

Franchir le fossé numérique

Comment les PME utilisent-elles les technologies numériques?

*Cassandra Beaugé, adjointe des affaires nationales
Corinne Pohlmann, vice-présidente principale, Affaires nationales et partenariats*

Les technologies évoluent rapidement, et les petites et moyennes entreprises (PME) sont de plus en plus nombreuses à chercher des moyens novateurs d'accroître leur visibilité auprès des consommateurs et d'élargir leur clientèle. Elles se servent de technologies numériques comme Internet et les médias sociaux pour attirer de nouveaux clients et prendre de l'expansion. Le présent mémoire traite de la façon dont les PME négocient le virage numérique et relèvent les défis qui se présentent à elles.

Introduction

Les technologies numériques telles que les sites Web, les médias sociaux et les téléphones intelligents ont transformé notre façon de communiquer, constat qui s'applique aux PME. En effet, elles permettent aux petites entreprises de communiquer avec leurs clients à une échelle beaucoup plus grande et de façon beaucoup plus économique. De plus, leur évolution est constante, si bien que les PME disposent aujourd'hui d'une pléthore d'options numériques pour attirer les clients et commercialiser leurs produits et services. Souhaitant savoir comment se comportent les PME sur ce plan, la FCEI a sondé à l'automne 2016 plus de 6 300 de ses membres sur leur usage des technologies numériques et leur opinion sur celles-ci. Elle espère que les résultats qu'elle a recueillis éclaireront les décideurs et les parties prenantes sur l'usage que font les PME de ces diverses technologies, les difficultés que celles-ci représentent pour elles et les mesures à prendre pour aider les PME à réussir le virage numérique afin d'être plus productives et de mieux servir leur clientèle.

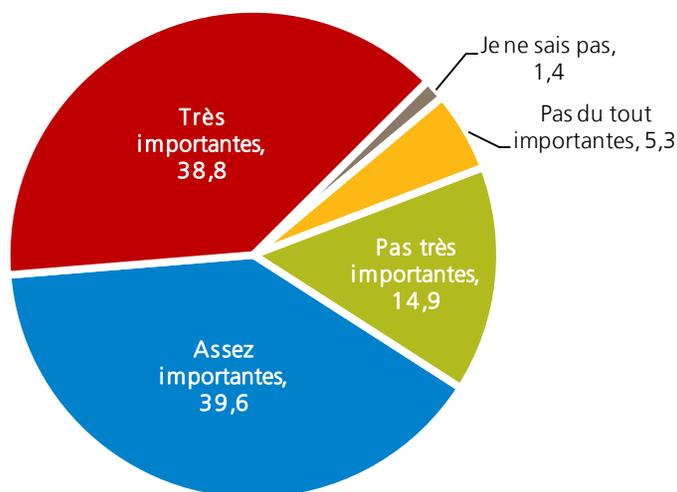
Importance du virage numérique pour les PME

Lorsque nous les interrogeons sur l'importance des technologies numériques pour la réussite de leur entreprise, la grande majorité (79 %) des chefs de PME disent qu'elles sont très importantes (39 %) ou assez importantes (40 %). À l'inverse, 15 % ne les jugent pas très importantes, et seulement 5 %, pas du tout importantes (Figure 1). De toute évidence, la plupart des chefs de PME sont conscients des grands avantages que peut apporter le virage numérique à leur entreprise.

Par ailleurs, les propriétaires d'entreprises de moins de 5 ans sont encore plus susceptibles de s'intéresser aux technologies numériques : 85 % les considèrent comme importantes pour leur réussite (très importantes pour 52 % et assez importantes pour 33 %). Pour ce qui est des grands secteurs économiques, on remarque que l'agriculture et les ressources naturelles y attachent moins d'importance, alors que c'est l'inverse dans les arts, les loisirs et l'information. Pour connaître la ventilation complète selon l'âge de l'entreprise et le secteur économique, voir les annexes 1A et 1B.

Figure 1

Dans quelle mesure les technologies numériques sont-elles importantes pour la réussite de votre entreprise? (% des réponses)

