



Étude
Mai 2022

Saisissez l'avantage technologique

Pourquoi les entreprises qui adoptent
le numérique performant mieux

bdc 

Table des matières

Mot de l'économiste en chef.....	3
Faits saillants.....	4
Qu'est-ce que la maturité numérique?.....	5
La maturité numérique: un atout majeur.....	7
Le coût, la cybersécurité et les autres défis.....	21
Par où commencer?.....	30
Méthodologie et données.....	32

Auteur

Jean Laneville,
économiste principal
jean.laneville@bdc.ca

Sous la direction de

Pierre-Olivier Bédard-Maltais,
directeur, Recherche économique

Remerciements

Cette étude a été réalisée grâce à la précieuse collaboration des personnes suivantes:
Isabelle Bouchard,
Alexandra Fioriello, Matthieu Galliot,
Amélie Lefort, Sylvie Ratté,
Isabelle Simard et
Samuel St-Pierre.



Sur la page couverture
Matthew J. Roberts
Directeur de l'exploitation,
Heat-Line

Cette étude s'appuie sur des données d'enquêtes et des renseignements analysés et interprétés par BDC. Toute erreur ou omission relève de la seule responsabilité de BDC. La personne qui en prend connaissance est l'unique responsable de l'usage qu'elle fait de l'information qui y est présentée.

© 2022, Banque de développement du Canada



« Les entreprises les plus avancées sur le plan du numérique ne se limitent pas à utiliser les technologies pour améliorer ou soutenir leurs activités courantes; elles les exploitent pour résoudre leurs problèmes différemment. »

Mot de l'économiste en chef

Les PME canadiennes investissent de façon importante dans les technologies numériques: 91% d'entre elles ont investi en technologie en 2021 et l'investissement moyen s'élevait à 118 430 \$. Mais ces investissements auront-ils un effet sur leur performance ?

Pour répondre à cette question, nous avons sondé plus de 1500 PME canadiennes afin de mettre à jour notre étude de 2018 sur la maturité numérique.

On constate que malgré des progrès importants, il reste beaucoup de chemin à parcourir. Seules un peu plus de la moitié des PME possèdent un site Web (60%) et le tiers seulement analysent des données sur leur clientèle (34%). En fait, nous estimons que seulement une PME sur 20 utilise les technologies numériques efficacement.

Les PME qui sont à un stade avancé de maturité numérique performant mieux; elles sont plus susceptibles de croître rapidement, d'être

résilientes, d'exporter et d'obtenir le financement dont elles ont besoin. En d'autres mots, elles sont plus concurrentielles.

Notre étude confirme aussi qu'un clivage numérique se dessine. Les entreprises qui tardent à se convertir au numérique, performant moins et éprouvent plus de difficulté à croître. De ce fait, elles ont plus de difficulté à financer leurs projets de croissance, notamment ceux qui leur permettraient d'entreprendre leur virage numérique.

Pour les entrepreneur.es qui n'ont pas encore de stratégie numérique, le moment est venu d'agir. Je vous invite à vous renseigner sur le Programme canadien d'adoption du numérique. Il offre des subventions pour la planification de l'adoption du numérique ainsi que du financement sans intérêt.

Pierre Clérout

Vice-président et économiste en chef, BDC

Faits saillants

9 PME sur 10 ont investi dans le numérique en 2021

118 430 \$

Investissement moyen en technologie par les entreprises canadiennes en 2021

Seulement 5% des PME sont avancées sur le plan numérique

Caractéristiques des PME ayant une plus grande maturité numérique. Elles :

- Ont une croissance plus forte
- Sont plus résilientes
- Exportent plus
- Ont moins de difficulté à obtenir du financement
- Investissent davantage
- Misent davantage sur l'innovation

Entreprises plus susceptibles d'être avancées sur le plan numérique

- Les plus grandes entreprises
- Les entreprises des secteurs des technologies et du commerce de détail
- Les entreprises détenues par des Autochtones ou des jeunes

Les entreprises détenues majoritairement par des femmes sont plus susceptibles d'afficher un retard numérique

Un clivage numérique se dessine

Les PME en retard :

- Performent moins bien
- Éprouvent plus de difficulté à financer leurs projets de croissance

Si elles attendent trop, il leur sera difficile de rattraper le retard.

Les principaux défis liés au numérique

42%
coût

32%
cybersécurité

27%
bénéfices incertains

27%
intégration des technologies

Accent sur la cybersécurité :

- 18% des PME ont été victimes d'au moins une attaque en 2021
- Les dommages s'élèvent à 49 470 \$ en moyenne
- Seulement 55% des entreprises forment leur personnel en matière de cybersécurité

**La clé du succès ?
Une bonne planification**

99%
des PME au profil avancé disposent d'un plan numérique

9% seulement
des PME au profil retardataire disposent d'un plan numérique

Qu'est-ce que la maturité numérique?

Le numérique est en constante évolution; les nouvelles technologies, comme l'infonuagique et l'Internet des objets, changent la donne. Les entreprises n'ont plus à investir autant dans du matériel informatique haut de gamme pour tirer parti des possibilités du numérique.

Notre compréhension du numérique doit donc évoluer pour refléter cette nouvelle réalité. Nous avons ainsi mis à jour la méthodologie que nous avons utilisée en 2018 pour mesurer la maturité numérique d'une entreprise.

Nous définissons la maturité numérique comme étant une combinaison de deux dimensions distinctes, mais liées: l'intensité numérique et la culture numérique.

Ces deux dimensions sont divisées en six axes¹, et la somme de ces axes détermine le niveau de maturité numérique d'une entreprise.

¹ Les six axes du modèle de maturité numérique de l'équipe BDC Services-conseils sont fondés sur son expérience auprès des entreprises canadiennes et sont inspirés du modèle de TM Forum (2020).

