

# Technologie numérique et utilisation d'Internet, 2021

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le mardi 13 septembre 2022

La pandémie de COVID-19 a mis en évidence l'utilité des technologies numériques pour les entreprises canadiennes. Depuis le début de la pandémie, le travail et les opérations commerciales se font de plus en plus de façon virtuelle plutôt qu'en personne. Pour de nombreuses entreprises, cette tendance s'est poursuivie en 2021, la pandémie ayant accentué la nécessité d'adopter les technologies numériques pour s'adapter aux nouvelles réalités.

L'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet (ETNUJ) de 2021 permet de mesurer ces nouvelles réalités, y compris les présences accrues des entreprises canadiennes sur le Web (p. ex. sites Web), l'augmentation des ventes par commerce électronique, le recours plus répandu au télétravail et l'adoption accrue des technologies de l'information et des communications (p. ex. infonuagique, logiciel de gestion des relations avec la clientèle).

En outre, l'évolution vers une utilisation accrue des technologies numériques pendant la pandémie peut représenter un changement permanent pour certaines entreprises. Selon les résultats de l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises (ECSE) menée au deuxième trimestre de 2021, près de 1 entreprise sur 5 (19 %) a déclaré qu'elle allait probablement augmenter de façon permanente sa capacité de vente en ligne une fois la pandémie terminée.

## En 2021, les entreprises canadiennes tirent 398 milliards de dollars en recettes brutes des ventes en ligne

En 2021, les entreprises canadiennes de cinq employés ou plus ont tiré des recettes brutes de 398 milliards de dollars des ventes du commerce électronique, en hausse d'environ 30 % par rapport à 2019 (305 milliards de dollars), l'année précédant le début de la pandémie. Les ventes en ligne ont ainsi presque quadruplé durant la dernière décennie, leur niveau s'étant établi à 106 milliards de dollars en 2012.

Les industries ayant un nombre élevé d'opérations interentreprises (d'entreprise à entreprise) ont dominé les ventes en ligne. Le secteur de la fabrication représentait près du quart de toutes les ventes en ligne (105 milliards de dollars), suivi des secteurs du commerce de gros (77 milliards de dollars) et du transport et de l'entreposage (51 milliards de dollars). D'autre part, le secteur du commerce de détail a généré des recettes brutes de 35 milliards de dollars à partir des ventes en ligne au cours de la même période, en hausse de près de 60 % par rapport à 2019 (22 milliards de dollars).

## Un tiers des entreprises canadiennes effectuent des ventes en ligne en 2021

Un tiers (33 %) des entreprises canadiennes ont réalisé au moins quelques ventes par commerce électronique en 2021. Il s'agit d'une hausse par rapport à 2019, année où le quart (25 %) des entreprises ont reçu ou vendu des biens ou services par Internet.

Les grandes entreprises (38 %) étaient les plus susceptibles de déclarer avoir réalisé des ventes en ligne, mais les entreprises de moyenne (36 %) et de petite taille (32 %) n'étaient pas loin derrière. Cela se compare favorablement à d'autres petites entreprises à l'échelle internationale; l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a indiqué que 25 % des petites entreprises des pays membres déclarants avaient effectué des ventes en ligne en 2020.

Les ventes en ligne des entreprises canadiennes ont engendré, en moyenne, 3,7 millions de dollars en recettes brutes en 2021, mais le montant variait largement selon la taille de l'entreprise. Les grandes entreprises ont déclaré en moyenne 79 millions de dollars en recettes brutes provenant du commerce électronique, comparativement 4,2 millions de dollars pour les moyennes entreprises et à 580 000 \$ pour les petites entreprises.