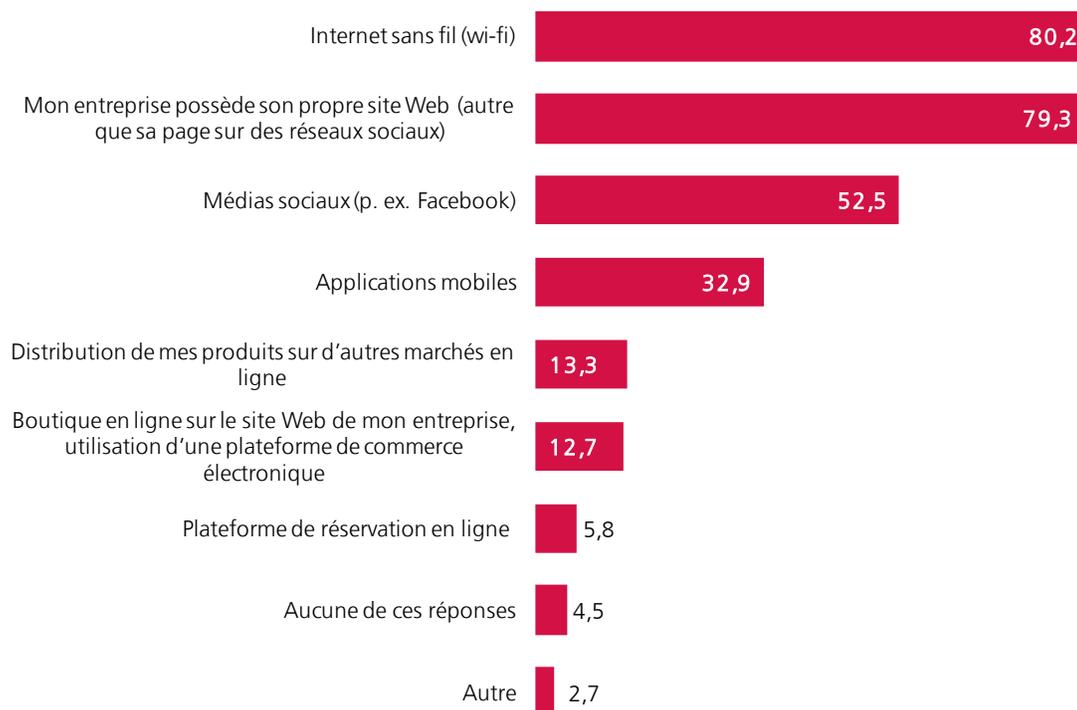


Technologies numériques utilisées par les PME

Interrogés sur les technologies numériques que leur entreprise utilise, 80 % des chefs de PME au pays mentionnent Internet sans fil (wi-fi), 79 % leur propre site Web, et 53 % les médias sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.). De plus, environ une PME sur trois (33 %) se sert d'applications mobiles, environ une sur huit (13 %) a une boutique en ligne ou une plateforme de commerce électronique, et une proportion semblable (13 %) distribue ses produits et offre ses services sur d'autres marchés en ligne. Pour tout dire, presque toutes les PME utilisent une forme ou une autre de technologie numérique : elles ne sont que 5 % à ne pas le faire. Pour les presque 3 % qui répondent « Autre », les technologies les plus souvent mentionnées sont l'infonuagique et les systèmes de gestion des relations avec la clientèle (Figure 2).

Figure 2

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)



La FCEI avait posé des questions semblables aux chefs de PME sur leur usage des outils numériques en 2009¹ et en 2012². En 2009, environ la moitié des répondants avaient un site Web, mais cette proportion est passée à 71 % en 2012 et à 79 % en 2016. La croissance de l'utilisation des médias sociaux a été encore plus forte : moins d'une PME sur trois (27 %) y était active en 2012, alors qu'elles sont maintenant plus d'une sur deux (53 %).

La ventilation des résultats selon la taille de l'entreprise révèle, par ailleurs, que plus la PME est grande, plus elle est susceptible d'adopter certaines technologies numériques. Par exemple, la quasi-totalité (92 %) des entreprises de 50 employés et plus ont un site Web, contre 72 % des entreprises de moins de 5 employés. De même, près de la moitié (47 %) des entreprises de 50 employés et plus utilisent des applications mobiles, comparativement à 30 % des entreprises de moins de 5 employés (Figure 3). Pour connaître la ventilation complète selon la taille de l'entreprise, voir l'annexe 2A.

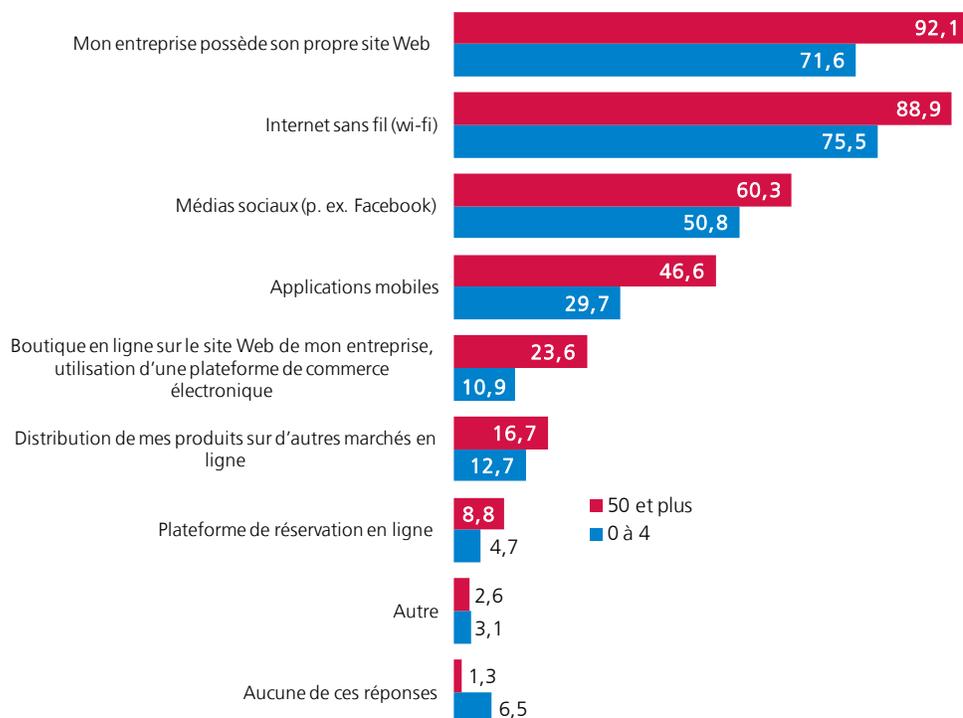
1. FCEI, sondage « Communiquer avec votre entreprise », juillet 2009, 6 840 répondants.

2. FCEI, sondage sur la technologie, l'innovation et le commerce, novembre 2012, 7 797 répondants.

Figure 3

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)



Il est intéressant de constater que les technologies numériques utilisées varient peu en fonction de l'âge de l'entreprise, à une exception près : les PME fondées il y a moins de 5 ans sont beaucoup plus enclines à se servir des médias sociaux que celles qui existent depuis plus de 10 ans, dans une proportion de 72 % contre 48 %. Cette différence pourrait être attribuable en partie au fait que les jeunes entreprises misent davantage sur le marketing et connaissent mieux les médias sociaux et leurs avantages que les plus vieilles entreprises. Ces dernières ont sans doute déjà des assises solides et une clientèle bien établie, ressentant ainsi moins le besoin de faire de la publicité. De plus, elles savent peut-être moins bien comment exploiter ces outils numériques. Pour connaître la ventilation complète selon l'âge de l'entreprise, voir l'annexe 2B.

En examinant les résultats secteur par secteur, on remarque que seules les PME de l'agriculture (48 %) et des ressources naturelles (68 %) sont moins susceptibles d'avoir un site Web. Quant à l'utilisation des médias sociaux, elle est beaucoup plus répandue chez les entreprises offrant des services directs aux consommateurs, notamment les arts, les loisirs et l'information (78 %), l'hébergement/la restauration (76 %), le commerce de détail (70 %) et les services sociaux (67 %). Pour connaître la ventilation complète par secteur économique, voir l'annexe 2C.