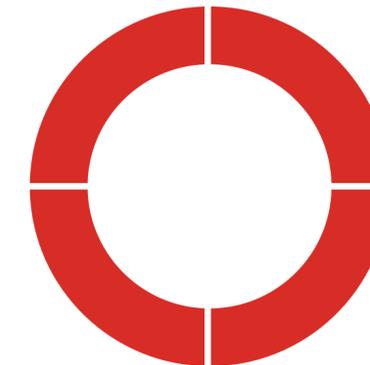
Intensité numérique



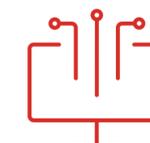
Expérience client



Processus et collaboration



Données et analyses

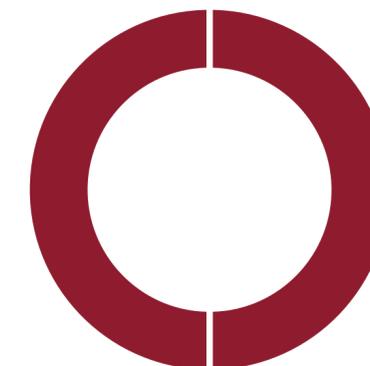


Technologies numériques

Culture numérique



Leadership et stratégie



Personnel et expertise

Source: BDC Services-conseils.

Le modèle de maturité numérique de BDC

Intensité numérique

L'intensité numérique mesure l'utilisation des technologies numériques dans les activités d'une entreprise.

Les axes sont les suivants:



Expérience client

- L'utilisation d'outils de marketing numérique pour personnaliser la publicité
- L'intégration des technologies numériques à la stratégie d'entreprise visant à améliorer l'expérience et la satisfaction de la clientèle



Données et analyses

- L'utilisation de systèmes et de processus pour collecter, stocker et traiter les données
- L'utilisation des données aux fins de planification et de prise de décisions



Processus et collaboration

- L'utilisation d'outils numériques pour interagir avec la clientèle, les partenaires ou les fournisseurs
- L'utilisation de données et d'outils technologiques pour gérer, développer et améliorer les processus opérationnels



Technologies numériques

- La numérisation des processus d'affaires et l'interconnexion des systèmes technologiques

Culture numérique

La culture numérique mesure la capacité d'une entreprise à effectuer des changements afin de gagner en maturité numérique.

Les axes sont les suivants:



Leadership et stratégie

- L'élaboration et l'adoption d'une stratégie numérique claire et complète intégrée à la stratégie globale de l'entreprise
- L'utilisation d'une approche structurée pour préparer et soutenir le personnel afin qu'il s'adapte aux changements apportés par le numérique



Personnel et expertise

- L'attraction et la fidélisation d'une main-d'œuvre compétente
- L'offre de formations, d'outils et d'incitatifs afin d'aider le personnel à acquérir de nouvelles compétences pour faire face aux changements apportés par le numérique

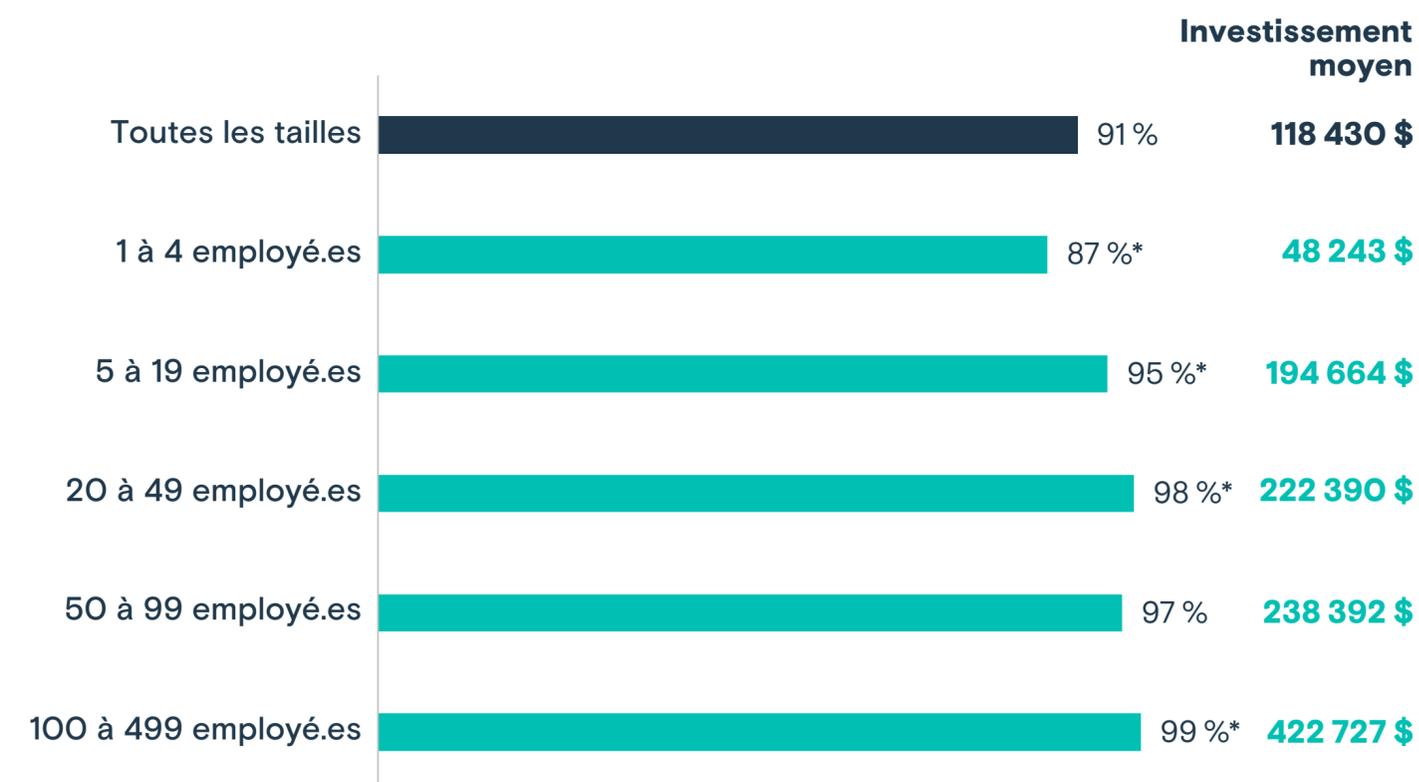
La maturité numérique : un atout majeur

La grande majorité des PME canadiennes investissent dans les technologies numériques. En effet, neuf PME sur dix l'ont fait en 2021, selon notre sondage.

