



Diagnostic sur l'innovation

Rapport final



OCTOBRE 2021

Élexpertise

Comité sectoriel de la main-d'œuvre
de l'industrie électrique et électronique

Avec la contribution financière de :

**Commission
des partenaires
du marché du travail**

Québec 

Table des matières

4

**Objectif et
méthodologie abrégée**

6

Faits saillants

10

Chapitre 1
Niveau d'implication
des entreprises face
à l'innovation

16

Chapitre 2
Pratiques d'innovation
mises en place

26

Chapitre 3
Indicateurs de
performance

30

Chapitre 4
Profil des répondants

34

Conclusions

36

Annexe 1
Méthodologie détaillée

42

Annexe 2
Questionnaire

Objectif et méthodologie abrégée

Objectif

Élexpertise s'est adjoint les services de SOM et d'Audax afin de réaliser un diagnostic des pratiques d'innovation des entreprises du secteur manufacturier appartenant au sous-secteur électrique et électronique.

Méthodologie abrégée



Population cible

Établissements québécois dont le secteur d'activité principal fait partie d'un des segments suivants de l'industrie manufacturière :

- › Électronique (SCIAN 334)
- › Électrique (SCIAN 335)



Échantillonnage

Un total de 116 répondants répartis dans les segments suivants :

- › Électriques : 53 répondants
- › Électroniques : 33 répondants
- › Les deux sous-secteurs : 25 répondants
- › Réparateurs d'appareils électriques : 5 répondants



Collecte

Sondage téléphonique réalisé du 16 juillet au 23 août 2021. Taux de réponse : 23 %



Pondération

Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction du secteur d'activité et de la taille des établissements.



Marge d'erreur

La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 8,9 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



Différences significatives

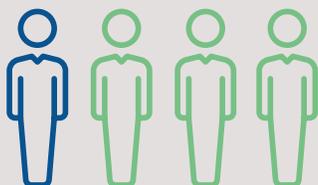
Les flèches (↑ ou ↓) sont utilisées pour indiquer une différence significative entre certains groupes de répondants.

NOTES

Dans le présent rapport, les entreprises présentant une intensité faible en matière d'innovation regroupent celles ayant obtenu une note globale inférieure à 6 (sur 10) pour l'ensemble des 19 pratiques d'innovation mesurées. Dans le même ordre d'idées, une intensité modérée réfère à une note de 6 à 7 et une intensité élevée réfère à une note globale de 8 ou plus.

Faits saillants

Implication des entreprises face à l'innovation



72%

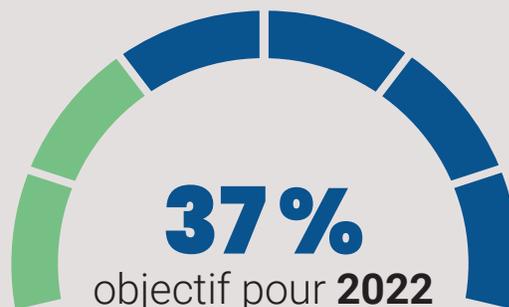
ont moins de **10 employés** qui participent au processus d'innovation



19%

du **chiffre d'affaires** est consacré à l'innovation, en moyenne

Proportion du chiffre d'affaires attribuable aux ventes d'innovations



34%
objectif pour **2021**

32%
en **2020**

Niveau d'intensité en matière d'innovation

(Note globale)

45%
Intensité faible

(note inférieure à 6)

39%
Intensité modérée

(notes de 6 à 7)

16%
Intensité élevée

(notes de 8 ou plus)

Pratiques d'innovation

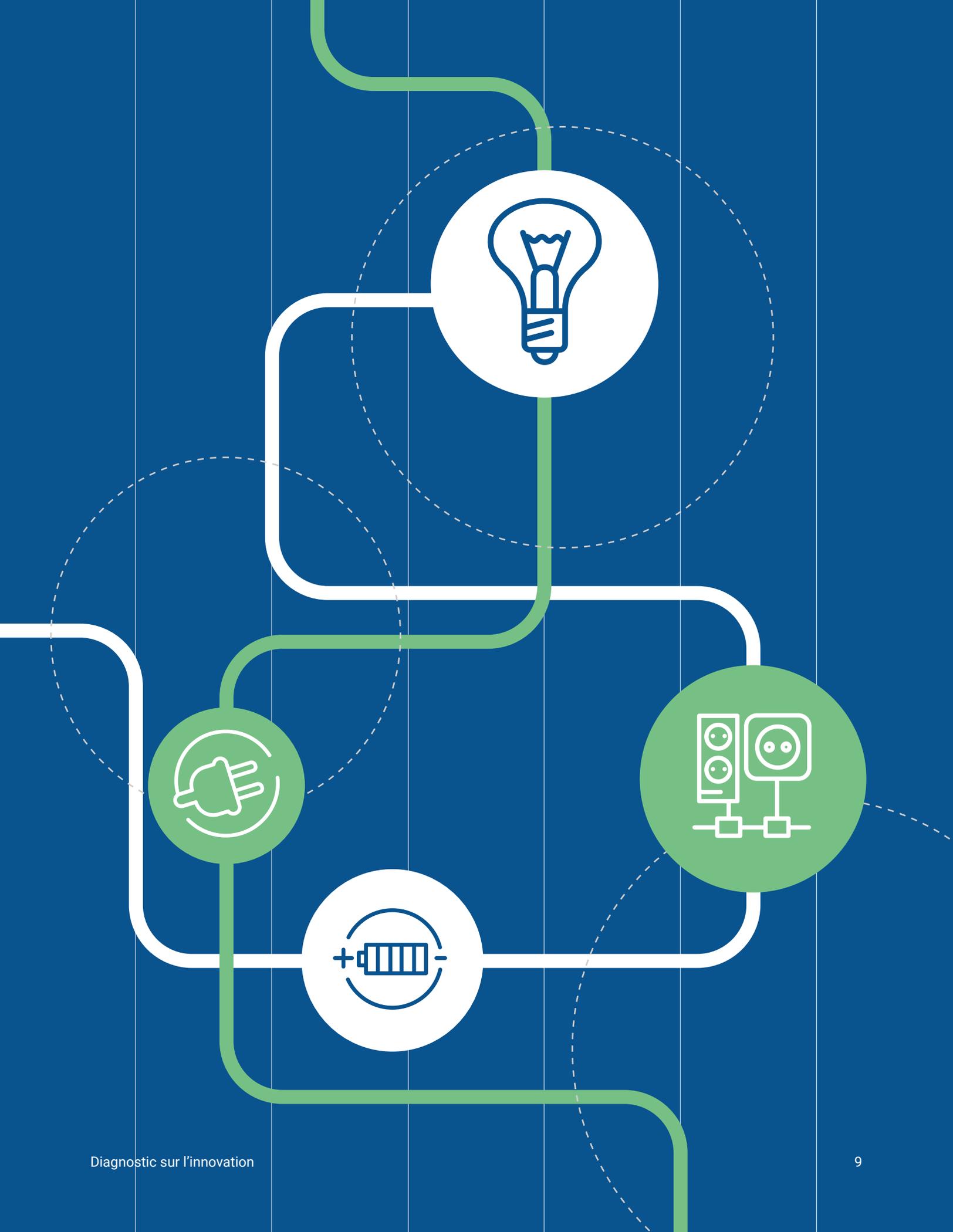
	Score moyen	Note 0/10 (pas du tout)	Note 10/10 (complètement)	Catégorie d'innovation
La participation de la direction de l'entreprise à la sélection des projets	9,1	0 %	61 %	Gestion du portefeuille
La sélection d'un projet selon les forces de l'entreprise	7,9	5 %	32 %	Gestion du portefeuille
L'objectif de réaliser une marge de profit supérieure avec les innovations	7,6	5 %	26 %	Lancement de l'innovation
L'assignation du développement des innovations à un chef de projet bien identifié	7,3	7 %	33 %	Développement de produits
Une culture d'innovation qui encourage la prise de risques et les nouvelles idées	7,3	4 %	16 %	Culture d'innovation
La concentration des efforts d'innovation en quelques projets ou thèmes prioritaires	7,1	4 %	17 %	Stratégies d'innovation
L'inclusion de boucles de rétroaction avec les clients	6,7	2 %	14 %	Développement de produits
Un processus d'innovation qui définit bien les livrables à chaque étape	6,6	3 %	12 %	Développement de produits
L'intégration des clients dans le processus d'innovation	6,5	6 %	16 %	Innovation en amont
L'évaluation du potentiel commercial d'un projet avant son développement	6,4	8 %	18 %	Gestion du portefeuille
Des objectifs d'innovation quantitatifs liés aux objectifs d'affaires	6,3	8 %	14 %	Stratégies d'innovation
La valorisation des données dans son modèle d'affaires	5,8	15 %	10 %	Virage numérique
La préparation d'un plan d'innovation ou « roadmap » sur un horizon de 2-3 ans	5,4	14 %	14 %	Stratégies d'innovation
L'inclusion de ressources externes dans le processus d'innovation	5,0	16 %	9 %	Innovation en amont
L'évaluation du nombre d'innovations que l'entreprise est capable de lancer par année	5,0	10 %	13 %	Lancement de l'innovation
La validation des opportunités d'innovation auprès des clients à des moments précis de l'année	4,8	18 %	10 %	Innovation en amont
La protection des innovations grâce à la propriété intellectuelle	4,1	33 %	10 %	Culture d'innovation
Un budget de commercialisation sur quelques années pour chaque innovation	4,1	19 %	6 %	Lancement de l'innovation
La mise en place d'une usine intelligente	3,4	36 %	7 %	Virage numérique

Top 5 des pratiques d'innovation les **plus** répandues



Top 5 des pratiques d'innovation les **moins** répandues





Chapitre 1

Niveau d'implication des entreprises face à l'innovation

Définition de l'innovation

Proportion du chiffre d'affaires allouée à l'innovation

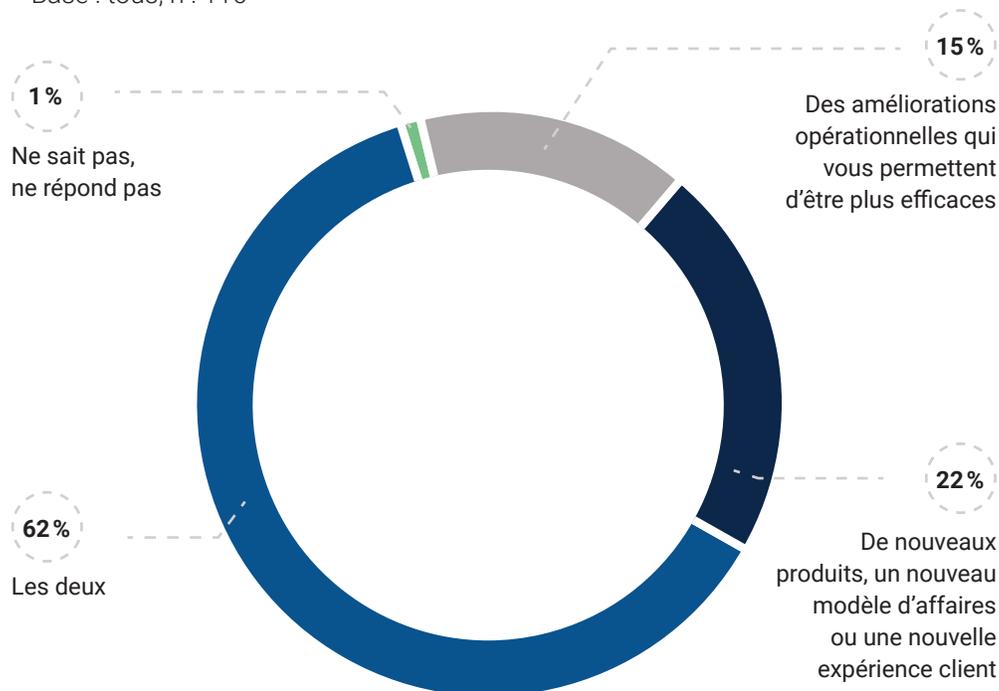
Participation des employés au processus d'innovation

Intensité d'innovation des entreprises

Définition de l'innovation

QB1. Pour votre entreprise, l'innovation est-elle vue principalement comme... ?