Sites de réseautage social

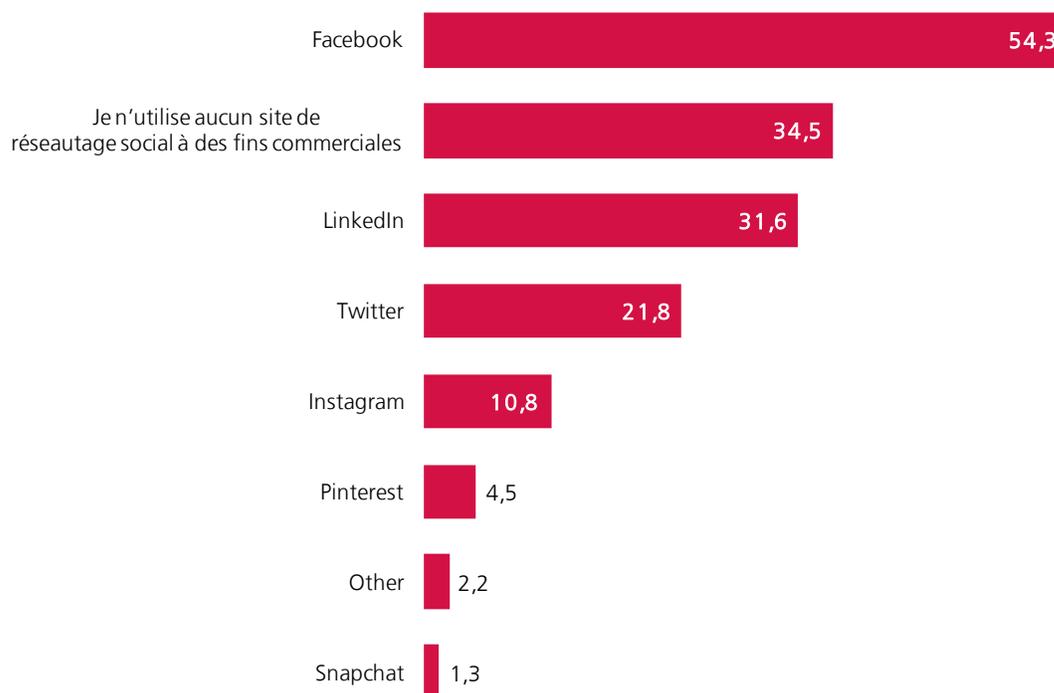
Interrogés sur les sites de réseautage social dont ils se servent, 54 % de nos membres mentionnent Facebook, 32 %, LinkedIn, et 22 %, Twitter. Parmi les 2 % qui répondent « Autre », les sites de réseautage social qui ressortent le plus souvent sont Google+ et YouTube. Précisons qu'environ le tiers (34,5%) seulement des répondants n'ont pas de compte sur les médias sociaux, ce qui signifie que la majorité des PME se servent d'une façon ou d'une autre des médias sociaux (Figure 4).

Lorsqu'on regarde les résultats concernant les sites de réseautage social, on relève peu de différences entre les provinces, si ce n'est l'utilisation de Twitter au Québec. En effet, seulement 11 % des répondants québécois s'en servent à des fins commerciales, comparativement à la moyenne nationale de 22 %. Pour connaître la ventilation complète selon la province, voir l'annexe 3A.

En comparaison avec les résultats antérieurs, ces dernières données révèlent chez les PME une croissance fulgurante du recours à bon nombre de ces plateformes. En effet, depuis 2009³, l'utilisation de Facebook a plus que doublé, faisant un bond de 22 % à 54 %. Fait plus impressionnant encore, la proportion de PME abonnées à LinkedIn est passée de 6 % à 32 % entre 2009 et 2016, et la proportion de PME abonnées à Twitter, de 3 % à 22 %.

Figure 4

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)



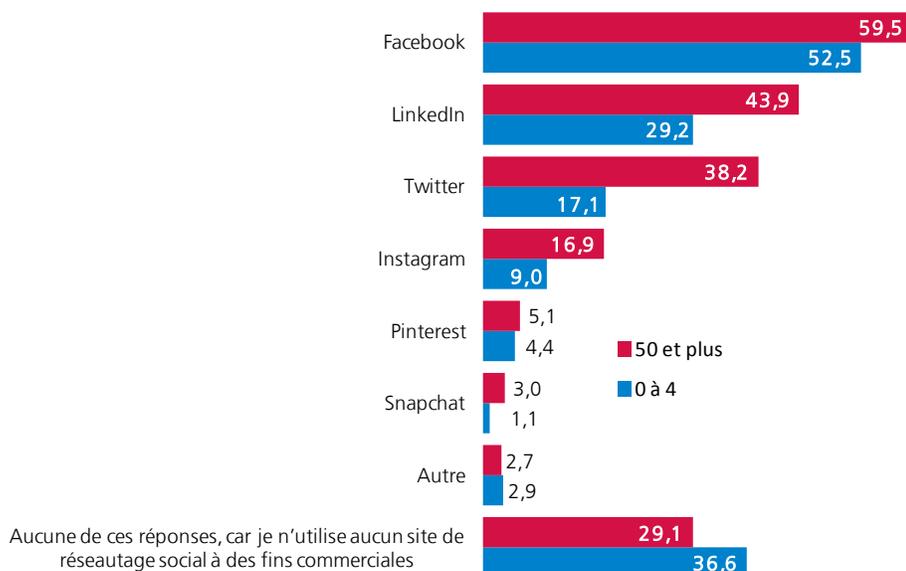
En outre, il s'avère que plus une entreprise est grande, plus elle est susceptible de recourir aux médias sociaux. Par exemple, 38 % des entreprises de 50 employés et plus utilisent Twitter pour leurs affaires, contre 17 % des entreprises de moins de 5 employés. La tendance est semblable pour Instagram et LinkedIn, et un peu plus faible pour Facebook (Figure 5). Cet écart tient peut-être au fait que, contrairement à leurs concurrentes de grande taille, les petites entreprises n'ont pas assez de ressources pour confier à des experts la création et la gestion de comptes sur plusieurs médias sociaux et se contentent donc d'une seule plateforme lorsqu'elles décident d'utiliser les médias sociaux. Pour connaître la ventilation complète selon la taille de l'entreprise, voir l'annexe 3B.

3. FCEI, sondage « Communiquer avec votre entreprise », juillet 2009, 6 840 répondants.

Figure 5

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)



Il semble que les jeunes PME soient plus susceptibles d'utiliser Facebook et Twitter que les plus vieilles : les trois quarts (75 %) des entreprises de moins de 5 ans ont un compte Facebook, contre 50 % des entreprises de plus de 10 ans. De même, 31 % des entreprises de moins de 5 ans se servent de Twitter, comparativement à 20 % des entreprises de plus de 10 ans. Pour connaître la ventilation complète selon l'âge de l'entreprise, voir l'annexe 3C.