Sans surprise, le montant des investissements varie en fonction de la taille des entreprises, de 50 000 \$ en moyenne chez les plus petites à 420 000 \$ en moyenne chez les plus grandes.

Près de la moitié (42 %) des entreprises qui n'ont pas investi dans les technologies numériques en 2021 évoluent dans les secteurs de la construction et des services aux particuliers (p. ex., blanchisseries, garagistes, services ménagers et salons de coiffure).

Graphique 1 – Pourcentage des PME qui ont investi dans les technologies numériques en 2021, selon la taille de l'entreprise



Investissement moyen des PME canadiennes : 118 430 \$

Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1487 répondant.es. Dans ce graphique et dans l'ensemble de l'étude, les astérisques indiquent les résultats qui sont statistiquement significatifs par rapport aux autres groupes avec un niveau de confiance de 95 %.

La maturité numérique des entreprises canadiennes demeure faible

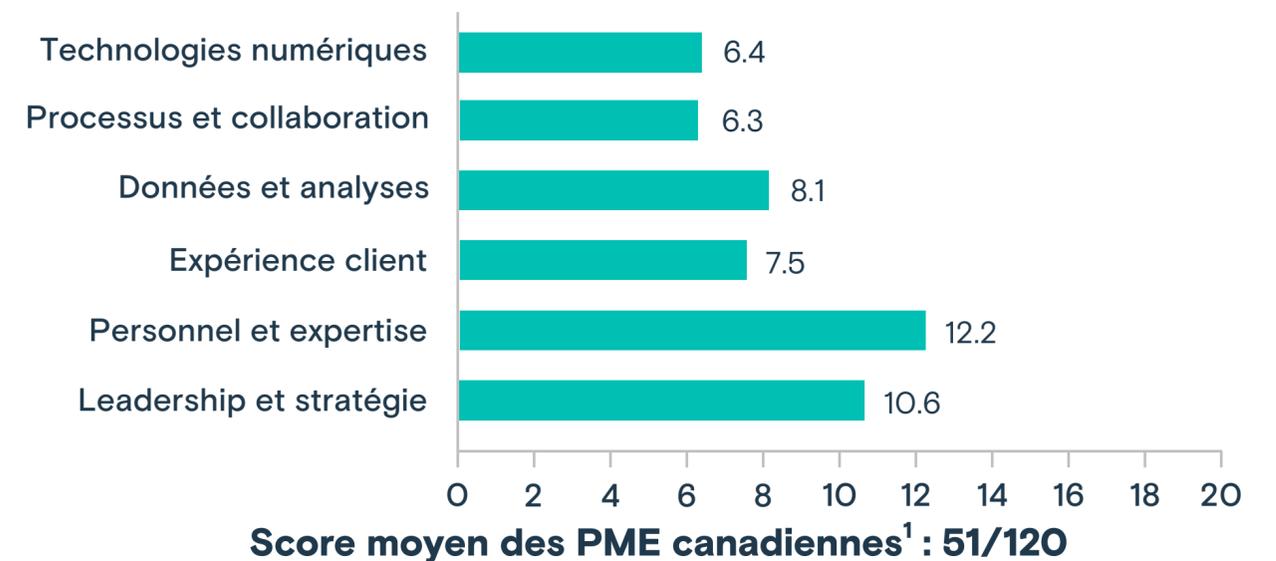
Notre sondage révèle que la majorité des PME canadiennes n'utilisent pas pleinement les technologies numériques.

Les PME canadiennes obtiennent un score moyen de 51 sur 120 sur l'échelle de maturité numérique BDC, notre mesure du degré d'avancement des entreprises dans l'utilisation du numérique.

Le retard des PME canadiennes s'étend à l'ensemble des axes de la maturité numérique. Les axes qui sont les plus à améliorer sont les suivants :

- 1 Processus et collaboration**
P. ex., seulement 59 % des PME ont un site Web.
- 2 Technologies numériques**
P. ex., 41 % des PME n'ont pour infrastructure technologique qu'un ensemble d'applications logicielles (non intégrées) et 15 % n'en ont pas.
- 3 Expérience client**
P. ex., seulement 34 % des PME analysent les données sur leur clientèle.

Graphique 2 – Score moyen des PME canadiennes sur les six axes de la maturité numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1559 répondant.es.

¹ Le score moyen total est la somme des scores des six axes présentés au graphique 2. Chaque axe a un score maximal de 20.