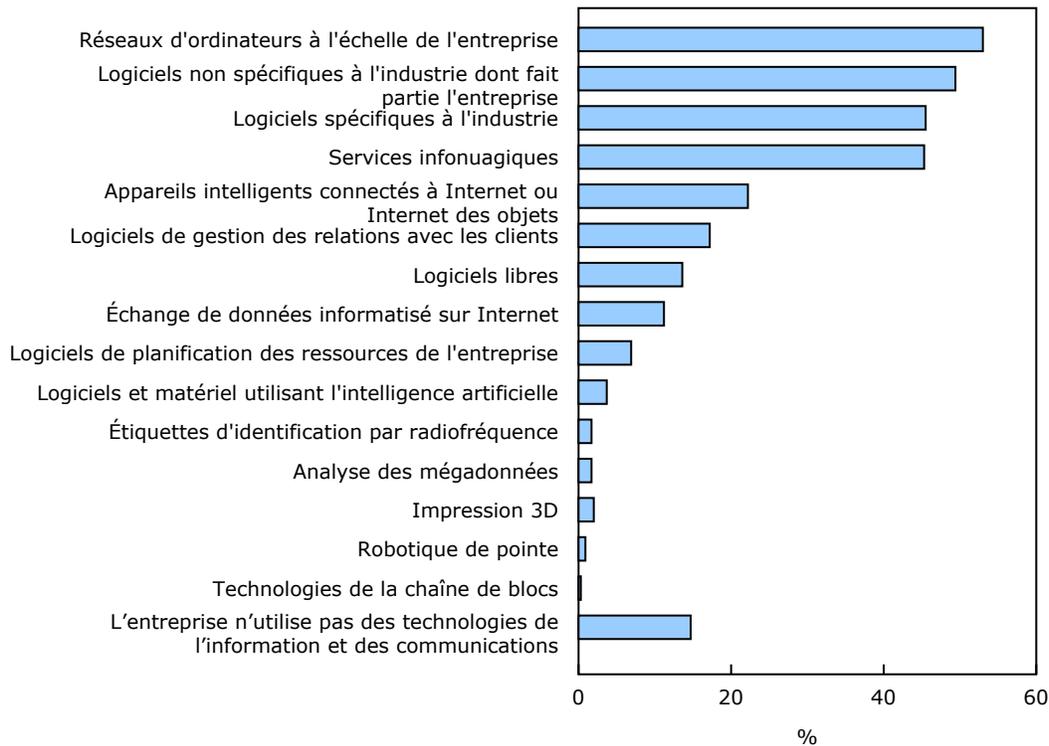


Une croissance du commerce électronique a néanmoins été observée dans les entreprises canadiennes de toutes les tailles en 2021, que ce soit sur le plan du pourcentage d'entreprises effectuant des ventes en ligne, ou des recettes brutes moyennes des ventes en ligne. Plus particulièrement, ce sont les petites entreprises qui ont affiché la croissance la plus élevée : de 2019 à 2021, le nombre de petites entreprises ayant réalisé des ventes en ligne a augmenté de 41 %, et leurs recettes tirées des ventes totales en ligne se sont accrues d'environ 65 % en moyenne.

## L'utilisation de diverses technologies de l'information et des communications augmente en 2021

### Graphique 1

### Technologies de l'information et des communications utilisées par les entreprises, Canada, 2021



Source(s) : Tableau 22-10-0117-01.

Outre la croissance du commerce électronique, la pandémie a accentué la nécessité d'adopter les technologies numériques. Ainsi, en 2021, davantage d'entreprises canadiennes ont utilisé les technologies de l'information et des communications (TIC) (85 %) en comparaison à 2019 (80 %). Parmi les TIC les plus couramment utilisées figuraient les réseaux informatiques à l'échelle de l'entreprise (53 %), les logiciels propres à l'industrie (46 %) et les appareils intelligents connectés à Internet (22 %). Inversement, l'utilisation de certains types de TIC plus avancés était moins courante, comme les logiciels et le matériel utilisant l'intelligence artificielle (4 %), l'impression 3D (2 %), la robotique avancée (1 %) ou les technologies de chaîne de blocs (moins de 1 %).