Base : tous, n : 116



La majorité des entreprises ont une vision large de ce qu'est une innovation

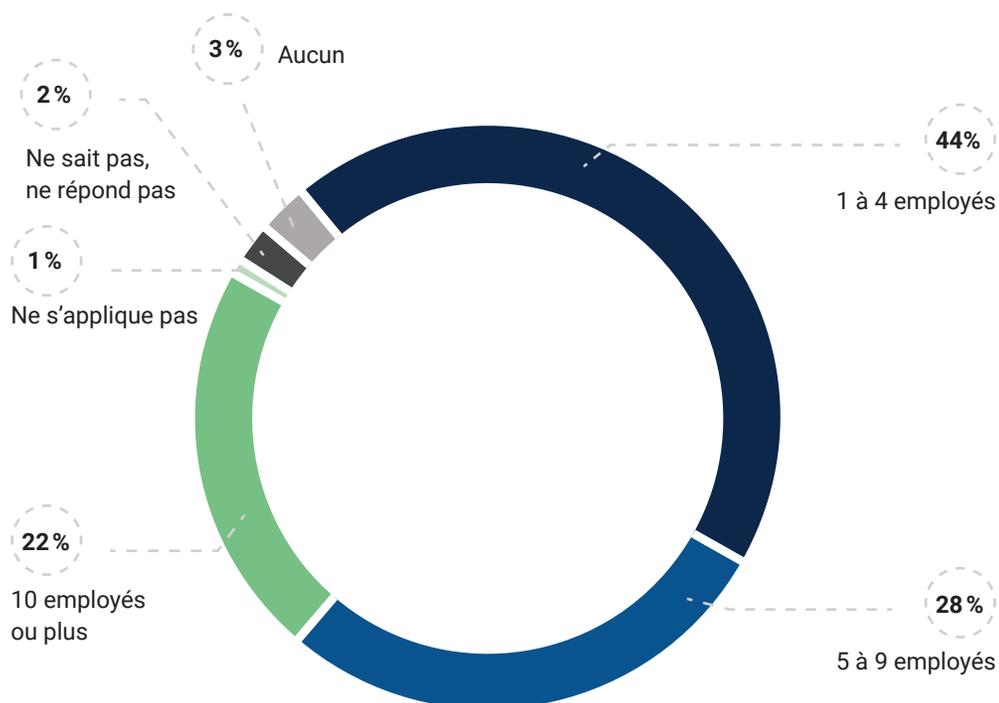
La majorité des répondants (62%) voient l'innovation autant comme des améliorations opérationnelles permettant d'être plus efficaces que comme de nouveaux produits, un nouveau modèle d'affaires ou une nouvelle expérience client. Néanmoins, un peu plus du tiers des entreprises (37%) voient plutôt l'innovation comme exclusivement l'un ou l'autre de ces choix.

Notons que les entreprises dont l'objectif de ventes d'innovations pour 2021 et 2022 est de 50% ou plus du chiffre d'affaires sont plus nombreuses, en proportion, à percevoir l'innovation comme de nouveaux produits, un nouveau modèle d'affaires ou une nouvelle expérience client (41% pour 2021 et 38% pour 2022). À l'inverse, celles qui ont un objectif de ventes d'innovations de moins de 20% du chiffre d'affaires, que ce soit pour 2021 ou 2022, voient, de façon plus marquée, l'innovation comme des améliorations opérationnelles permettant un gain d'efficacité (29% pour 2021 et 27% pour 2022).

Participation des employés au processus d'innovation

QJ5. Combien d'employés au total participent au processus d'innovation ?

Base : tous, n : 116



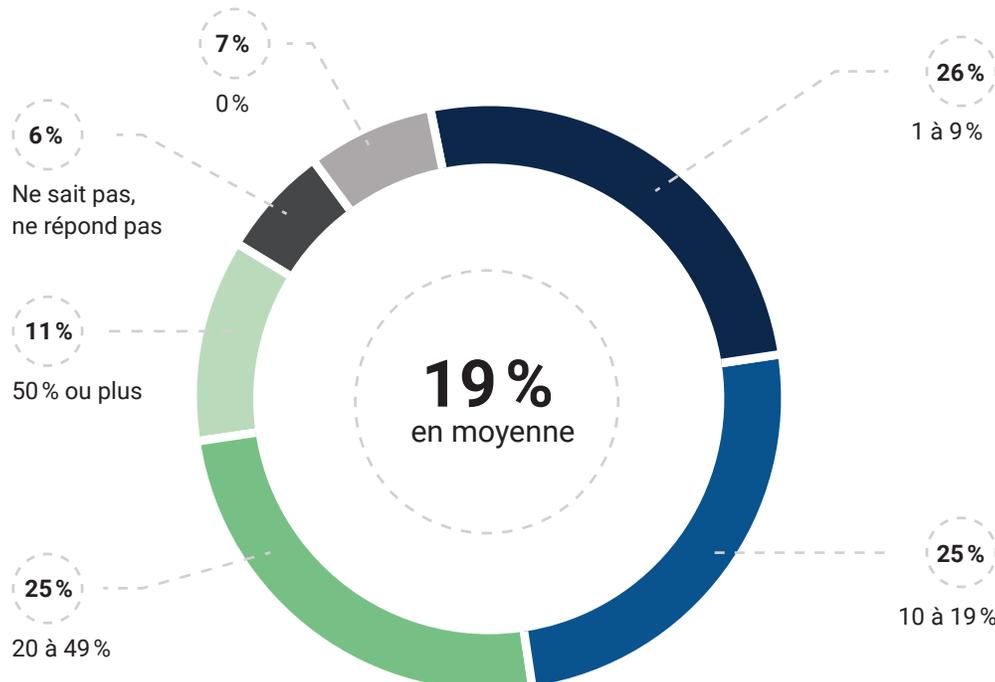
Environ le tiers des employés prennent part au processus d'innovation en entreprise

En moyenne, neuf employés prennent part au processus d'innovation, ce qui représente environ le tiers du personnel considérant que l'entreprise moyenne dans l'industrie compte environ 30 employés (source : diagnostic sectoriel 2018). Pour la majorité des entreprises, c'est moins de 10 employés qui participent au processus d'innovation (72%). Toutefois, près d'une entreprise sur quatre dispose d'une équipe plus importante (22% ont 10 employés ou plus).

Proportion du chiffre d'affaires allouée à l'innovation

QJ4. Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires annuel consacrez-vous à l'innovation (cela inclut les activités de recherche et développement) ?

Base : tous, n : 116



Une proportion considérable du chiffre d'affaires serait consacrée à l'innovation

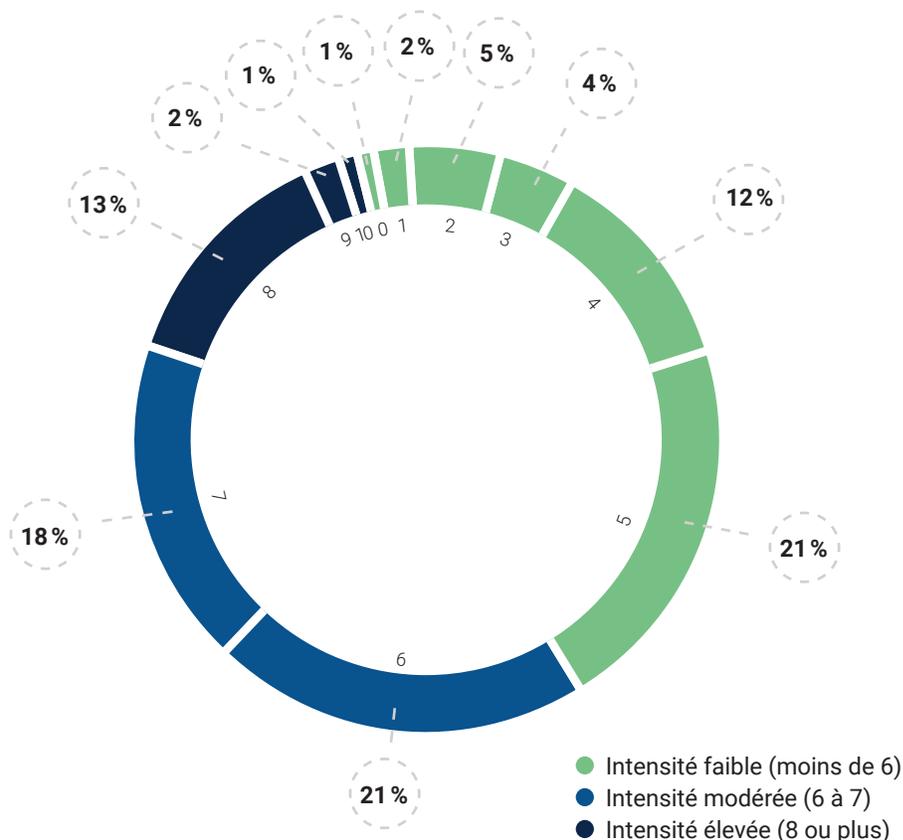
En moyenne, les entreprises répondantes affirment consacrer 19% de leur chiffre d'affaires à l'innovation, ce qui semble très élevé. D'ailleurs, plus du tiers des entreprises (36%) y consacrent au moins 20%. Les entreprises du sous-secteur électronique semblent investir une plus grande part du chiffre d'affaires pour l'innovation (moyenne de 25%), un chiffre qu'il faut toutefois interpréter avec prudence en raison des marges d'erreur.

Les objectifs de ventes d'innovations en proportion du chiffre d'affaires sont en lien avec la proportion consacrée à l'innovation. En effet, les entreprises dont l'objectif de ventes d'innovations pour 2021 et 2022 est en deçà de 20% consacrent moins à l'innovation (entre 1% et 9% du chiffre d'affaires à l'innovation : 42% pour 2021 et 41% pour 2022), alors que celles dont l'objectif pour 2021 et 2022 est de 50% ou plus du chiffre d'affaires ont plus tendance à consacrer 20% ou plus de celui-ci à l'innovation (70% pour 2021 et 63% pour 2022).

Intensité d'innovation des entreprises

QSCORE. Note globale de l'intensité d'application des pratiques d'innovation dans l'entreprise

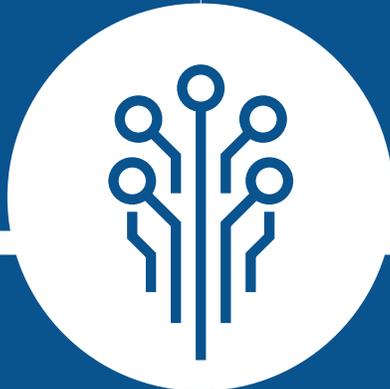
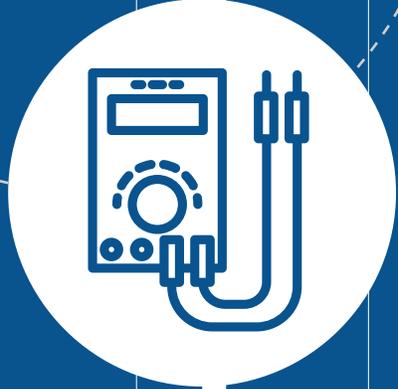
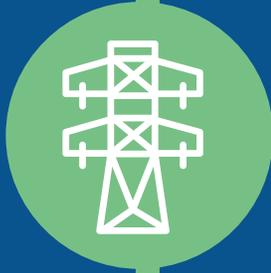
Base : tous, n : 116



On retrouve principalement une intensité faible ou modérée en matière d'innovation au sein de l'industrie

Globalement, les entreprises des sous-secteurs desservies par Élexpertise présentent un niveau d'intensité d'innovation faible ou modéré. Le niveau d'intensité est déterminé selon la note globale en ce qui concerne l'application des pratiques d'innovation. Cette note globale s'obtient par la moyenne des scores attribués à chacune des 19 pratiques d'innovation mesurées.