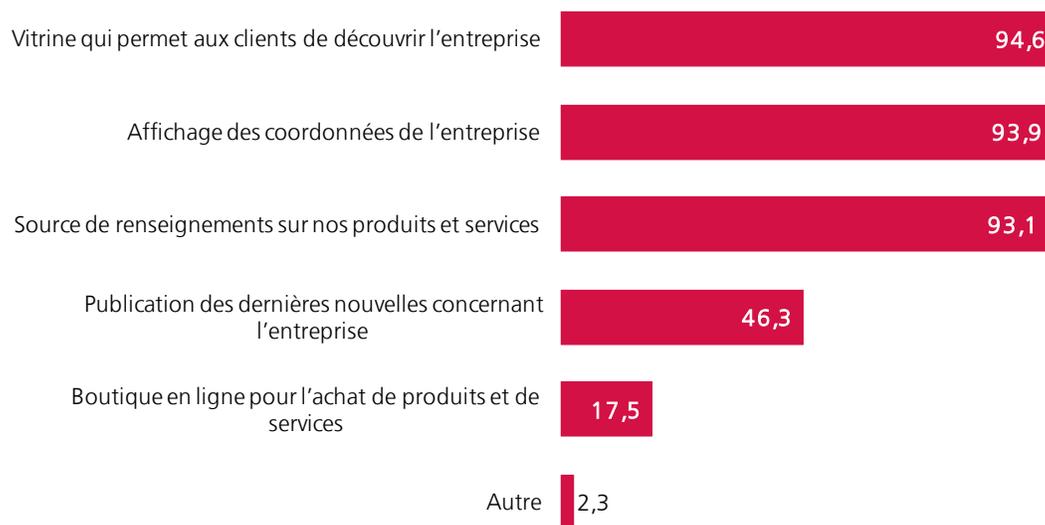
Si on regarde les grands secteurs économiques, les entreprises qui font affaire directement avec leurs clients ont beaucoup plus tendance que les autres à utiliser Facebook, Twitter et Instagram. Par exemple, 81 % des PME de l'hébergement/la restauration, 79 % des PME des arts, des loisirs et de l'information et 75 % des PME du commerce de détail ont un compte Facebook. Quant aux PME qui font surtout affaire avec d'autres entreprises, elles sont particulièrement enclines à se servir de LinkedIn, site auquel sont inscrites 50 % des PME de la finance, des assurances et des services immobiliers, 48 % des PME des services professionnels et 45 % des PME de l'administration et de la gestion d'entreprises. Pour connaître la ventilation complète selon le secteur économique, voir l'annexe 3D.

Usage que font les PME de leur site Web

Interrogés sur l'usage de leur site Web, la plupart des chefs de PME (95 %) disent s'en servir pour faire découvrir leur entreprise aux clients, afficher ses coordonnées et fournir des renseignements sur ses produits et ses services. Près de la moitié des répondants (46 %) publient pour leurs clients les dernières nouvelles concernant l'entreprise, et 18 % offrent à leurs clients une boutique en ligne pour l'achat de produits et de services (Figure 6).

Figure 6

Quel usage votre entreprise fait-elle de son site Web? (% des réponses)

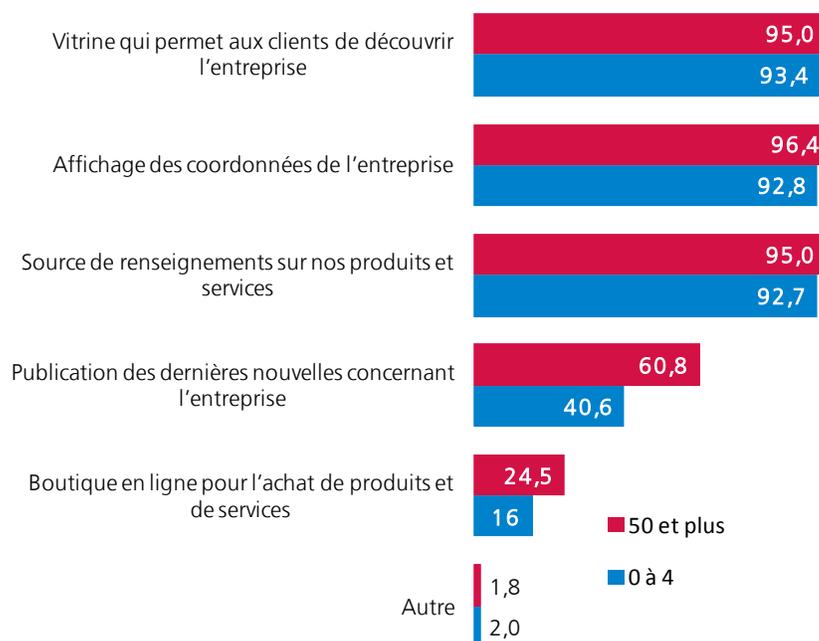


Lorsqu'on regarde les résultats selon la taille de l'entreprise, on remarque que les entreprises de 50 employés et plus sont plus enclines que les entreprises de moins de 5 employés à avoir une boutique en ligne (25 % contre 16 %) et à publier leurs dernières nouvelles sur leur site Web (61 % contre 41 %) (Figure 7). Pour connaître la ventilation complète selon la taille de l'entreprise, voir l'annexe 4A.