L'une des TIC les plus utilisées en 2021 était l'infonuagique, utilisée par 45 % des entreprises canadiennes, ce qui représente une augmentation de 6 points de pourcentage par rapport à 2019. Par ailleurs, les entreprises qui utilisaient les technologies infonuagiques ont déclaré des dépenses moyennes de 43 000 \$ en 2021, en hausse d'environ 15 000 \$ par rapport à 2019. En moyenne, les grandes entreprises ont consacré 558 000 \$ à l'infonuagique en 2021, alors que les moyennes entreprises y ont consacré 44 000 \$ et les petites

---

entreprises, 8 800 \$. Les entreprises du secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (77 %) étaient les plus susceptibles d'utiliser des technologies infonuagiques, suivies de celles du secteur des services publics (72 %) et du secteur des services professionnels, scientifiques et techniques (70 %).

Alors que l'adoption de logiciels et de matériel utilisant l'intelligence artificielle (IA) était peu courante à l'échelle des entreprises, le taux d'adoption en 2021 était le plus élevé parmi les grandes entreprises (20 %) et les entreprises des secteurs des services publics (17 %) et celles du secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (13 %). Les entreprises qui ont eu recours à des technologies d'IA ont utilisé le plus souvent l'apprentissage automatique (37 %) et les technologies qui automatisent les flux de travail ou aident à la prise de décisions (37 %).

### **Un tiers des entreprises canadiennes offrent à leurs employés l'option de faire du télétravail en 2021**

L'incidence de la pandémie de COVID-19 est évidente dans l'augmentation du nombre de lieux de travail proposant l'option du télétravail. Le tiers (33 %) des entreprises canadiennes ont offert à certains ou à tous leurs employés la possibilité de faire du télétravail en 2021, en hausse de 14 points de pourcentage par rapport à 2019 (19 %). Près des trois quarts (74 %) des grandes entreprises ont autorisé le télétravail en 2021, comparativement à 53 % des moyennes entreprises et à 27 % des petites entreprises.

Bien que les entreprises permettent aux employés de faire du télétravail, on s'attend à ce que certains employés soient invités à retourner au bureau à mesure que les restrictions liées à la pandémie sont levées. Selon les résultats de l'ECSE du troisième trimestre de 2021, le pourcentage de l'effectif qui devrait continuer de travailler principalement à distance après la pandémie est de 28 %.

### **Un dixième des entreprises canadiennes emploient des spécialistes en technologie de l'information et des communications, approximativement la même proportion qu'en 2019**

En 2021, le dixième (10 %) des entreprises canadiennes employaient un ou plusieurs spécialistes des TIC, une proportion semblable à celle enregistrée en 2019 (9 %). Parmi ces entreprises, les spécialistes des TIC représentaient, en moyenne, 7 % de leur effectif.

Le secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (37 %) et celui des services publics (30 %) étaient les plus susceptibles d'avoir des entreprises dotées de spécialistes des TIC en 2021. Un peu plus de la moitié des grandes entreprises (51 %) et un peu plus du cinquième des moyennes entreprises (21 %) comptaient des spécialistes des TIC parmi leur effectif, comparativement à 7 % des petites entreprises; tous ces résultats sont à peu près inchangés par rapport à 2019.

En 2021, une petite proportion d'entreprises canadiennes (4 %) avaient des postes vacants pour un spécialiste des TIC. Les entreprises qui ont tenté d'embaucher un spécialiste des TIC ont rencontré plusieurs difficultés, dont le manque de compétences nécessaires chez les candidats (67 %), des demandes salariales trop élevées (51 %) et un manque d'intérêt de la part des candidats pour le poste (37 %).

Les deux cinquièmes (40 %) des entreprises ayant des spécialistes des TIC ont offert à ces derniers une formation pour perfectionner leurs compétences liées aux TIC. Près des deux tiers des grandes entreprises (64 %) ont offert une telle formation, comparativement à un peu plus des quatre dixièmes des moyennes entreprises (41 %) et à près du tiers des petites entreprises (32 %).