Les entreprises ont été classées selon trois catégories indiquant leur niveau d'intensité en matière d'innovation. Ainsi, près d'une entreprise sur deux (45%) obtient une note globale inférieure à six, indiquant un faible niveau d'intensité en matière d'innovation. Deux entreprises sur cinq auraient un niveau d'intensité modéré (notes globales de 6 à 7 : 39%) et une plus faible proportion présente un niveau d'intensité élevé (notes globales de 8 ou plus : 16%).



Chapitre 2

Pratiques d'innovation mises en place

**Culture
d'innovation**

**Stratégies
d'innovation**

**Innovation
en amont**

**Gestion du
portefeuille
d'innovation**

**Processus de
développement
des produits**

**Lancement de
l'innovation**

**Virage
numérique**

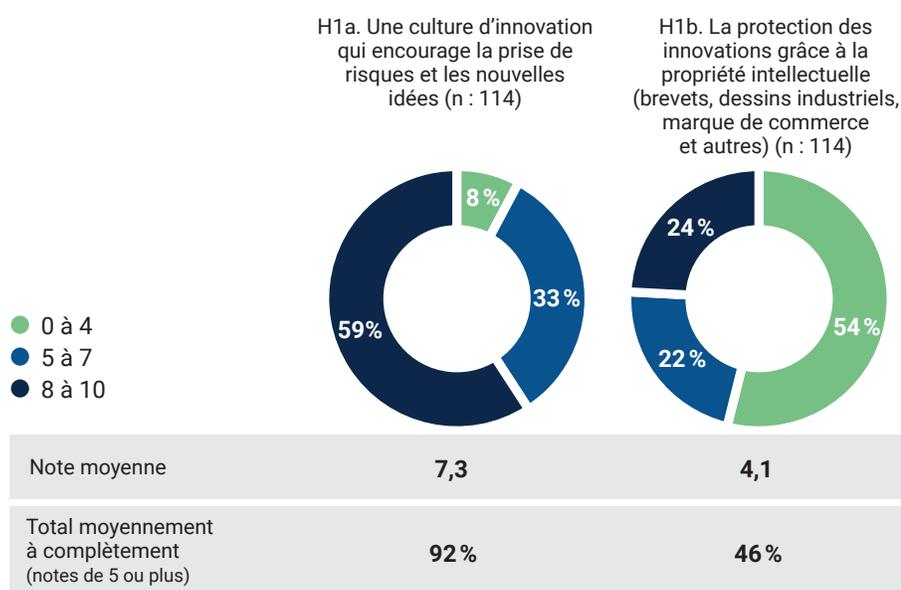
**Des différences
en matière
d'innovation**

Culture d'innovation

QH1a

et H1b. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Très peu d'entreprises protègent leurs innovations

De façon générale, la presque totalité des entreprises a une culture d'innovation qui encourage la prise de risques et les nouvelles idées, bien que cela ne soit fortement implanté que dans une faible majorité d'entreprises (59 % notes de 8 à 10). Il s'agit d'un élément focal qui influence l'intensité d'innovation. En effet, on constate que les entreprises avec une telle culture très bien présente au sein de leur entreprise affichent davantage une intensité d'innovation modérée ou élevée. À l'inverse, celles qui encouragent moyennement la prise de risques et les nouvelles idées ont, de façon plus marquée, une intensité d'innovation faible.

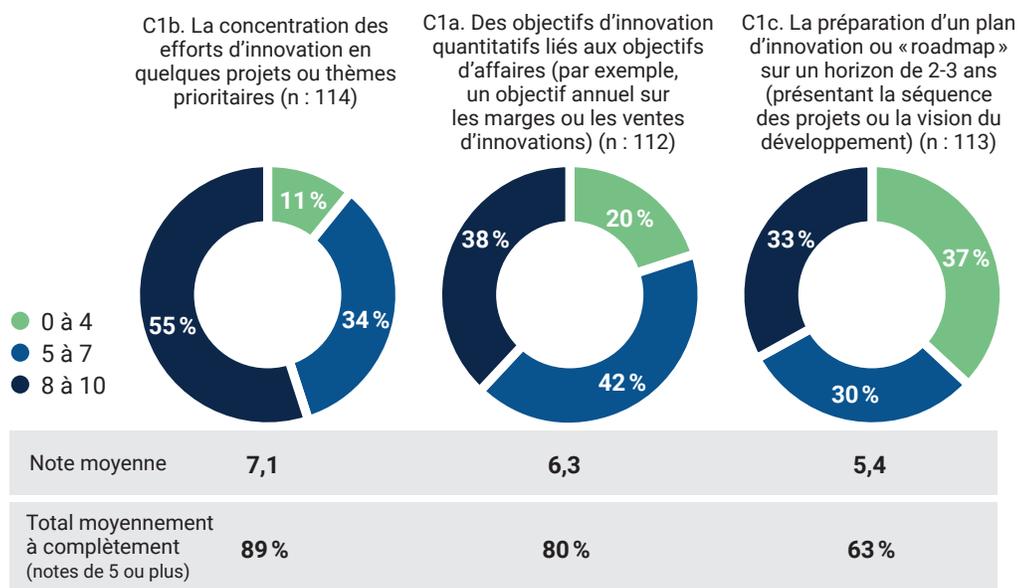
Par ailleurs, la protection des innovations grâce à la propriété intellectuelle est peu répandue en entreprise. Seulement le quart des entreprises protègent leurs innovations à un niveau élevé (24 % notes de 8 à 10), alors que la moitié des entreprises indiquent le faire très peu (54 % notes de 0 à 4). Enfin, le tiers des entreprises indiquent ne pas du tout protéger leurs innovations (33 % notes de 0). C'est d'ailleurs une des pratiques d'innovation les moins appliquées. Il semble y avoir une nécessité d'éduquer l'industrie sur l'importance de la propriété intellectuelle des innovations, surtout lorsque celles-ci peuvent leur procurer un avantage distinctif. Il faut aussi nuancer ce résultat quelque peu, en ce sens que certaines entreprises ne sont peut-être pas encore assez avancées dans leur processus pour être en position de protéger leurs innovations.

Stratégies d'innovation

QC1a

à C1c. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Seulement le tiers des entreprises ont un plan d'innovation bien défini à moyen terme

Bien que la concentration des efforts d'innovation en quelques thèmes ou projets prioritaires soit très bien appliquée dans une majorité d'entreprises (55%), on constate que c'est moins le cas en ce qui a trait à la fixation d'objectifs d'innovation quantitatifs liés aux objectifs d'affaires et à la préparation d'un plan d'innovation sur deux ou trois ans. En effet, une minorité d'entreprises indiquent très bien appliquer ces deux dernières pratiques (notes de 8 à 10 : 38% et 33%, respectivement).

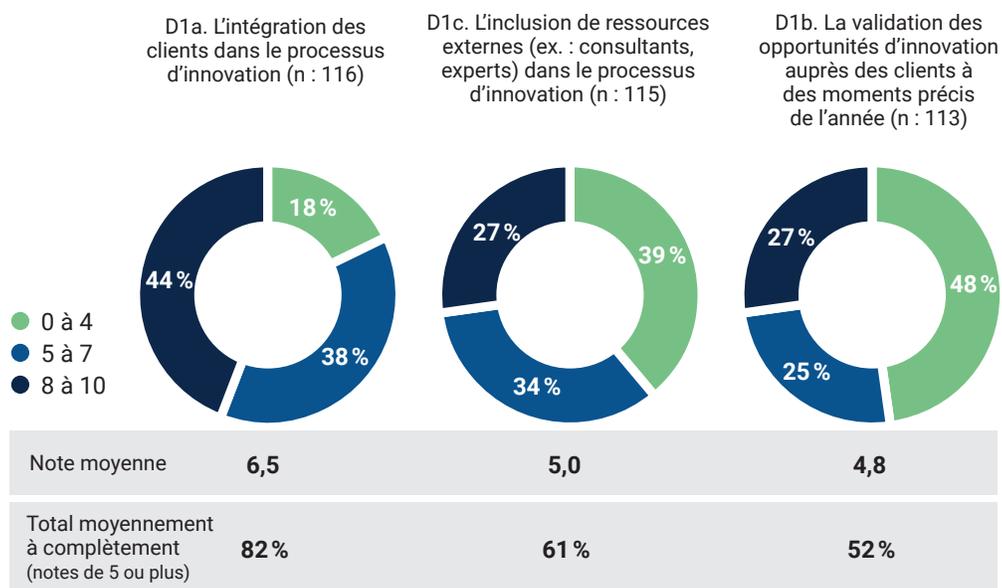
Par ailleurs, une proportion non négligeable d'entreprises indiquent ne pas mettre en place, ou le faire faiblement, des objectifs d'innovation quantitatifs liés aux objectifs d'affaires (20% notes de 0 à 4). C'est également le cas en ce qui concerne la préparation d'un plan d'innovation (37% notes de 0 à 4).

Innovation en amont

QD1a

à D1c. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Près de la moitié des entreprises intègrent largement les clients dans leur processus d'innovation

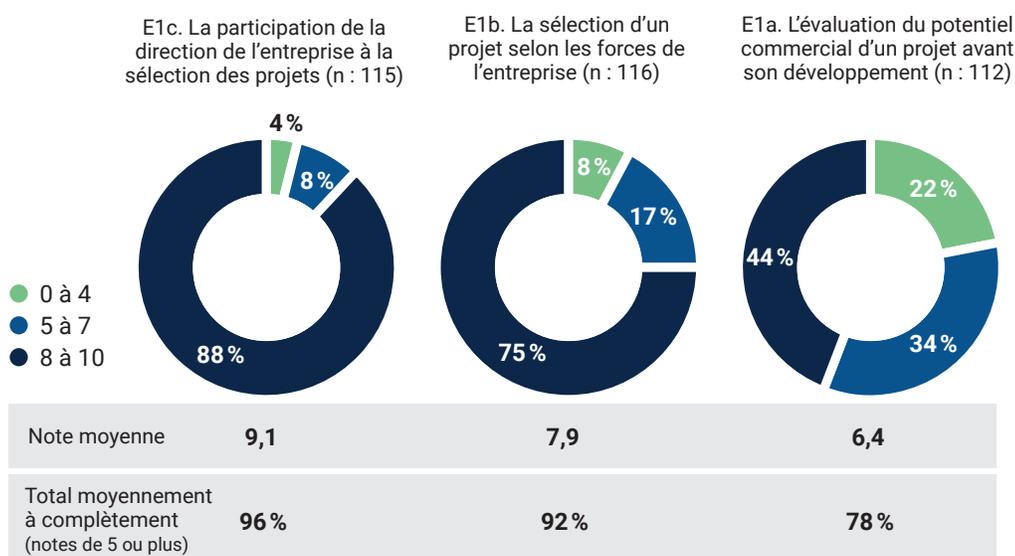
Près de la moitié des entreprises affirment intégrer fortement leurs clients dans le processus d'innovation (44% notes de 8 à 10), alors qu'une faible majorité d'entreprises affirment inclure des ressources externes dans ce processus ou valider les opportunités auprès des clients à des moments précis, dont le quart complètement (27% notes de 8 à 10).