Figure 7

Quel usage votre entreprise fait-elle de son site Web? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)



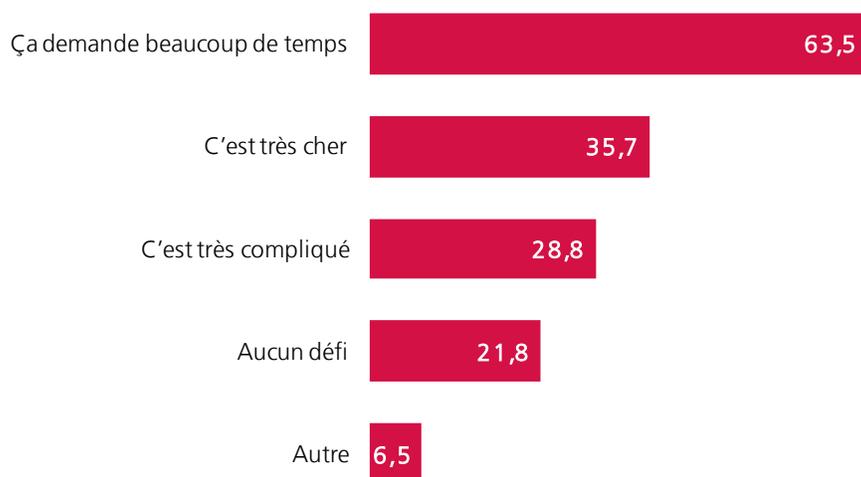
Il semble que les PME de tous les grands secteurs économiques utilisent leur site Web pour se faire découvrir par de futurs clients, afficher leurs coordonnées et fournir des renseignements sur leurs produits et services. Cependant, les entreprises axées sur le service à la clientèle sont plus portées à avoir une boutique en ligne et à publier leurs dernières nouvelles sur leur site Web. Par exemple, 29 % des PME du commerce de détail, 28 % des PME des arts, des loisirs et de l'information et 26 % des PME de l'hébergement/la restauration ont une boutique en ligne. Fait quelque peu surprenant, 26 % des entreprises du secteur agricole en offrent aussi une à leurs clients. Pour connaître la ventilation complète selon le secteur économique, voir l'annexe 4B.

Défis du virage numérique

À la question de savoir quels défis le virage numérique pose à l'entreprise, environ un chef de PME sur cinq (22 %) répond « Aucun défi ». Quant à ceux qui trouvent l'adoption des technologies problématique, ils disent qu'elle demande beaucoup de temps (64 %), qu'elle est très chère (36 %) ou qu'elle est très compliquée (29 %) (Figure 8). Parmi les chefs de PME qui répondent « Autre » (presque 7 %), les difficultés les plus souvent mentionnées sont l'inaccessibilité d'Internet haute vitesse, les changements constants dans l'environnement, le manque de personnel qualifié et de ressources pour intégrer et gérer les technologies numériques, et les risques perçus pour la sécurité.

Figure 8

Quels défis l'adoption de technologies numériques vous a-t-elle posés? (% des réponses)



Les résultats varient peu selon la taille de l'entreprise, si ce n'est que les PME de moins de 5 employés sont plus nombreuses que les entreprises de 50 employés et plus à considérer que le virage numérique demande beaucoup de temps (65 % contre 57 %) ou est très compliqué (32 % contre 21 %). Cet écart tient probablement à l'insuffisance des ressources des petites entreprises pour engager les employés ou les fournisseurs nécessaires à une intégration réussie. Pour connaître la ventilation complète selon la taille de l'entreprise, voir l'annexe 5A.

Sur le plan sectoriel, les variations sont également faibles. Les chefs de PME de l'administration et de la gestion d'entreprises (43 %) et du commerce de détail (42 %) sont les plus susceptibles d'invoquer les coûts, les chefs de PME du commerce de détail (72 %) et du commerce de gros (69 %), le temps à consacrer, et les propriétaires d'une entreprise agricole (32 %), la complexité. Pour connaître la ventilation complète selon le secteur économique, voir l'annexe 5B.

Conclusions et recommandations

Les résultats du sondage révèlent que les entreprises, toutes tailles et tous secteurs confondus, ont adopté diverses technologies numériques. La plupart se servent d'Internet sous une forme ou une autre, et beaucoup utilisent des médias sociaux comme Facebook, LinkedIn et Twitter pour promouvoir leur entreprise et trouver de nouveaux clients et contacts. Cependant, le message des chefs de PME est clair : le virage numérique, bien que le virage numérique soit important pour la promotion de leur entreprise, il peut demander beaucoup de temps et être très coûteux et compliqué. Il reste que si on en facilite l'adoption et l'utilisation, les technologies numériques peuvent augmenter la productivité des PME et leur permettre de mieux servir leur clientèle. Pour lancer une discussion sur les moyens possibles de favoriser davantage le virage numérique chez les petites entreprises, la FCEI formule les recommandations suivantes :

- 1. Encourager le développement d'outils numériques clé en main à la fois simples et économiques pour faciliter leur adoption par les petites entreprises.** Depuis quelques années, les petites entreprises disposent de beaucoup plus d'options concurrentielles pour mieux négocier le virage numérique, comme les services de conception de sites Web et les outils de vente et d'achat en ligne peu coûteux et faciles à configurer. Les petites entreprises verraient certainement d'un bon œil une intensification des efforts en ce sens. Pour sa part, la FCEI offre de tels services à tarif réduit à ses membres pour la création et l'hébergement de site Web (BarkBuilder) et le marketing par courriel (Cyberimpact) afin d'encourager les PME à adopter ces technologies.
- 2. Instaurer une « déduction d'impôt pour les technologies numériques »** qui permettrait aux entreprises de déduire jusqu'à 100 000 \$ par année de dépenses pour du nouvel équipement ou de nouvelles technologies, l'année de l'achat. Cette mesure pourrait s'inspirer du modèle de l'*Expense Deduction Bill* des États-Unis (déduction en vertu de l'article 179 de l'*Internal Revenue Code*).
- 3. Rétablir la déduction pour amortissement (DPA) de 100 % pour les achats technologiques** afin d'encourager les entreprises à investir dans de nouvelles technologies numériques et à innover.
- 4. Stimuler la concurrence entre les fournisseurs de services haute vitesse ou sans-fil.** Beaucoup de répondants se plaignent du manque de concurrence au Canada, surtout en milieu rural. En effet, dans bien des régions, le choix de services Internet haute vitesse est très restreint. D'après les chefs de PME, cette situation encourage les fournisseurs à augmenter leurs tarifs et à négliger le service à la clientèle. Pour stimuler la concurrence, on pourrait notamment obliger les fournisseurs établis à ouvrir leurs lignes Ethernet au marché de gros moyennant des droits équitables ou ouvrir les marchés ruraux à des fournisseurs étrangers.
- 5. Regarder à travers une « lentille de l'innovation »** au moment d'instaurer un règlement, une politique ou une mesure fiscale afin de ne pas nuire à la capacité des entreprises à innover ou à adopter de nouvelles technologies.
- 6. Créer un site Web d'outils numériques pour favoriser la culture numérique.** Le gouvernement pourrait montrer la voie en réunissant sur un même site Web des outils et des guides techniques pour l'acquisition de compétences numériques, et ainsi aider les PME à s'acquitter facilement et rapidement de tâches techniques colossales. Il pourrait s'inspirer du site qu'a créé le gouvernement américain sur le sujet : <https://digitalliteracy.gov/taxonomy/term/88>.