### **La présence des entreprises canadiennes sur le Web s'accroît légèrement en 2021 et celles-ci dépensent environ 6,5 milliards de dollars en publicités en ligne**

En 2021, la grande majorité des entreprises canadiennes avait au moins une forme de présence sur le Web, le pourcentage s'élevant à 89 %, en légère hausse par rapport à 2019 (85 %). Les différentes formes de présence sur le Web comprenaient les sites Web d'entreprise (78 %), les comptes de médias sociaux (61 %) ou le marketing par courriel (19 %). Parmi les entreprises possédant un site Web, près de 3 sur 5 (59 %) l'avaient optimisé pour les appareils mobiles.

Les entreprises canadiennes ont dépensé environ 6,5 milliards de dollars en publicités en ligne en 2021, première année pour laquelle ce type de dépense a été mesuré dans le cadre l'ETNUI. Bien qu'aucune comparaison avec 2019 ne puisse être effectuée directement sur les dépenses totales en publicité, un peu plus d'entreprises canadiennes ont indiqué avoir utilisé de la publicité payante en ligne en 2021 (24 %) qu'en 2019 (23 %).

En moyenne, ce sont les entreprises du secteur des services publics (784 000 \$), du secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle (408 000 \$) et du secteur de la fabrication (297 000 \$) qui ont le plus dépensé en publicités en ligne. Les types de publicités payantes en ligne les plus largement utilisés étaient les publicités dans les médias sociaux (82 %), l'optimisation des moteurs de recherche (46 %) et le paiement au clic (44 %).

## Portail de statistiques sur l'économie et la société numériques

Visitez le portail [Statistiques sur l'économie et la société numériques](#) pour accéder, en un seul endroit pratique, aux données, aux publications et aux outils interactifs liés à l'économie et à la société numériques.

### Note aux lecteurs

Les données de l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet (ETNUI) ont été recueillies de novembre 2021 à mars 2022.

Les questions posées aux répondants portaient sur l'année de référence 2021 exclusivement.

La population cible de l'ETNUI de 2021 comprenait les entreprises actives au Canada, pour la plupart des secteurs économiques, comptant cinq employés ou plus à temps plein ou à temps partiel, selon le Registre des entreprises de Statistique Canada. La taille de l'échantillon final était d'environ 14 000 entreprises et le taux de réponse, de 73 %.

Les catégories de taille d'entreprise utilisées dans cet article sont fondées sur le nombre d'employés à temps plein que les entreprises ont indiqué avoir dans le cadre de l'enquête. Les petites entreprises comptent 19 employés à temps plein ou moins. Les entreprises de taille moyenne comptent de 20 à 99 employés à temps plein, à l'exception des entreprises manufacturières de taille moyenne, lesquelles comptent de 20 à 499 employés à temps plein. Les grandes entreprises comptent 100 employés à temps plein ou plus, à l'exception des grandes entreprises manufacturières, lesquelles comptent 500 employés à temps plein ou plus.

Les pourcentages publiés dans cet article sont représentatifs d'un pourcentage des entreprises.

### Définitions

**Les ventes en ligne, aussi appelées commerce électronique,** renvoient à toutes les ventes de produits ou de services d'une entreprise pour lesquelles la commande a été reçue avec un engagement d'achat, par Internet. Le paiement peut être fait par d'autres moyens. Elles comprennent les opérations entreprise-consommateurs et les opérations interentreprises.

**Les spécialistes des technologies de l'information et des communications (TIC)** sont des employés dont les activités liées aux TIC sont au cœur de leur travail.

Le **commerce électronique** désigne les ventes pour lesquelles les commandes ont été reçues et l'engagement à l'achat a été conclu sur Internet. Elles comprennent les opérations entreprise-consommateurs et les opérations interentreprises.

Tableaux disponibles : [22-10-0116-01](#) à [22-10-0127-01](#) .

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [4225](#).

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 ([infostats@statcan.gc.ca](mailto:infostats@statcan.gc.ca)), ou communiquez avec les Relations avec les médias ([statcan.mediahotline-ligneinfomedias.statcan@statcan.gc.ca](mailto:statcan.mediahotline-ligneinfomedias.statcan@statcan.gc.ca)).