Gestion du portefeuille d'innovation

QE1a

à E1c. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Des directions engagées dans la sélection des projets d'innovation

Dans la presque totalité des entreprises sondées, la direction participe activement à la sélection des projets (88% notes de 8 à 10), dont 61% qui ont indiqué une note de 10 sur 10. De plus, pour la grande majorité des entreprises, la sélection des projets se fait selon les forces de l'entreprise (75% notes de 8 à 10). D'ailleurs, ces deux pratiques sont les plus fortement implantées parmi toutes celles mesurées dans cette étude.

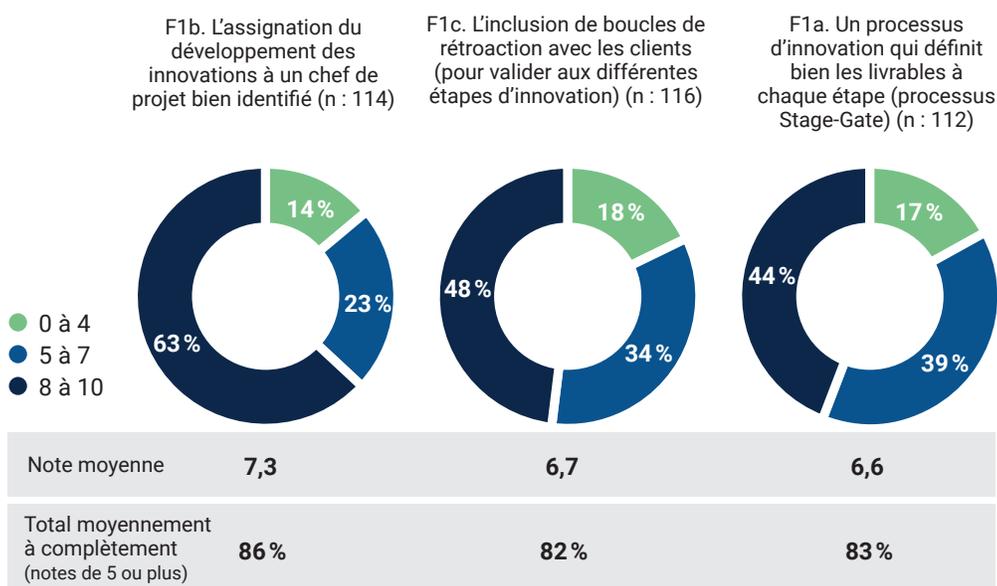
Toutefois, l'évaluation du potentiel commercial d'un projet avant son développement est une stratégie moins bien implantée que les deux autres. Effectivement, près d'une entreprise sur quatre indique que cette pratique est faiblement appliquée au sein de son entreprise (22% notes de 0 à 4).

Processus de développement des produits

QF1a

à F1c. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



La majorité des entreprises ont un chef de projet assigné au développement des innovations

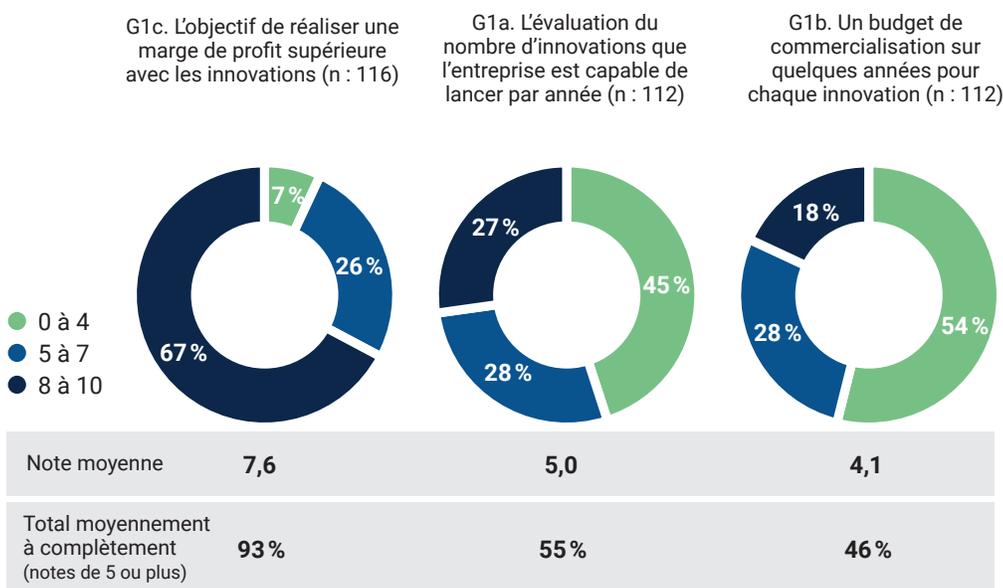
Globalement, les pratiques d'innovation liées au processus de développement des produits sont appliquées, en partie ou complètement, dans la grande majorité des entreprises des secteurs desservis par Élexpertise (entre 82% et 86%). L'assignation du développement des innovations à un chef de projet est la plus fortement implantée. Le tiers des entreprises indique même que la pratique est totalement implantée (33% notes de 10).

Lancement de l'innovation

G1a

à G1c. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Une question de rentabilité avant tout

De manière générale, l'objectif de réaliser une marge de profit supérieure avec les innovations est visé au moins en partie dans l'ensemble des entreprises sondées (93% notes de 5 à 10), dont les deux tiers qui indiquent que c'est fortement le cas (67% notes de 8 à 10).

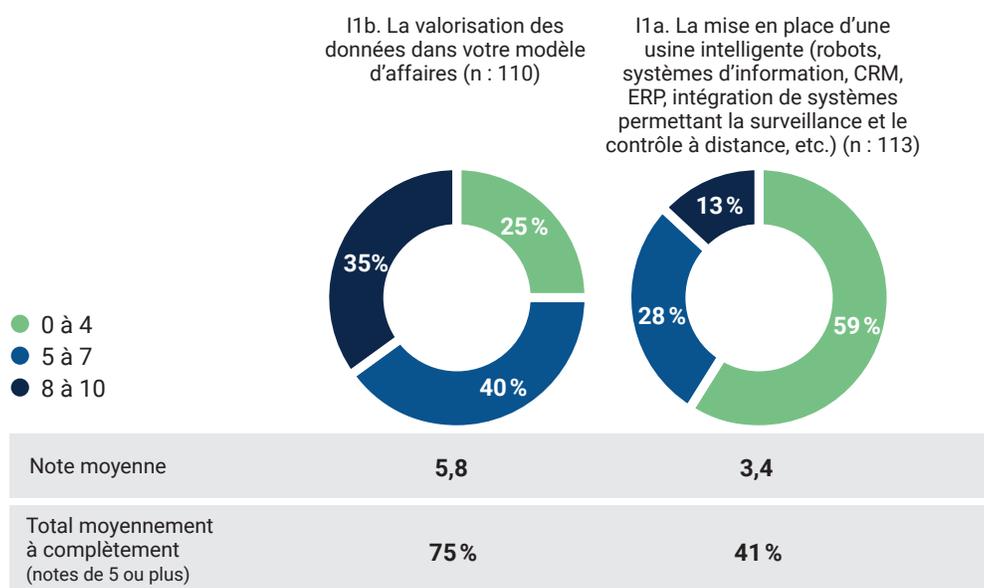
L'évaluation du nombre d'innovations que l'entreprise est capable de lancer ainsi que l'établissement d'un budget de commercialisation sur quelques années pour chaque innovation sont des pratiques moins répandues au sein de l'industrie. Effectivement, la moitié des entreprises affirment appliquer faiblement ces pratiques (notes de 0 à 4 : 45% et 54%, respectivement). D'ailleurs, une entreprise sur cinq a indiqué ne pas du tout avoir établi un budget de commercialisation pour chaque innovation (19% notes de 0), ce qui en fait une des pratiques les moins implantées en entreprise.

Virage numérique

Q1a

et I1b. Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Base : tous, non-réponse exclue



Une minorité d'entreprises a entrepris le virage vers l'usine intelligente

Les secteurs desservis par Élexpertise ont encore du chemin à faire en ce qui concerne le virage numérique, puisque très peu d'entreprises semblent être impliquées dans une telle transformation. En effet, seulement deux entreprises sur cinq affirment avoir mis en place, en partie ou complètement, une usine intelligente (41 % notes de 5 à 10), alors que la majorité indique plutôt l'avoir implanté faiblement (59 % notes de 0 à 4). D'ailleurs, le tiers des entreprises affirment n'avoir rien fait à ce chapitre (36 % notes de 0). Parmi les pratiques d'innovation mesurées dans cette étude, celle-ci obtient le score moyen le plus faible, ce qui met en lumière l'enjeu numérique auquel fait face l'industrie. Par ailleurs, trois entreprises sur quatre indiquent valoriser les données dans leur modèle d'affaires, à différents degrés (75 % notes de 5 à 10). Il y a donc du chemin à faire là aussi.

Des différences en matière d'innovation

Sous-secteur

Les entreprises du sous-secteur électronique affirment davantage concentrer leurs efforts d'innovation en quelques projets ou thèmes prioritaires (68 % notes de 8 à 10), alors que c'est moins le cas de celles du sous-secteur électrique (37 % notes de 8 à 10). Notons aussi que la participation de la direction à la sélection des projets est plus marquée au sein des entreprises du sous-secteur électronique (95% notes de 8 à 10), bien que cette pratique soit très bien implantée au sein des entreprises du sous-secteur électrique (80 % notes de 8 à 10).

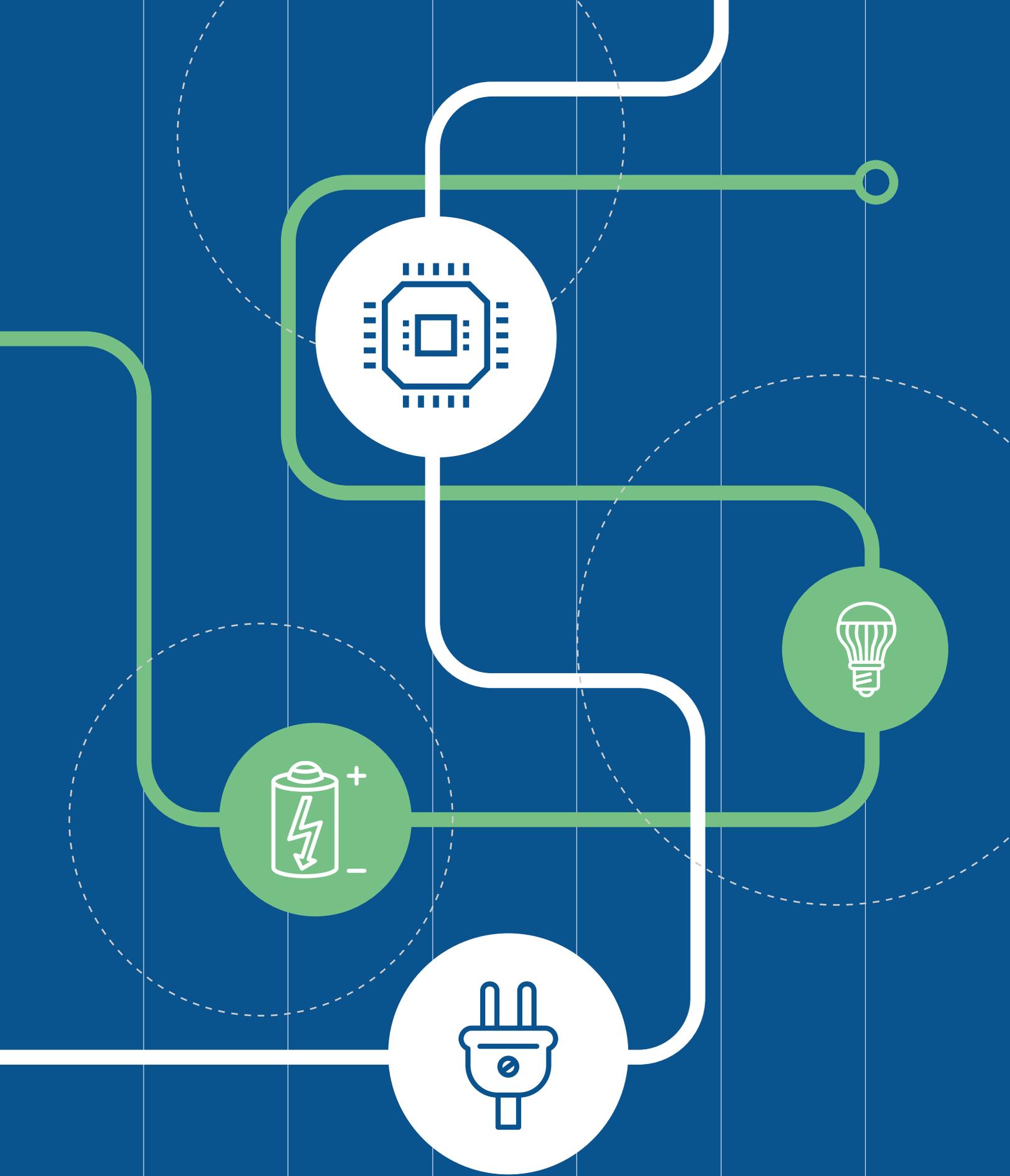
Taille

On constate que certaines pratiques sont moins bien implantées dans les très petites entreprises (moins de dix employés). C'est notamment le cas pour la validation des opportunités d'affaires auprès des clients (59 % notes de 0 à 4), l'implantation d'une usine intelligente (74 %) et la valorisation de données (39 %).