Les PME se classent selon quatre profils numériques

Nous avons divisé l'ensemble des PME en quatre profils numériques :

Retardataire (19%)

Utilisent peu le numérique ou ne l'utilisent pas

Émergent (20%)

Commencent à appliquer le numérique à l'échelle de l'entreprise

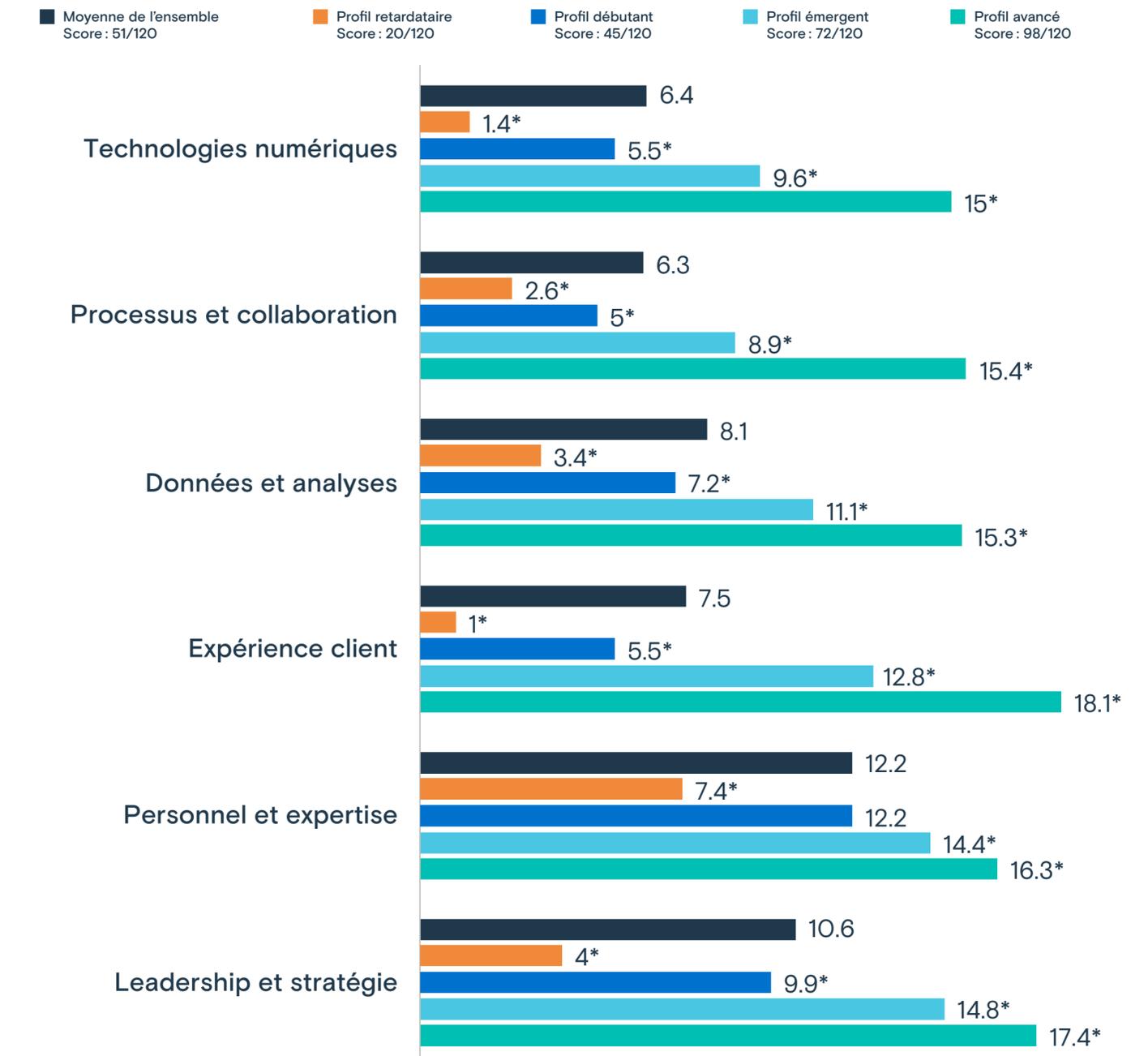
Débutant (47%)

Utilisent le numérique dans les activités liées à la clientèle, principalement pour numériser les ventes et le marketing

Avancé (5%)

Utilisent les technologies numériques efficacement pour se transformer

Graphique 3 – Maturité numérique des entreprises canadiennes



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1559 répondant.es.

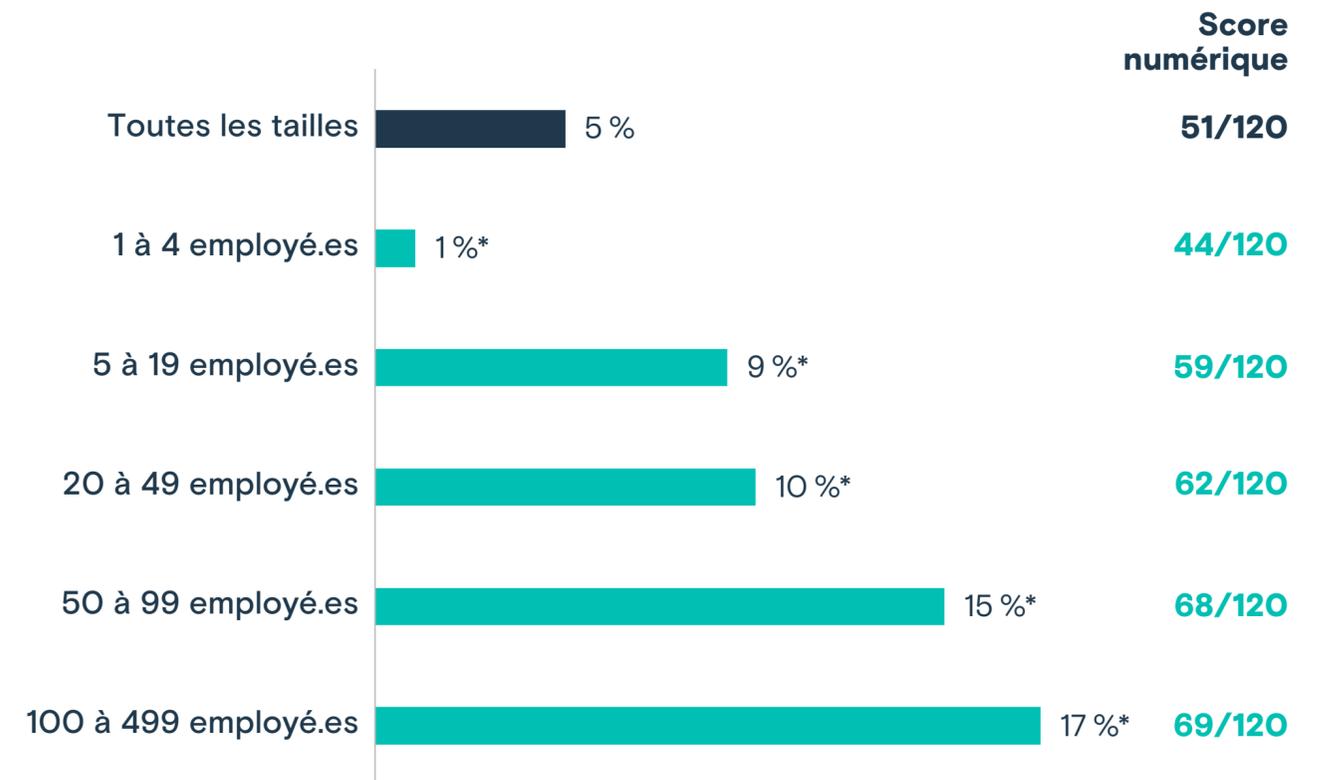
Les plus grandes PME atteignent des niveaux de maturité numérique plus élevés