Méthodologie

La FCEI a mené son sondage sur le virage numérique du 13 septembre au 6 octobre 2016, partout au Canada. Le questionnaire en ligne protégé par un mot de passe a été rempli par 6 362 chefs de PME issus de tous les secteurs et de toutes les provinces. La marge d'erreur est de plus ou moins 1,2 point de pourcentage, 19 fois sur 20. Sauf indication contraire, les données du présent mémoire proviennent du sondage décrit plus haut.

Annexe

Résultats du sondage *Franchir le fossé numérique* de la FCEI

Tableau 1A

Dans quelle mesure les technologies numériques sont-elles importantes pour la réussite de votre entreprise? (% des réponses)

Selon l'âge de l'entreprise (nombre d'employés)

	1	2 à 4	5 à 10	11 et plus	Total
Assez importantes	28,7	34,6	34,7	41,4	39,6
Pas très importantes	10,4	10,8	14,2	15,5	14,9
Pas du tout importantes	3,5	2,5	4,9	5,7	5,3
Je ne sais pas	0,9	1,4	0,9	1,5	1,4
Total	2,2	6,7	14,8	76,2	100

Tableau 1B

Dans quelle mesure les technologies numériques sont-elles importantes pour la réussite de votre entreprise? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Agriculture	Ressources naturelles	Construction	Fabrication	Commerce de gros	Commerce de détail	Transports
Très importantes	21,4	20,0	28,5	33,0	37,6	44,5	34,5
Assez importantes	47,1	44,0	42,3	40,6	41,5	39,5	39,9
Pas très importantes	18,4	24,0	18,3	18,6	15,8	10,5	17,9
Pas du tout importantes	10,2	9,3	9,9	6,2	3,6	3,8	0,1
Je ne sais pas	2,9	2,7	0,9	1,7	1,4	1,7	1,8

Tableau 1B (suite)

Dans quelle mesure les technologies numériques sont-elles importantes pour la réussite de votre entreprise? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Arts, loisirs et information	Finance, assurances, immobilier et location à bail	Services professionnels	Gestion et admin. d'entreprises	Services sociaux	Hébergement et restauration	Services personnels et divers	Total
Très importantes	62,9	45,3	42,1	43,8	40,3	48,0	38,0	38,8
Assez importantes	27,6	42,0	34,9	38,8	39,8	36,7	40,0	39,6
Pas très importantes	7,8	8,6	18,0	11,9	16,1	11,3	14,6	14,9
Pas du tout importantes	1,7	3,3	4,8	4,4	2,2	2,4	5,7	5,3
Je ne sais pas	0,0	0,8	0,2	1,3	1,6	1,6	1,6	1,4

Tableau 2A

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)

	0 à 4	5 à 19	20 à 49	50 à 99	100 à 499	500 et plus	Total
Mon entreprise possède son propre site Web	71,6	81,5	87,9	92,6	91,8	85,7	79,3
Médias sociaux	50,8	52,0	55,2	58,0	63,1	71,4	52,5
Applications mobiles	29,7	32,2	38,8	44,3	48,4	71,4	32,9
Internet sans fil (wi-fi)	75,5	81,6	85,0	86,4	91,8	100	80,2
Boutique en ligne sur le site Web de mon entreprise	10,9	12,5	13,3	21,6	24,6	57,1	12,7
Distribution de mes produits sur d'autres marchés en ligne	12,7	12,8	15,0	17,0	16,4	14,3	13,3
Plateforme de réservation en ligne	4,7	5,8	7,7	10,2	7,4	0,0	5,8
Autre	3,1	2,6	2,1	3,4	1,6	0,0	2,7
Aucune de ces réponses	6,5	3,8	2,7	1,7	0,8	0,0	4,5
Total	36,4	45,2	12,9	3,2	2,2	0,1	100

Tableau 2B

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon l'âge de l'entreprise (en années)

	1	2 à 4	5 à 10	11 et plus	Total
<i>Mon entreprise possède son propre site Web</i>	79,2	81,8	81,6	78,7	79,3
<i>Médias sociaux</i>	70,8	73,0	62,1	48,4	52,5
<i>Applications mobiles</i>	34,2	30,9	33,3	33,0	32,9
<i>Internet sans fil (wi-fi)</i>	85,8	81,3	83,4	79,4	80,2
<i>Boutique en ligne sur le site Web de mon entreprise</i>	17,5	14,3	13,6	12,1	12,7
<i>Distribution de mes produits sur d'autres marchés en ligne</i>	14,2	15,2	15,6	12,6	13,3
<i>Plateforme de réservation en ligne</i>	10,8	7,7	8,1	5,0	5,8
<i>Autre</i>	3,3	2,2	2,5	2,8	2,7
<i>Aucune de ces réponses</i>	3,3	3,0	2,3	5,0	4,5
<i>Total</i>	2,2	6,6	14,4	76,8	100

Tableau 2C

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Agriculture	Ressources naturelles	Construction	Fabrication	Commerce de gros	Commerce de détail	Transports
Mon entreprise possède son propre site Web	48,0	68,3	76,0	86,7	87,4	78,1	70,9
Médias sociaux	36,7	35,4	35,8	43,2	41,1	69,7	43,0
Applications mobiles	36,7	41,5	38,3	27,3	31,7	30,1	44,7
Internet sans fil (wi-fi)	80,3	84,1	80,8	79,6	78,2	77,8	82,1
Boutique en ligne sur le site Web de mon entreprise	9,6	2,4	2,1	11,3	19,3	21,8	10,6
Distribution de mes produits sur d'autres marchés en ligne	12,2	12,2	9,2	10,6	16,6	20,1	15,1
Plateforme de réservation en ligne	1,3	2,4	3,6	1,7	2,8	4,9	7,3
Autre	3,5	3,7	2,2	2,4	1,8	1,4	2,8
Aucune de ces réponses	9,2	9,8	5,8	2,8	3,7	4,6	6,1
Total	4,1	1,5	12,1	13,5	7,9	19,3	3,2