Objectif de ventes d'innovations pour 2021

Certaines pratiques d'innovation sont appliquées de façon plus marquée dans les entreprises dont l'objectif de ventes d'innovations pour 2021 est de 50 % ou plus du chiffre d'affaires. C'est notamment le cas des pratiques liées aux stratégies d'innovation, à l'intégration des clients dans le processus d'innovation, à la réalisation d'une marge de profit supérieure et à l'établissement d'un budget de commercialisation propre à chaque innovation sur deux à trois ans.





Chapitre 3



Indicateurs de performance

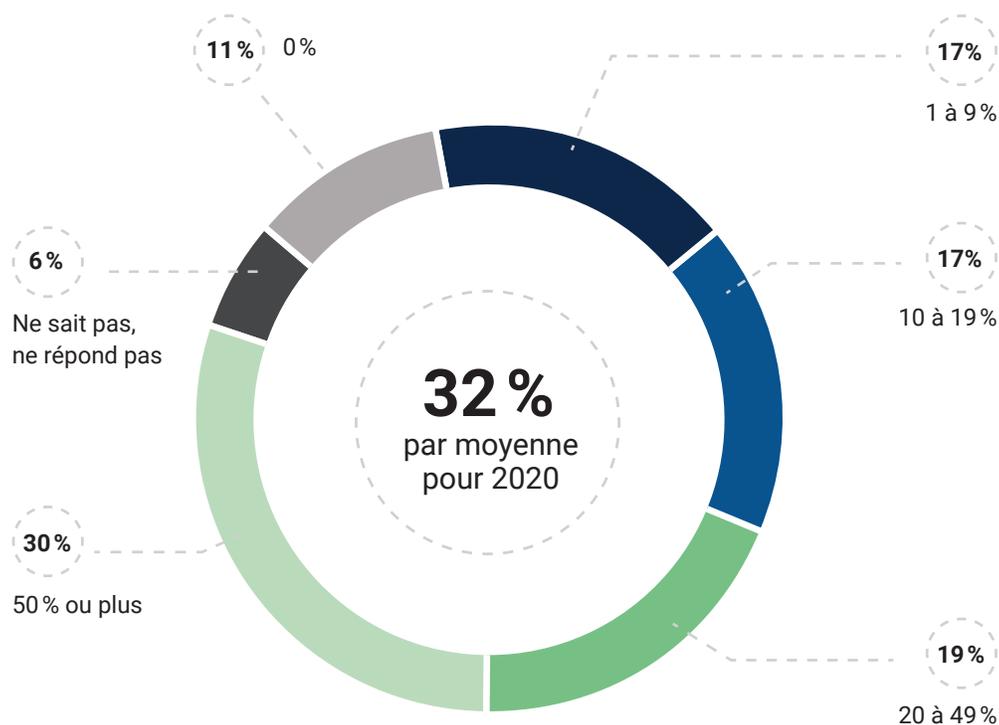
**Part du chiffre
d'affaires
attribuable
aux ventes
d'innovations**

**Objectifs
de ventes
d'innovations
pour 2021
et 2022**

Part du chiffre d'affaires attribuable aux ventes d'innovations

QJ1. En 2020, quel pourcentage de votre chiffre d'affaires a été attribuable aux ventes d'innovations ?

Base : tous, n : 116



Le tiers du chiffre d'affaires serait attribuable aux ventes d'innovations

De manière générale, en 2020, les entreprises des secteurs desservies par Élexpertise ont attribué en moyenne 32% de leur chiffre d'affaires aux ventes d'innovations. Notons que le sous-secteur électronique affiche une moyenne supérieure (40%), alors que le sous-secteur électrique présente un résultat inférieur (23%).

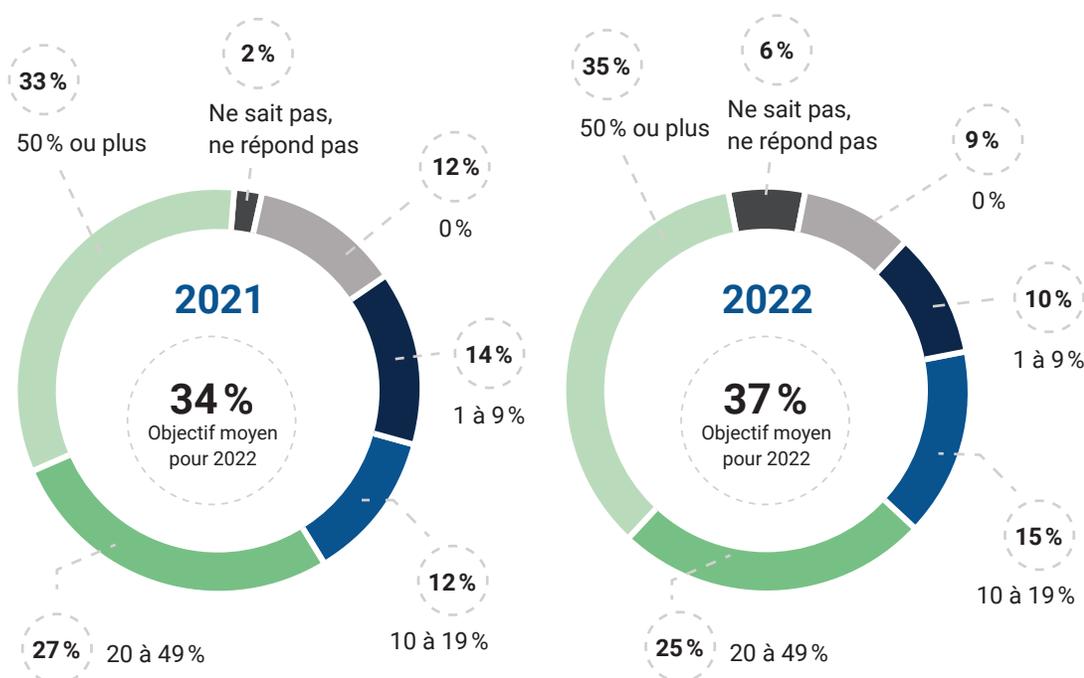
Objectifs de ventes d'innovations pour 2021 et 2022



QJ2

et QJ3. Quel est votre objectif de ventes d'innovations en pourcentage de votre chiffre d'affaires pour 2021 et 2022 ?

Base : tous, n : 116



Des objectifs pour 2021 et 2022 de même ampleur que le résultat de 2020

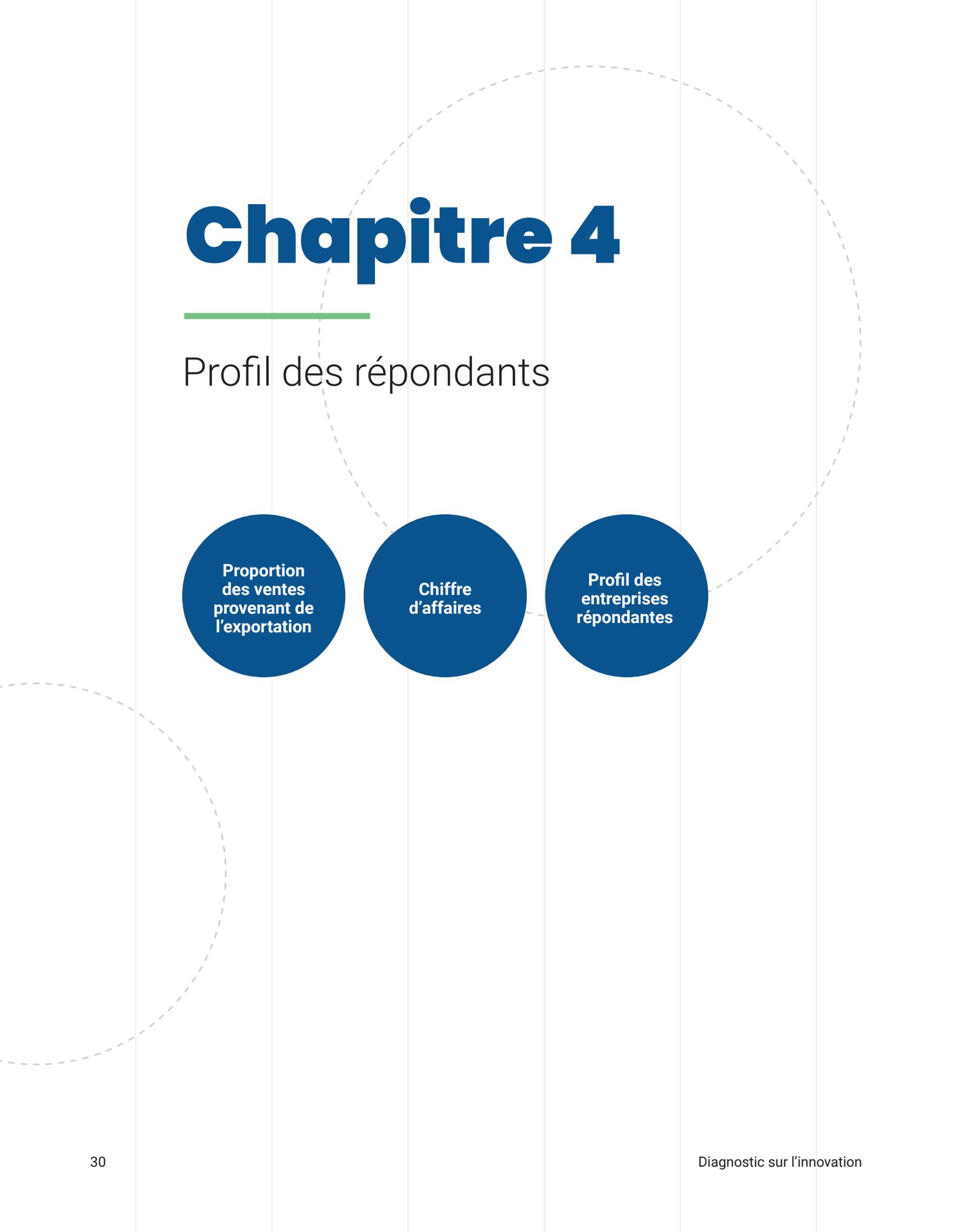
Globalement, les objectifs de ventes d'innovations en proportion du chiffre d'affaires pour 2021 et 2022 sont similaires à la part du chiffre d'affaires attribuable aux ventes d'innovations pour 2020. Ainsi, les entreprises des secteurs desservis par Élexpertise ne prévoient pas de croissance majeure des ventes d'innovations à court terme, bien qu'une légère tendance à la hausse se dessine.

