME. Nous croyons pourtant que cette approche est justifiée pour les raisons suivantes :

- La distribution régionale et sectorielle des répondants de la FCEI est normalement semblable à celle du PIB canadien ou des entreprises privées (voir le tableau 1).
- L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a conclu en 2003 que bon nombre des sondages menés auprès de membres d'associations professionnelles et/ou industrielles produisent des renseignements fiables sur la production industrielle et la production totale². L'OCDE estime aussi que les sondages

¹ Statistique Canada, Données désaisonnalisées - Foire aux questions. <https://www.statcan.gc.ca/fr/quo/bdd/dd-faq>. Accédé le 3 novembre 2025.

² OCDE. (2003). *Manuel sur les enquêtes conjoncturelles*.

menés par ces associations ont normalement des taux de réponse plus élevés en raison des liens étroits entre ces associations et les répondants.

Pour ces raisons, nous ajoutons souvent à nos rapports de sondage, à titre de référence, une marge d'erreur correspondante de 95 % pour le reste de la communauté des PME canadiennes, ce qui nous semble être une approche raisonnable.

4. Méthodologie des rapports populaires

Indice

La FCEI utilise des indices pour suivre les tendances économiques ou produire des classements comparatifs.

Certains sont établis à l'aide des résultats de sondages, comme les indices de confiance à long et à court terme du rapport mensuel sur le *Baromètre des affaires*, qui se fondent sur les réponses pondérées des attentes sur 12 et 3 mois.

D'autres, comme les indices trouvés dans les bulletins (commerce intérieur, paperasserie, etc.), sont alimentés par des données publiques de nature qualitative ou quantitative. Ces indices peuvent comprendre une pondération, selon la méthodologie utilisée.

Pour en savoir plus sur la méthodologie utilisée, consultez le rapport en question :

[Baromètre des affaires](#)

[Nowcasting and Forecasting using the CFIB Monthly Business Barometer](#)

[Rapport sur la paperasserie au Canada](#)

[La contribution des petits détaillants aux économies locales](#)

[Indice d'indemnisation des accidents du travail pour les petites entreprises](#)

[Business Succession: Assets at stake estimate](#)

[Série de rapports de recherche : financement des PME](#)

[Le pouls des entreprises](#)

[L'endettement des PME : les répercussions de la COVID-19](#)

5. Demandes de données et autres ressources

Pour consulter les sondages récents, visitez la page fcei.ca/recherche. Vous pouvez nous écrire à recherche@fcei.ca ou sur x.com ([@CFIB_FCEI_Stats](https://twitter.com/CFIB_FCEI_Stats)).