Notre sondage démontre une relation importante entre la maturité numérique et la taille et le secteur d'activité d'une entreprise¹.

Les grandes PME ayant un profil numérique avancé sont beaucoup plus nombreuses (17 % comparativement à 5 % pour l'ensemble des entreprises), mais certaines entreprises de petite taille (effectif de moins de 20 personnes) ont également été capables de sortir du lot.

Les petites entreprises qui affichent un profil numérique avancé se retrouvent principalement dans les secteurs des technologies et du commerce de détail.

Graphique 4 – Pourcentage de PME au profil avancé, selon la taille de l'entreprise



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1559 répondant.es.

¹ Nos analyses ne montrent pas de différences significatives dans les différentes régions du pays. La ventilation régionale est disponible sur demande auprès de l'auteur.



Étude de cas

Un investissement technologique rentable

Praise Okwumabua, propriétaire du salon de coiffure Freshair Boutique de Winnipeg, entendait depuis des années le refrain habituel de son mari: « Tu dois passer au numérique. »

Elle réagissait généralement avec scepticisme. « Qui va acheter du shampoing en ligne? Les gens l'achèteront lorsqu'ils viendront ici. »

Puis, la pandémie a frappé. Et les gens ont cessé de venir.

Cependant, la population essayait de soutenir les entreprises locales. Juste avant le début de la pandémie, M^{me} Okwumabua avait commencé à vendre en ligne, en utilisant une plateforme simple. Lorsque son magasin physique a fermé ses portes, les ventes ont bondi.

À partir du mois d'août 2020, grâce à une plateforme en ligne plus robuste, Freshair a connu une croissance constante des ventes. En novembre, le salon a enregistré des ventes numériques de 7 000 \$.

Attirer une nouvelle clientèle au moyen d'outils et de plateformes en ligne

Depuis, les changements numériques ont fait une différence encore plus importante pour le salon de M^{me} Okwumabua, avec un service de réservation accessible 24 heures sur 24 et des publications sur Instagram de stylistes capillaires faisant la promotion de l'entreprise. Elle a récemment constaté le pouvoir d'une initiative numérique après avoir publié une vidéo sur une éponge faciale exfoliante.

« Je faisais ma routine du matin et je montrais aux gens tout ce que j'utilise du magasin. Plus tard ce jour-là, quelqu'un a acheté l'éponge! »

Depuis qu'elle a lancé son système de réservation en ligne, M^{me} Okwumabua a vu arriver une nouvelle clientèle : ces personnes sont plus douées en technologie numérique et semblent faire moins de cas de la touche personnelle que sa clientèle plus âgée apprécie. « Les personnes veulent confirmer par message texte et elles aiment payer en ligne, dit-elle. De plus, elles n'ont pas besoin que vous accrochiez leur manteau ou que vous fixiez un rendez-vous pour elles. »

La plupart de ces gens ont connu Freshair par l'entremise de stylistes récemment embauchés. Ces personnes affichent rapidement leurs plus récents styles sur Instagram et atteignent une clientèle potentielle par l'entremise de leurs réseaux en ligne. Selon M^{me} Okwumabua, il est logique de faire des efforts pour attirer une nouvelle clientèle par des moyens numériques, surtout en période de pandémie, « parce que les gens ne sortent pas autant et ne tissent pas ces liens ».

« Si vous ne maîtrisez pas le numérique, votre entreprise ne fait que survivre et vous vous fermez à beaucoup de gens. »



Praise Okwumabua
Propriétaire, Freshair Boutique

La maturité numérique varie d'un secteur à l'autre

La maturité numérique est répartie de manière inégale entre les différents secteurs d'activité.