Par ailleurs, le sous-secteur électronique mentionne des objectifs moyens supérieurs (42% pour 2021 et 45% pour 2022), tandis que le sous-secteur électrique indique des objectifs plus faibles (23% pour 2021 et 26% pour 2022).

Notons aussi que les entreprises dont l'intensité en matière d'innovation est élevée sont plus nombreuses à avoir un objectif de 50% ou plus du chiffre d'affaires attribuable aux ventes d'innovations pour 2021 (62%).



Chapitre 4



Profil des répondants

Proportion
des ventes
provenant de
l'exportation

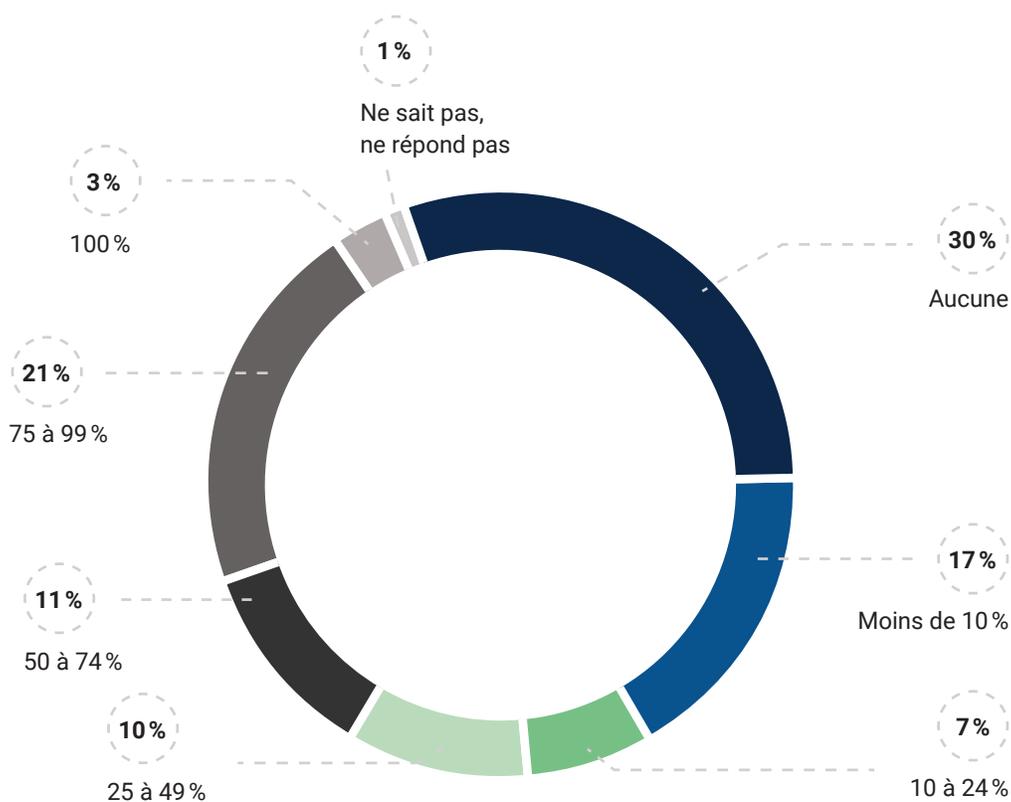
Chiffre
d'affaires

Profil des
entreprises
répondantes

Proportion des ventes provenant de l'exportation

QA4. Quelle proportion de vos ventes sont réalisées à l'extérieur du Canada (%) ?

Base : tous, n : 116



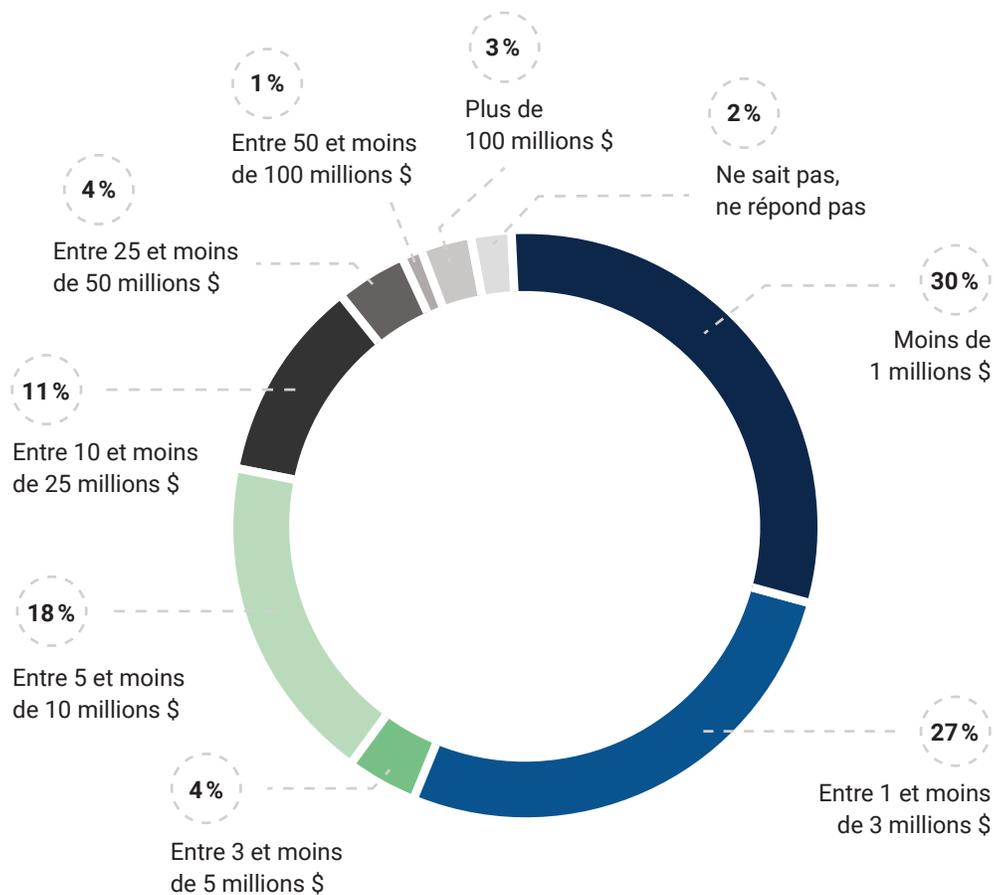
La majorité des entreprises exportent

Globalement, la majorité des entreprises répondantes (69%) réalisent des ventes à l'extérieur du Canada. Pour un tiers des entreprises, l'exportation représente au moins la moitié des ventes, ce qui en fait une activité cruciale. L'exportation prend plus de place dans le sous-secteur électronique que dans le sous-secteur électrique.

Chiffre d'affaires

QA5. Dans quelle catégorie se situe le chiffre d'affaires total de l'entreprise ?

Base : tous, n : 116



La majorité des entreprises ont un chiffre d'affaires inférieur à trois millions.

Globalement, un peu plus d'une entreprise sur deux (57%) a un chiffre d'affaires en deçà de trois millions. Les entreprises moins innovatrices (note globale inférieure à six) ont plus tendance à réaliser un chiffre d'affaires modeste (46% inférieur à un million).

Profil des entreprises répondantes

	Ensemble des répondants (n : 116)	Sous-secteur électronique (n : 53)	Sous-secteur électrique (n : 33)	Les deux* (n : 25)	Réparateur d'appareils électriques* (n : 5)
Sous-secteur d'activité	(n : 116)	(n : 53)	(n : 33)	(n : 25)	(n : 5)
Électronique	48%	100%			
Électrique	26%		100%		
Les deux	20%			100%	
Réparateur d'appareil électrique	6%				100%
Nombre d'employés	(n : 115)	(n : 52)	(n : 33)	(n : 25)	(n : 5)
Moins de 10 employés	48%	53%	35%	49%	70%
10 à 24 employés	16%	21%	13%	15%	-
25 à 49 employés	15%	11%	18%	19%	10%
50 à 99 employés	10%	6%	19%	12%	-
100 à 499 employés	10%	9%	13%	4%	20%
500 employés ou plus	1%	-	2%	1%	-
Poste du répondant	(n : 116)	(n : 53)	(n : 33)	(n : 25)	(n : 5)
Président (PDG, etc.)	58%	67%	47%	60%	20%
Directeur général (general manager, etc.)	12%	9%	19%	12%	-
Propriétaire	7%	4%	5%	9%	47%
Directeur des opérations	5%	4%	7%	5%	-
Vice-président	3%	4%	4%	-	-
Administrateur (gestionnaire, etc.)	2%	2%	-	-	23%
Directeur (de succursales, sans précision, etc.)	2%	-	7%	-	-
Directeur des finances	2%	-	2%	5%	-
Représentant des ventes	2%	-	2%	5%	-
Directeur des ressources humaines	1%	2%	3%	-	-
Autre	6%	8%	4%	4%	10%

Note : les bases excluent la non-réponse.

* Ces données sont à utiliser avec prudence vu la faible taille de l'échantillon.

Conclusions

The page features a large, bold blue title 'Conclusions' centered in the upper half. Below the title is a solid green horizontal line. The background is white with several vertical light gray lines and two large, faint dashed gray circles. One dashed circle is on the left side, partially overlapping the title, and the other is on the right side, lower down.



Un niveau d'intensité d'innovation relativement faible

Les entreprises sondées ont un niveau d'intensité en matière d'innovation principalement faible ou modéré. Une faible proportion obtient une note globale de huit ou plus. À la lumière des résultats, on constate que les secteurs desservis par Élexpertise ne sont pas très avancés en matière d'innovation et de transformation numérique.



Des pratiques bien implantées

Plusieurs pratiques en matière d'innovation sont fortement implantées dans la majorité des entreprises, dont la participation de la direction à la sélection des projets, des projets choisis en fonction des forces de l'entreprise, l'objectif d'accroître la marge de profit avec les innovations, la désignation d'un chef de projets au développement des innovations et une culture qui prône la prise de risques et les nouvelles idées. Toutes ces pratiques favorisent l'implantation d'innovations en établissant une base de gestion favorable à ce processus.



Des pratiques moins répandues

Inversement, un bon nombre de pratiques ne sont présentes que dans une minorité d'entreprises. C'est d'ailleurs le cas de l'usine intelligente, de la protection des innovations par la propriété intellectuelle, de l'établissement d'un budget de commercialisation propre à chaque innovation sur quelques années, de la validation des opportunités d'innovation auprès des clients, de l'évaluation du nombre d'innovations que l'entreprise est en mesure de lancer annuellement, du recours à des ressources externes dans le processus d'innovation et de la préparation d'un plan d'innovation à court ou moyen terme.