Tableau 2C (suite)

Parmi les technologies numériques suivantes, lesquelles votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	<i>Arts, loisirs et information</i>	<i>Finance, assurances, immobilier et location à bail</i>	<i>Services professionnels</i>	<i>Gestion et admin. d'entreprises</i>	<i>Services sociaux</i>	<i>Hébergement et restauration</i>	<i>Services personnels et divers</i>	<i>Total</i>
<i>Mon entreprise possède son propre site Web</i>	94,8	84,7	78,5	89,8	88,0	79,0	74,7	79,3
<i>Médias sociaux</i>	77,6	57,6	47,4	56,9	66,7	76,2	50,8	52,5
<i>Applications mobiles</i>	37,9	38,8	30,6	38,9	29,2	36,1	29,1	32,9
<i>Internet sans fil (wi-fi)</i>	90,5	75,3	80,2	78,4	83,9	88,1	80,7	80,2
<i>Boutique en ligne sur le site Web de mon entreprise</i>	23,3	7,5	9,3	12,6	9,9	13,9	9,6	12,7
<i>Distribution de mes produits sur d'autres marchés en ligne</i>	17,2	12,5	4,5	18,0	7,8	11,1	13,8	13,3
<i>Plateforme de réservation en ligne</i>	11,2	3,9	4,9	6,6	15,6	20,2	9,6	5,8
<i>Autre</i>	2,6	5,5	3,6	5,4	6,3	2,4	2,5	2,7
<i>Aucune de ces réponses</i>	1,7	3,1	5,1	2,4	3,1	2,4	5,0	4,5
<i>Total</i>	2,1	4,6	9,1	3,0	3,5	4,6	9,4	100

Tableau 3A

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon la province

	C.-B.	Alb.	Sask.	Man.	Ont.	Qc	N.-B.	N.-É.	Î.-P.-É.	T.-N.-L.	Can.
Facebook	57,9	55,6	51,9	50,9	52,6	54,4	61,4	56,7	76,7	59,3	54,3
Twitter	18,4	26,1	21,6	21,4	24,6	10,6	17,0	21,6	43,3	22,0	21,8
Instagram	12,7	12,9	12,5	16,2	11,0	5,6	5,8	9,3	13,3	5,1	10,8
LinkedIn	29,0	38,4	25,0	25,6	33,1	29,0	26,3	26,8	23,3	25,4	31,6
Pinterest	5,0	5,3	3,8	5,1	4,7	3,4	1,2	5,2	10,0	1,7	4,5
Snapchat	1,6	1,2	3,8	1,7	1,0	1,0	1,8	1,5	6,7	0,0	1,3
Autre	3,7	2,8	3,4	3,0	1,5	1,9	2,3	1,5	0,0	6,8	2,2
Je n'utilise aucun site de réseautage social à des fins commerciales	34,2	31,1	38,6	38,5	35,2	35,5	32,2	32,0	20,0	32,2	34,5
Total	10,4	16,3	4,9	4,3	42,4	12,9	3,2	3,6	0,6	1,1	100

Tableau 3B

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)

	0 à 4	5 à 19	20 à 49	50 à 99	100 à 499	500 et plus	Total
Facebook	52,5	54,7	56,0	58,4	60,3	71,4	54,3
Twitter	17,1	21,9	28,0	32,9	44,0	71,4	21,8
Instagram	9,0	11,3	11,4	16,2	17,2	28,6	10,8
LinkedIn	29,2	30,2	38,6	42,8	44,0	71,4	31,6
Pinterest	4,4	4,7	4,0	3,5	7,8	0,0	4,5
Snapchat	1,1	1,2	1,7	3,5	2,6	0,0	1,3
Autre	2,9	1,8	1,7	3,5	0,9	14,3	2,2
Je n'utilise aucun site de réseautage social à des fins commerciales	36,6	34,5	31,1	28,9	30,2	14,3	34,5
Total	36,5	45,0	12,9	3,2	2,1	0,1	100

Tableau 3C

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon l'âge de l'entreprise (en années)

	1	2 à 4	5 à 10	11 et plus	Total
Facebook	71,4	76,2	64,5	50,0	54,3
Twitter	28,6	32,1	27,5	19,6	21,8
Instagram	17,6	19,7	14,8	9,1	10,8
LinkedIn	31,1	38,0	37,4	30,0	31,6
Pinterest	6,7	9,1	5,1	3,9	4,5
Snapchat	0,8	1,7	1,3	1,3	1,3
Autre	5,0	2,2	3,1	2,0	2,2
Je n'utilise aucun site de réseautage social à des fins commerciales	21,8	16,6	23,4	38,6	34,5
Total	2,2	6,7	14,5	76,6	100

Tableau 3D

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Agriculture	Ressources naturelles	Construction	Fabrication	Commerce de gros	Commerce de détail	Transports
Facebook	38,3	35,4	36,7	43,7	41,2	75,1	47,1
Twitter	23,3	10,1	10,6	16,9	20,5	25,6	17,6
Instagram	8,8	3,8	4,0	8,5	6,4	15,8	7,1
LinkedIn	18,1	39,2	32,4	34,3	32,2	23,1	34,7
Pinterest	2,2	1,3	2,9	5,5	2,8	7,8	2,4
Snapchat	1,3	0,0	0,6	0,7	0,5	2,1	1,2
Autre	2,2	1,3	2,3	2,1	2,1	2,4	1,8
Je n' utilise aucun site de réseautage social à des fins commerciales	48,9	48,1	47,4	42,3	43,5	21,9	38,8
Total	4,2	1,5	12,0	13,4	7,8	19,3	3,1

Tableau 3D (suite)