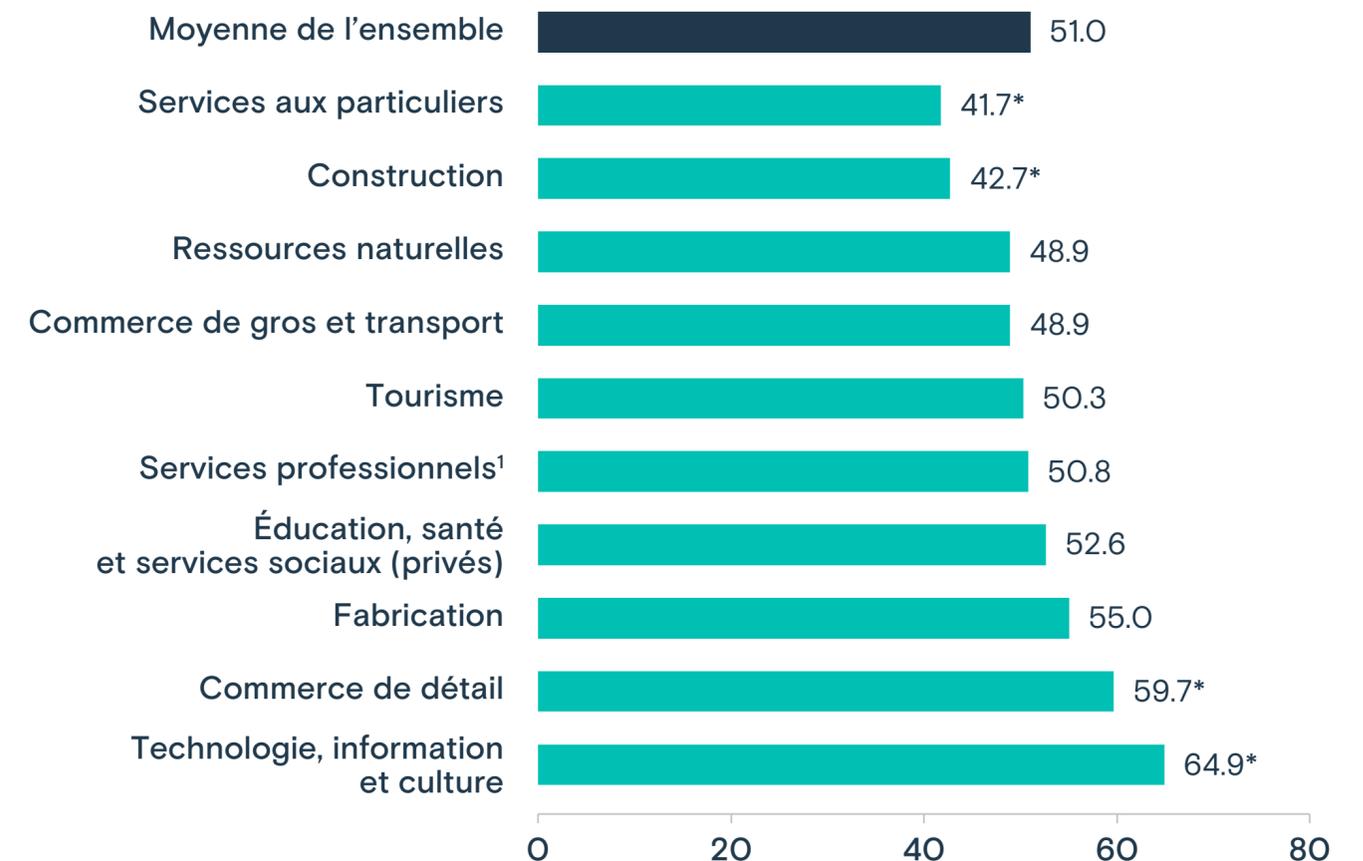
Sans surprise, le score moyen est nettement plus bas parmi les entreprises des secteurs de la construction et des services aux particuliers – les deux secteurs qui ont le moins investi en 2021.

Les secteurs qui comptent le plus grand nombre d'entreprises au profil avancé, toutes proportions gardées, sont ceux de la technologie, de l'information et de la culture (TIC) et du commerce de détail.

Sans surprise, le secteur des TIC performe mieux dans l'ensemble des axes et des composantes de la maturité numérique.

Il en va de même pour le secteur du commerce de détail, qui a pris un virage numérique depuis le début de la pandémie de COVID-19. Le secteur a fortement misé sur l'analyse des données et l'expérience client pour se démarquer.

Graphique 5 – Score moyen par secteur d'activité



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1530 répondant.es.