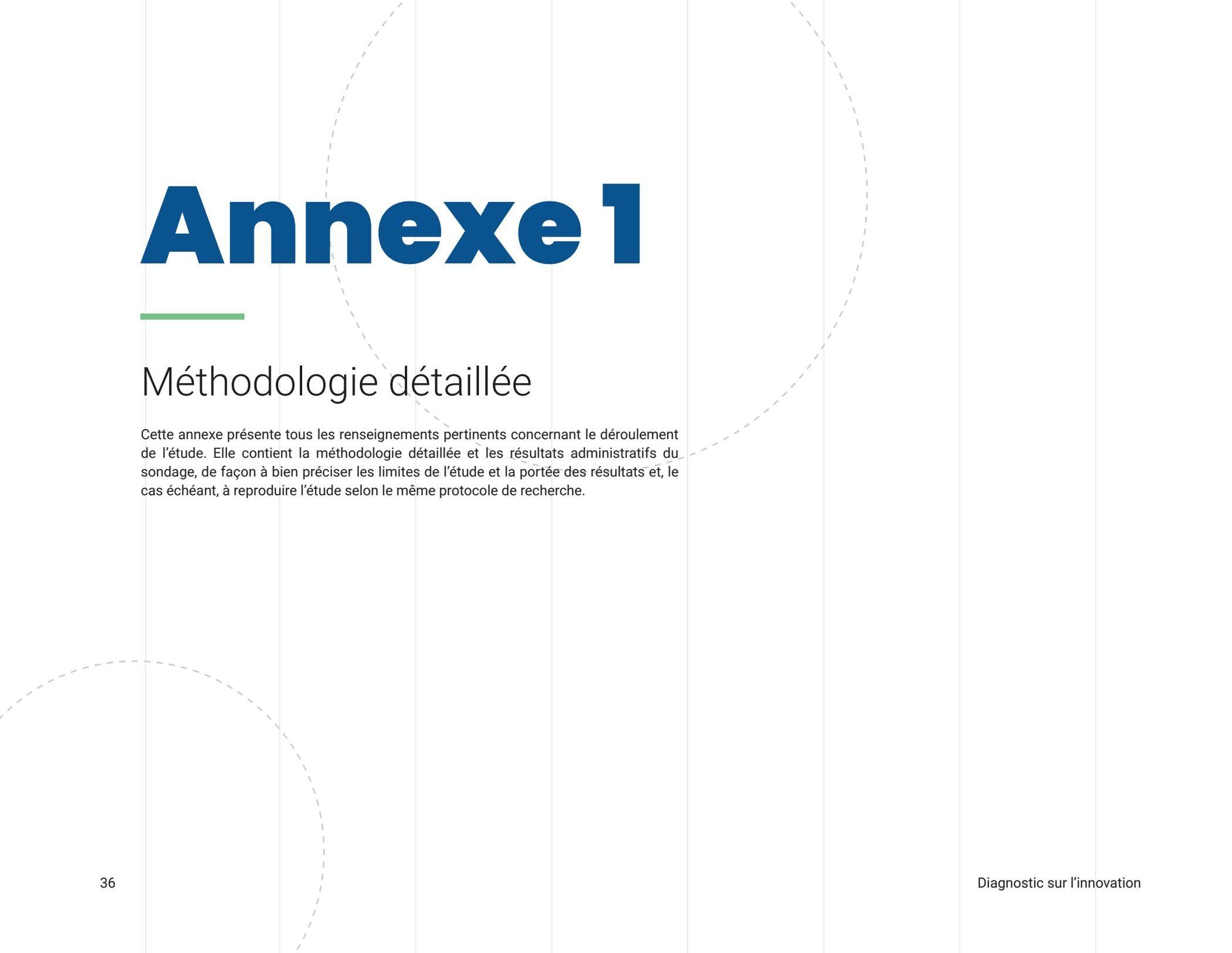


Un besoin de soutien

La majorité (59%) des entreprises ont accepté de transmettre leurs réponses à Élexpertise dans l'optique d'avoir un suivi personnalisé en matière d'innovation. Ce résultat nous laisse croire que l'industrie souhaite s'allier à des ressources externes dans un contexte d'innovation et de transformation numérique.

D'ailleurs, on constate que les entreprises sondées semblent avoir besoin d'un soutien en ce qui a trait à l'orientation des pratiques d'innovation, notamment l'élaboration d'un plan d'innovation sur un horizon de deux à trois ans, la fixation d'objectifs d'innovation quantifiables liés aux objectifs d'affaires et l'établissement de critères dans le choix de projets d'innovation afin d'éviter de s'éparpiller. De plus, un soutien externe dans la transformation numérique aiderait probablement l'industrie à pallier le retard actuel. Ce virage numérique pourrait d'ailleurs avoir un effet multiplicateur sur l'innovation en entreprise.

Annexe 1



Méthodologie détaillée

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE**Population cible**

Établissements québécois dont le secteur d'activité principal fait partie d'un des segments suivants de l'industrie manufacturière :

- Électronique (SCIAN 334)
- Électrique (SCIAN 335).

Base de sondage

L'échantillon initial a été fourni par Élexpertise.

Plan d'échantillonnage

Le plan d'échantillonnage consistait à obtenir 200 répondants de la population ciblée.

Au total, le sondage compte 116 répondants répartis de la façon suivante :

Secteur d'activité	Nombre obtenu
Électronique	53
Électrique	33
Les deux	25
Réparateurs d'appareils électriques	5

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été élaboré, en grande partie, par Audax, puis révisé, traduit en anglais et programmé par SOM.

Les entrevues ont été réalisées en français ou en anglais.

La durée moyenne des entrevues s'est établie à 10 minutes.

Le questionnaire a été testé auprès de 10 répondants le 16 juillet 2021.

La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 2.

COLLECTE**Période de collecte**

Du 16 juillet au 23 août 2021.

Mode de collecte

- Entrevues téléphoniques assistées par ordinateur.
- Gestion informatisée des numéros de téléphone.
- Gestion de l'échantillon visant des objectifs de taux de réponse supérieurs.
- Maximum de 18 appels lors de rendez-vous et de 15 appels pour les autres contacts.

Résultats administratifs de la collecte

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 23 %.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS

Ensemble

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
A) ÉCHANTILLON DE DÉPART	744	F) Numéros non joints (C1 + C2 + C4)	6
B) NUMÉROS NON VALIDES	30	G) Numéros joints (A - F)	738
B1) Hors service	18	H) Numéros joints non valides (B)	30
B2) Résidentiel	6	I) Numéros joints valides (G - H)	708
B3) Hors strate	4	J) Estimation du nombre de numéros non joints valides (F X I ÷ G)	6
B4) Télécopieur	2	K) Estimation du nombre total de numéros valides (I + J)	714
B5) Duplicata	0		
C) UNITÉS NON JOINTES (NON RÉSOLUES)	73		
C1) Pas de réponse	6		
C2) Ligne occupée	0	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ DE SOM (TRE)	
C3) Répondeur	67	Non-réponse estimée (C3 + D2 + J + D1) ÷ K	40,5 %
C4) Ligne en dérangement	0	Refus ((D3 + D4 + D5 + D6) ÷ K)	36,3 %
D) UNITÉS JOINTES NON RÉPONDANTES	475	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ (E1 + E2 + E3) ÷ K	23,3 %
D1) Incapacité, maladie, problème de langue	3		
D2) Répondant sélectionné pas disponible	213		
D3) Refus de l'entreprise	131	TAUX DE RÉPONSE DE L'ARIM*	
D4) Refus de la personne	108	Taux de réponse (E ÷ (C + D + E))	23,2 %
D5) Refus sur cellulaire	20		
D6) Incomplet	0		
E) UNITÉS JOINTES RÉPONDANTES	166		
E1) Autres langues	0		
E2) Non-admissibles	50		
E3) Entrevues complétées	116		

*La différence entre les deux taux de réponse tient au fait que le taux de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) suppose que tous les numéros non joints sont valides alors que le taux SOM suppose plutôt qu'il y a la même proportion de numéros valides parmi les non joints que parmi ceux qui ont été joints.

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les données ont été pondérées en extrapolant, pour chaque segment, au nombre total d'entreprises selon la taille.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGE D'ERREUR

Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.

Le facteur d'ajustement est une mesure qui permet d'ajuster la marge d'erreur pour tenir compte du facteur de population finie. C'est une statistique utile pour obtenir une estimation de la marge d'erreur pour un sous-groupe de répondants dont on connaît la taille.

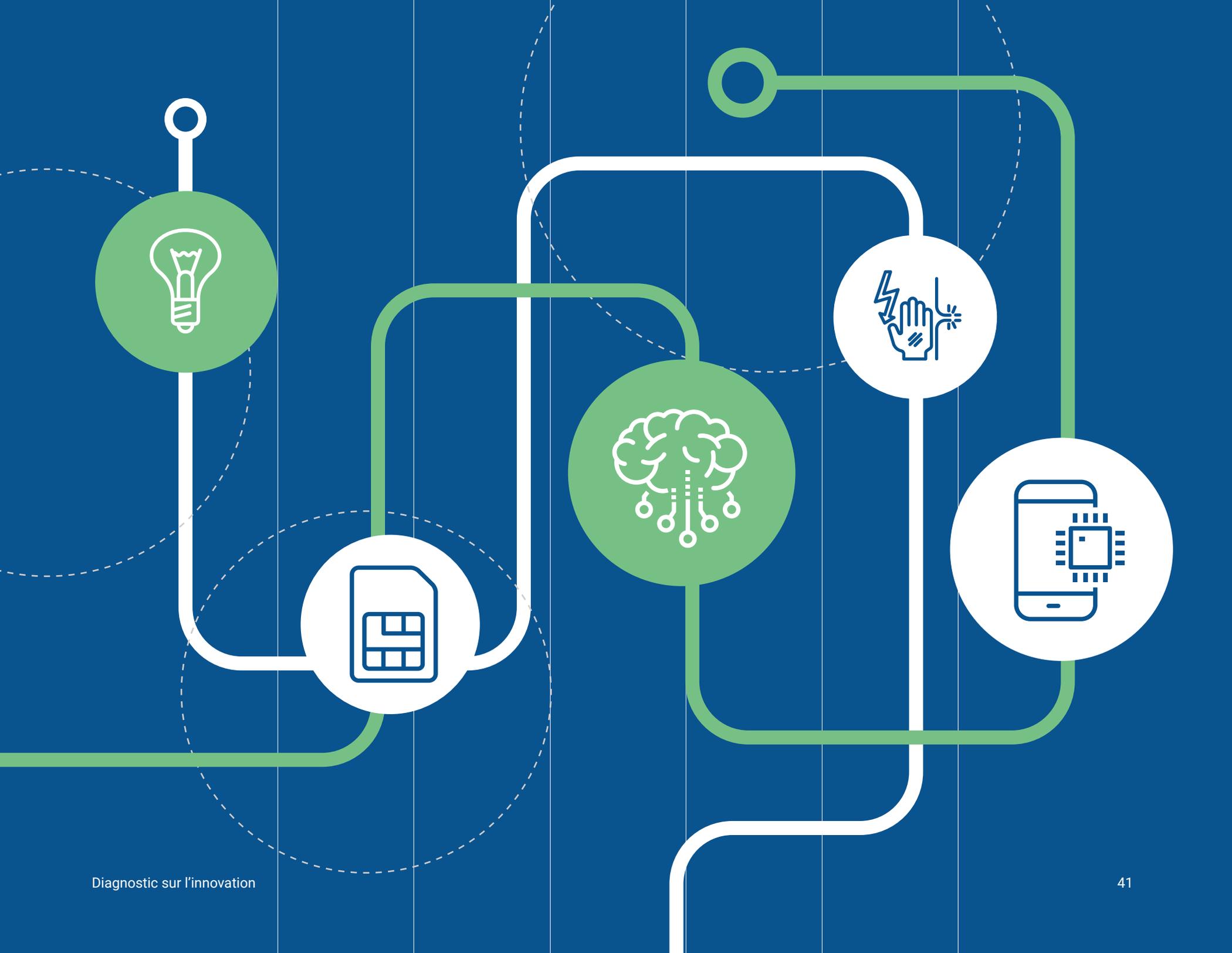
Pour estimer la marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants ou pour un sous-groupe, il suffit d'utiliser la formule suivante : 0,98 divisé par la racine carrée de $n - 1$ (la taille du groupe ou du sous-groupe moins un), et de multiplier ce résultat par le facteur d'ajustement. Par exemple, au tableau de la page suivante, compte tenu de la taille finie, mais inconnue, de la population (on suppose $N=10\ 000$), la marge d'erreur maximale d'échantillonnage pour l'ensemble des répondants est égale à 8,9 % ($0,971 \times 0,98 / \sqrt{115}$).