Parmi les sites de réseautage social suivants, lesquels votre entreprise utilise-t-elle actuellement? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Arts, loisirs et information	Finance, assurances, immobilier et location à bail	Services professionnels	Gestion et admin. d'entreprises	Services sociaux	Hébergement et restauration	Services personnels et divers	Total
Facebook	78,8	55,4	41,0	56,7	67,5	80,7	57,6	54,3
Twitter	50,0	27,1	21,0	27,4	27,7	39,8	15,1	21,8
Instagram	31,4	5,2	5,9	11,0	11,0	27,3	11,8	10,8
LinkedIn	40,7	49,8	47,5	44,5	35,6	17,3	21,9	31,6
Pinterest	9,3	1,2	3,2	1,2	5,8	5,6	4,3	4,5
Snapchat	4,2	0,8	1,6	1,2	1,6	4,0	0,8	1,3
Autre	4,2	1,6	1,6	1,2	1,6	3,2	2,7	2,2
Je n'utilise aucun site de réseautage social à des fins commerciales	16,9	27,1	36,6	31,1	26,7	14,5	37,0	34,5
Total	2,2	4,6	9,1	3,0	3,5	4,6	9,5	100

Tableau 4A

Quel usage votre entreprise fait-elle de son site Web? (% des réponses)***Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)***

	0 à 4	5 à 19	20 à 49	50 à 99	100 à 499	500 et plus	Total
<i>Vitrine qui permet aux clients de découvrir l'entreprise</i>	93,4	95,2	94,8	93,8	96,4	100	94,6
<i>Affichage des coordonnées de l'entreprise</i>	92,8	94,3	94,2	96,3	96,4	100	93,9
<i>Source de renseignements sur nos produits et services</i>	92,7	92,9	93,9	94,4	95,5	100	93,1
<i>Boutique en ligne pour l'achat de produits et de services</i>	16,0	16,9	19,4	20,6	28,6	50,0	17,5
<i>Publication des dernières nouvelles concernant l'entreprise</i>	40,6	46,6	51,6	55,6	67,9	66,7	46,3
<i>Autre</i>	2,0	2,4	2,8	1,9	1,8	0,0	2,3
Total	32,8	46,5	14,2	3,7	2,6	0,1	100

Tableau 4B

Quel usage votre entreprise fait-elle de son site Web? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Agriculture	Ressources naturelles	Construction	Fabrication	Commerce de gros	Commerce de détail	Transports
<i>Vitrine qui permet aux clients de découvrir l'entreprise</i>	94,5	92,9	94,6	96,1	91,0	94,1	95,2
<i>Affichage des coordonnées de l'entreprise</i>	92,7	96,4	93,0	93,3	91,6	95,5	92,7
<i>Source de renseignements sur nos produits et services</i>	89,0	94,6	92,0	94,9	94,5	92,3	90,3
<i>Boutique en ligne pour l'achat de produits et de services</i>	25,7	3,6	4,0	13,6	24,3	28,6	15,3
<i>Publication des dernières nouvelles concernant l'entreprise</i>	46,8	30,4	37,6	39,6	51,2	55,1	41,1
<i>Autre</i>	0,9	5,4	1,6	1,6	1,8	2,2	3,2
<i>Total</i>	2,5	1,3	11,5	14,8	8,7	19,0	2,9

Tableau 4B (suite)

Quel usage votre entreprise fait-elle de son site Web? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Arts, loisirs et information	Finance, assurances, immobilier et location à bail	Services professionnels	Gestion et admin. d'entreprises	Services sociaux	Hébergement et restauration	Services personnels et divers	Total
Vitrine qui permet aux clients de découvrir l'entreprise	96,4	95,3	94,4	95,3	97,0	95,0	93,7	94,6
Affichage des coordonnées de l'entreprise	92,7	96,7	94,2	92,6	95,3	93,0	94,2	93,9
Source de renseignements sur nos produits et services	95,5	92,9	91,9	93,9	94,1	96,5	92,4	93,1
Boutique en ligne pour l'achat de produits et de services	28,2	17,5	9,8	18,2	11,8	26,1	13,1	17,5
Publication des dernières nouvelles concernant l'entreprise	70,0	45,3	39,6	43,9	49,1	56,8	42,4	46,3
Autre	2,7	1,4	3,0	2,0	5,3	2,0	3,1	2,3
Total	2,5	4,9	9,1	3,4	3,9	4,6	8,8	100

Tableau 5A

Quels défis l'adoption de technologies numériques vous a-t-elle posés? (% des réponses)

Selon la taille de l'entreprise (nombre d'employés)

	0 à 4	5 à 19	20 à 49	50 à 99	100 à 499	500 et plus	Total
C'est très cher	36,1	35,6	36,0	32,9	35,9	16,7	35,7
Ça demande beaucoup de temps	64,8	64,1	60,7	60,6	53,0	33,3	63,5
C'est très compliqué	32,0	28,9	23,3	24,7	16,2	16,7	28,8
Autre	6,4	6,7	6,4	4,7	5,1	0,0	6,5
Aucun défi	20,2	22,0	23,3	25,3	29,9	66,7	21,8
Total	35,8	45,5	13,0	3,3	2,2	0,1	100

Tableau 5B

Quels défis l'adoption de technologies numériques vous a-t-elle posés? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Agriculture	Ressources naturelles	Construction	Fabrication	Commerce de gros	Commerce de détail	Transports
C'est très cher	19,8	36,1	34,6	35,3	42,2	39,0	26,2
Ça demande beaucoup de temps	61,4	48,6	63,7	61,2	68,7	72,1	46,3
C'est très compliqué	32,2	27,8	28,0	27,9	27,2	33,1	27,4
Autre	4,5	12,5	5,6	6,3	5,6	5,0	6,7
Aucun défi	24,8	26,4	24,0	24,7	17,2	16,3	31,1
Total	3,9	1,4	12,0	13,7	7,9	19,2	3,1

Tableau 5B (suite)

Quels défis l'adoption de technologies numériques vous a-t-elle posés? (% des réponses)

Selon le secteur économique

	Arts, loisirs et information	Finance, assurances, immobilier et location à bail	Services professionnels	Gestion et admin. d'entreprises	Services sociaux	Hébergement et restauration	Services personnels et divers	Total
C'est très cher	31,0	36,5	28,0	43,4	39,8	35,7	38,5	35,7
Ça demande beaucoup de temps	56,9	64,7	60,2	61,6	64,0	57,8	61,9	63,5
C'est très compliqué	18,1	29,5	21,3	30,2	31,2	29,1	30,8	28,8
Autre	8,6	6,2	9,1	7,5	8,6	11,1	5,5	6,5
Aucun défi	25,9	18,7	28,0	21,4	19,9	18,9	22,0	21,8
Total	2,2	4,6	9,1	3,1	3,6	4,7	9,4	100