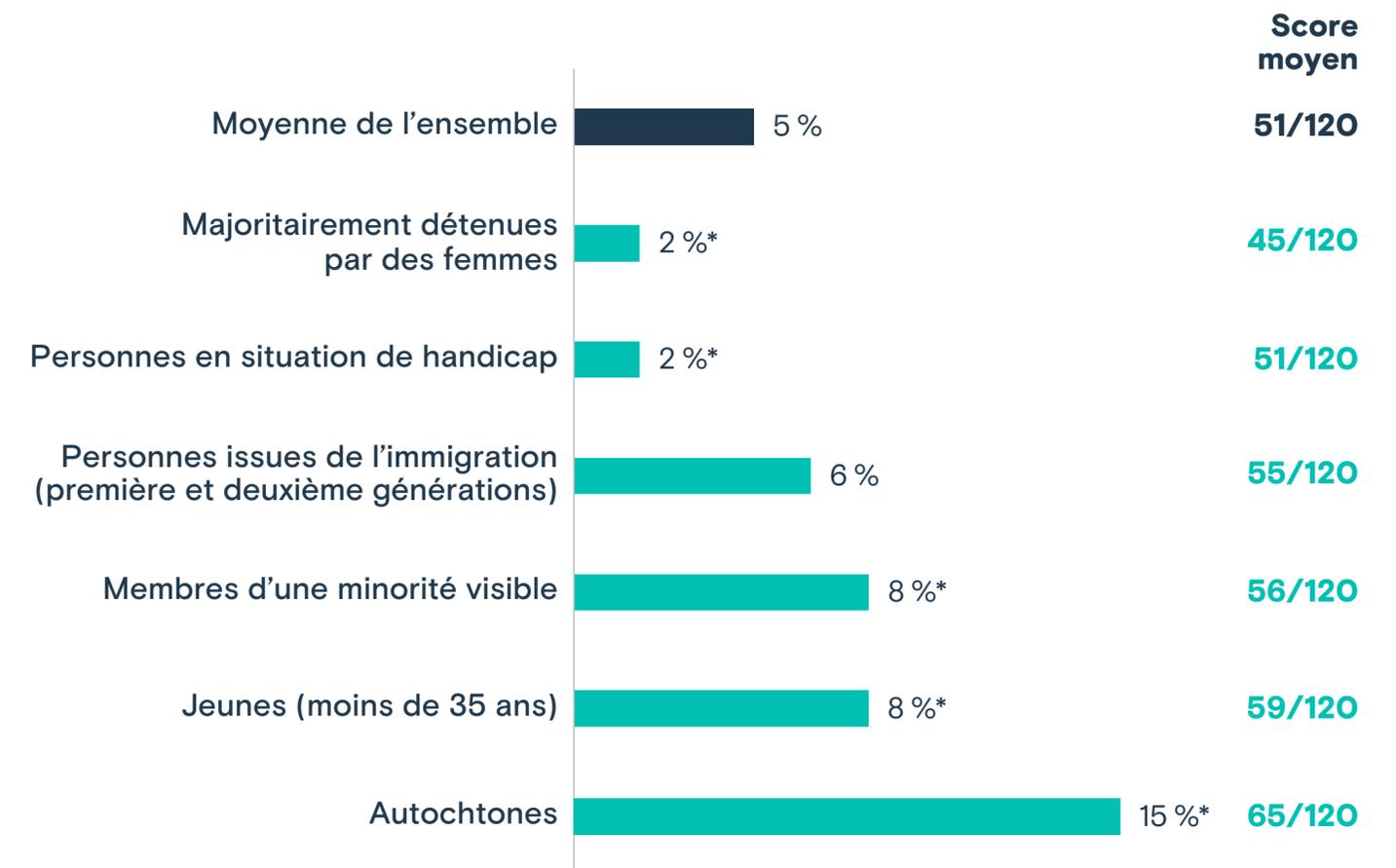
¹ Le secteur « Services professionnels » comprend les services scientifiques, techniques, financiers, d'assurance, immobiliers et locatifs.

Certains groupes d'entrepreneur.es obtiennent de meilleures scores

De toutes les entreprises sondées, ce sont celles appartenant à des entrepreneur.es autochtones et à des jeunes qui obtiennent les scores moyens les plus élevés au Canada. À l'inverse, les entreprises majoritairement détenues par des femmes obtiennent le score moyen le plus faible.

Ces constats demeurent même lorsqu'on tient compte de la taille, du secteur, de l'expérience et de la région des entreprises¹.

Graphique 6 – Pourcentage de PME avancées par groupe d'entrepreneur.es



¹ Les modèles économétriques que nous avons utilisés pour analyser les résultats de notre Sondage d'évaluation numérique 2021 sont expliqués dans la section méthodologie.

Source : BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021. Base, sexe des propriétaires = 1511 répondant.es. Base, autres caractéristiques des propriétaires = 1514 répondant.es.

Les PME au profil avancé affichent une croissance bien plus importante que les autres

Le numérique est profitable à plusieurs égards.

Les entreprises les plus matures sur le plan numérique:

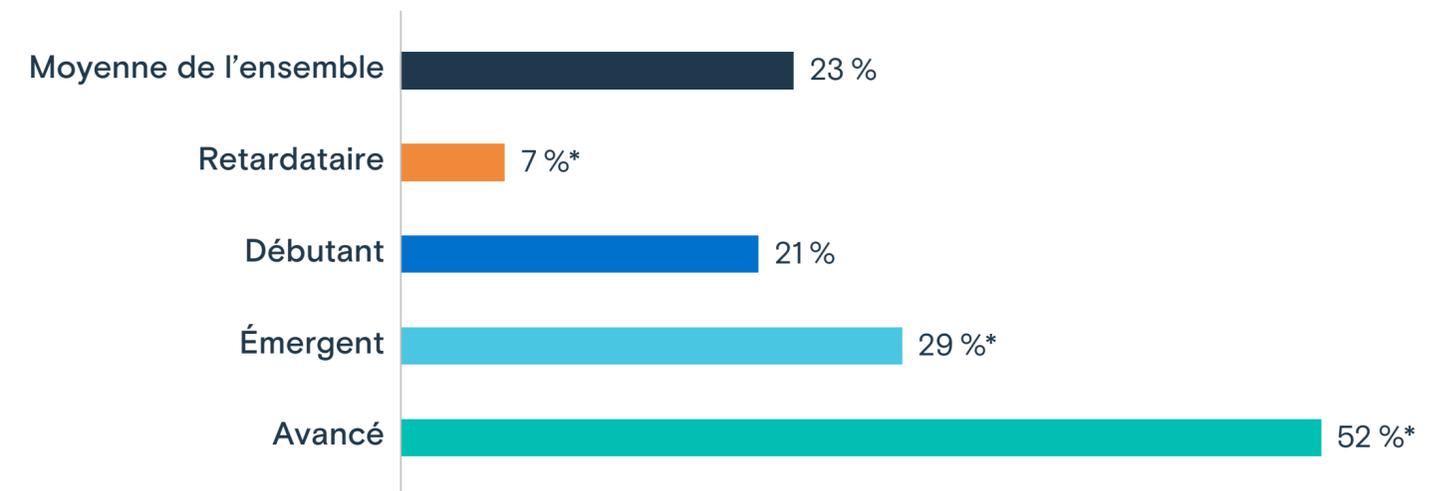
- croissent plus rapidement;
- sont plus résilientes¹;
- sont plus susceptibles d'exporter.