Le tableau de la page suivante affiche les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble
NOMBRE D'ENTREVUES	116
FACTEUR D'AJUSTEMENT	0,971
PROPORTION :	
99 % ou 1 %	1,8 %
95 % ou 5 %	3,9 %
90 % ou 10 %	5,3 %
80 % ou 20 %	7,1 %
70 % ou 30 %	8,1 %
60 % ou 40 %	8,7 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	8,9 %





Annexe 2

Questionnaire



Questionnaire sur l'innovation

Élémentaire

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponse sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponse sont précédés de « 1=..., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Sical, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_SI... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.
*/	

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Élémentaire(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 1*/

Q_BI
->>NTR1 Bonjour. Je suis... de SOM. Puis-je parler à ...

Q_NTR1 Bonjour. Je suis... de SOM. Puis-je parler à <#CONTACT> ou à la principale personne responsable de réfléchir à l'innovation (la personne qui prend les décisions d'innovation [embauche, investissements, projets, etc.]) à l'établissement où j'appelle?. Nous menons une importante étude sur les pratiques d'innovation des manufacturiers dans votre secteur pour votre comité sectoriel Éexpertise. L'entrevue devrait prendre environ 10 minutes. *Au besoin : on parle ici d'innovation au sens de la recherche et développement, ce qui inclut le développement de nouveaux produits ou services, les procédés, la technologie.*

*à lire au besoin la définition de Éexpertise : Éexpertise est le comité sectoriel sur la main d'œuvre de l'industrie électrique et électronique au Québec. Son rôle est d'aider les entreprises dans le recrutement et le développement de la main d'œuvre.

2=Continuer

/*SECTION A – IDENTIFICATION : prérempli à partir de la liste de contacts Éexpertise si possible et compléter au besoin pendant l'entrevue*/

Q_inputENT q#A1=input('NOM_ENTREPRISE') et q#valent=input('NOM_ENTREPRISE')
->>A1
Q_valent *Pour comparaison* _____

Q_A1 Nom de l'entreprise et de la division (si applicable)

Q_A2 Votre entreprise est-elle un manufacturier du sous-secteur...

1=électronique (SCIAN 334 : fabrication de matériel informatique et périphérique, de matériel de communication, de matériel audio et vidéo, de semi-conducteurs et autres composants électroniques, d'instruments de navigation, d'instruments de mesure et de commande, d'instruments médicaux, ainsi que la fabrication et reproduction de support magnétiques et optiques)

2=électrique (SCIAN 335 : fabrication de matériel électrique d'éclairage, d'appareils ménagers, de matériel électrique, ainsi que d'autres types de matériel et composants électriques)

3=Les deux

4=*Un réparateur d'appareils électriques (ex. : moteurs) ou électroniques (ex. : ordinateurs, etc.)

5=*Un réparateur d'appareils électroménagers->Sortie

Q_A3 Combien d'employés votre entreprise compte-t-elle?

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; 1=, 1= : Question à choix multiples; 1=, 2= : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /*texte*/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Éexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 2*/

lire les choix de réponse au besoin

1=**Moins de 10*
 2=**10-24*
 3=**25-49*
 4=**50-99*
 5=**100-499*
 6=**500 ou plus*
 9=**NSP/NRP*

Q_A4 Quelle proportion de vos ventes sont réalisées à l'extérieur du Canada (%)?
lire les choix de réponse au besoin

0=**0 %*
 1=**Moins de 10 %*
 2=**10-24 %*
 3=**25-49 %*
 4=**50-74 %*
 5=**75-99 %*
 6=**100 %*
 9=**NSP/NRP*

Q_A5 Dans quelle catégorie se situe le chiffre d'affaires total de l'entreprise?
lire les choix de réponse au besoin

1=**Moins de 1 million \$*
 2=**Entre 1 et moins de 3 millions \$*
 3=**Entre 3 et moins de 5 millions \$*
 4=**Entre 5 et moins de 10 millions \$*
 5=**Entre 10 et moins de 25 millions \$*
 6=**Entre 25 et moins de 50 millions \$*
 7=**Entre 50 et moins de 100 millions \$*
 8=**Plus de 100 millions \$*
 9=**NSP/NRP*

Q_A6 Puis-je confirmer votre prénom et nom s'il vous plaît? (Pour des fins de suivi
 de votre comité sectoriel Élexpertise)

Q_A7 Et quelle est votre fonction dans l'entreprise?

/*SECTION B – DÉFINITIONS*/

Q_B1 Pour votre entreprise, l'innovation est-elle vue principalement comme...

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

*/*Version : QF21202v2p3Élexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/*

*/*Page 3*/*

- 1=Des améliorations opérationnelles qui vous permettent d'être plus efficaces
- 2=Des nouveaux produits, un nouveau modèle d'affaires ou une nouvelle expérience client
- 3=Les deux
- 9=*NSP/NRP

/*SECTION C : STRATÉGIES D'INNOVATION*/

Q_CDETXT Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

2=Continuer

Q_inrotCDE

permutation ROTCDE=q#C1a, q#D1a, q#E1a (après=q#F1a)

Q_C1a

Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

Des objectifs d'innovation quantitatifs liés aux objectifs d'affaires (par exemple, un objectif annuel sur les marges ou les ventes d'innovations).

0=*0 (Pas du tout)

1=*1

2=*2

3=*3

4=*4

5=*5

6=*6

7=*7

8=*8

9=*9

10=*10 (Complètement)

99=*NSP/NRP

Q_C1b

La concentration des efforts d'innovation en quelques projets ou thèmes prioritaires

Q_C1c

La préparation d'un plan d'innovation ou « roadmap » sur un horizon de 2-3 ans (présentant la séquence des projets ou la vision du développement)

Q_inSUIVC

suivant de q#C1a dans ROTCDE

/*SECTION D – INNOVATION EN AMONT*/

Q_D1a

Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Élexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 4*/

L'intégration des clients dans le processus d'innovation

0=*0 (Pas du tout)
 1=*1
 2=*2
 3=*3
 4=*4
 5=*5
 6=*6
 7=*7
 8=*8
 9=*9
 10=*10 (Complètement)
 99=*NSP/NRP

/* Ne pas poser D1b si D1a = zéro */

Q_sicalD1b
 ->>D1b

si q#D1a=0->D1c

Q_D1b La validation des opportunités d'innovation auprès des clients à des moments précis de l'année

Q_D1c L'inclusion de ressources externes (ex. : consultants, experts) dans le processus d'innovation

Q_inSUIVD1 suivant de q#D1a dans ROTCDE

/*SECTION E – GESTION DE PORTEFEUILLE D'INNOVATION*/

Q_E1a *Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.*

L'évaluation du potentiel commercial d'un projet avant son développement

0=*0 (Pas du tout)
 1=*1
 2=*2
 3=*3
 4=*4
 5=*5
 6=*6
 7=*7
 8=*8
 9=*9
 10=*10 (Complètement)
 99=*NSP/NRP

Q_E1b La sélection d'un projet selon les forces de l'entreprise

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Éexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 5*/

Q_E1c La participation de la direction de l'entreprise à la sélection des projets
Q_inSUIVE1 suivant de q#E1a dans ROTCDE

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Éexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 6*/

/*SECTION F – PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS*/

Q_F1a *Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.*

Un processus d'innovation qui définit bien les livrables à chaque étape (processus Stage-Gate)

0=*0 (Pas du tout)
 1=*1
 2=*2
 3=*3
 4=*4
 5=*5
 6=*6
 7=*7
 8=*8
 9=*9
 10=*10 (Complètement)
 99=*NSP/NRP

Q_F1b L'assignation du développement des innovations à un chef de projet bien identifié

Q_F1c L'inclusion de boucles de rétroaction avec les clients (pour valider aux différentes étapes d'innovation)

/*SECTION G – LANCEMENT DE L'INNOVATION*/

Q_G1a *Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.*

L'évaluation du nombre d'innovations que l'entreprise est capable de lancer par année

0=*0 (Pas du tout)
 1=*1
 2=*2
 3=*3
 4=*4
 5=*5
 6=*6
 7=*7
 8=*8
 9=*9
 10=*10 (Complètement)
 99=*NSP/NRP

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Élexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 7*/

Q_G1b Un budget de commercialisation sur quelques années pour chaque innovation

Q_G1c L'objectif de réaliser une marge de profit supérieure avec les innovations

/*SECTION H – CULTURE D'INNOVATION*/

Q_H1 *Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.*

Une culture d'innovation, qui encourage la prise de risques et les nouvelles idées

0=*0 (Pas du tout)

1=*1

2=*2

3=*3

4=*4

5=*5

6=*6

7=*7

8=*8

9=*9

10=*10 (Complètement)

99=*NSP/NRP

Q_H1b La protection des innovations grâce à la propriété intellectuelle (brevets, dessins industriels, marque de commerce et autres)

/*SECTION I – VIRAGE NUMÉRIQUE*/

Q_I1 *Veuillez indiquer dans quelle mesure les pratiques d'innovation suivantes sont appliquées dans votre entreprise, sur une échelle de 0 à 10, où 0 veut dire pas du tout et 10 complètement.*

La mise en place d'une usine intelligente (robots, systèmes d'information, CRM, ERP, intégration de systèmes permettant la surveillance et le contrôle à distance, etc.)

0=*0 (Pas du tout)

1=*1

2=*2

3=*3

4=*4

5=*5

6=*6

7=*7

8=*8

9=*9

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3ÉlExpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 8*/

10=*10 (Complètement)
99=*NSP/NRP

Q_I1b La valorisation des données dans votre modèle d'affaires

/*SECTION J – INDICATEURS DE PERFORMANCE*/

Q_J1 En 2020, quel pourcentage de votre chiffre d'affaires a été attribuable aux ventes d'innovations?

999 : NSP/NRP
<< _____((e1))%>>

Q_J2 Quel est votre objectif de ventes d'innovations en pourcentage de votre chiffre d'affaires pour 2021?

999 : NSP/NRP
<< _____((e1))%>>

Q_J3 Pour 2022?

999 : NSP/NRP
<< _____((e1))%>>

Q_J4 Quel pourcentage de votre chiffre d'affaires annuel consacrez-vous à l'innovation? (Cela inclut les activités de recherche et développement)

999 : NSP/NRP
<< _____((e1))%>>

Q_J5 Combien d'employés au total participent au processus d'innovation?

*997 : NAP
999 : NSP/NRP*

Q_J6 Acceptez-vous que vos réponses à ce questionnaire soient transmises à Élexpertise à des fins de suivi personnalisé en matière d'innovation?

1=*Oui
2=*Non
9=*NSP/NRP

->>FIN

Q_URGENCE *(Au besoin)* pour ((g **expliquer la raison de l'appel** :))

Je travaille pour SOM, une firme de recherche qui existe depuis 35 ans. Je vous appelle pour faire un sondage.

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Élexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 9*/

Notre objectif n'est pas de vendre quoi que ce soit, mais de poser les mêmes questions à un grand nombre d'individus afin de mieux comprendre les choix et préoccupations des entreprises de la région.

Si jamais certaines questions vous gênent, vous pouvez m'en informer et nous passerons à la suivante.

(Au besoin) pour ((G **valider la légitimité**)) de notre démarche : vous pouvez appeler M. Laurent Mercier chez SOM au 1 800 605-7824, poste 230 afin de valider que nous sommes bien mandatés pour faire ce sondage.

Demander si on peut rappeler et mettre en rendez-vous (ou en refus, le cas échéant).

2=*Continuer

Q_FIN

Voilà, c'est terminé. Merci beaucoup de votre collaboration!

***informations

Projet=P21202COLNBK

Fichier=FP21202COLNBK

Reseau=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P21202COLNBK\

Pages=C:\Users\gthibodeau\Documents\Projets\P21202COLNBK\pw21202COLNBK

Stats=vbouchard

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF21202v2p3Éexpertise(Diagnostic Innovation).docx*/

/*Page 10*/