Les PME au profil retardataire auraient intérêt à emboîter le pas.

Elles sont nettement plus susceptibles d'avoir connu un recul de leur chiffre d'affaires en 2021: le tiers des PME ayant un profil retardataire ont vu leur chiffre d'affaires décliner ou stagner.

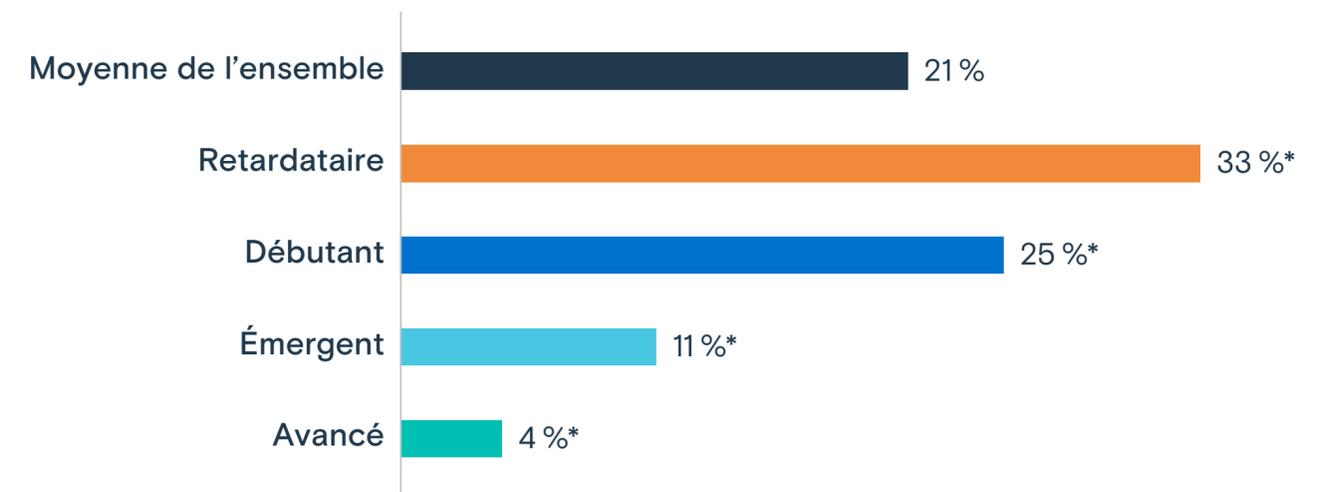
¹ La résilience est la capacité d'une organisation à absorber les perturbations affectant ses activités et à s'adapter à un environnement changeant. Comme nous l'avons démontré dans une étude publiée en octobre 2020, les technologies numériques ont joué un rôle essentiel dans la continuité des activités depuis le début de la pandémie. Elles permettent également d'améliorer et d'étendre la portée des activités qui ont lieu sur place.

Graphique 7 – Pourcentage des PME ayant connu une croissance de plus de 10 % de leur chiffre d'affaires, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1406 répondant.es.

Graphique 8 – Pourcentage des PME ayant connu une décroissance ou une stagnation de leur chiffre d'affaires, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1406 répondant.es.

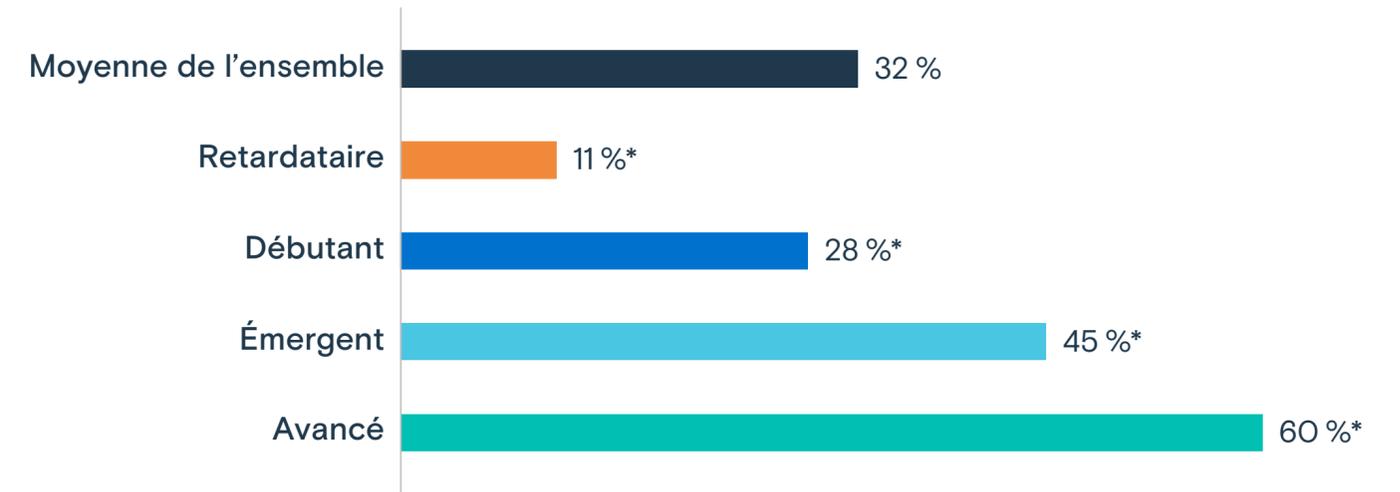
Les PME au profil numérique avancé exportent plus et sont plus résilientes

Les PME au profil retardataire qui exportent sont peu nombreuses: seulement 11% d'entre elles ont vendu des biens ou des services à l'extérieur du Canada en 2021.

De même, on compte deux fois moins d'entreprises très résilientes, toutes proportions gardées, chez les entreprises au profil retardataire (25%) comparativement aux entreprises au profil avancé (55%).

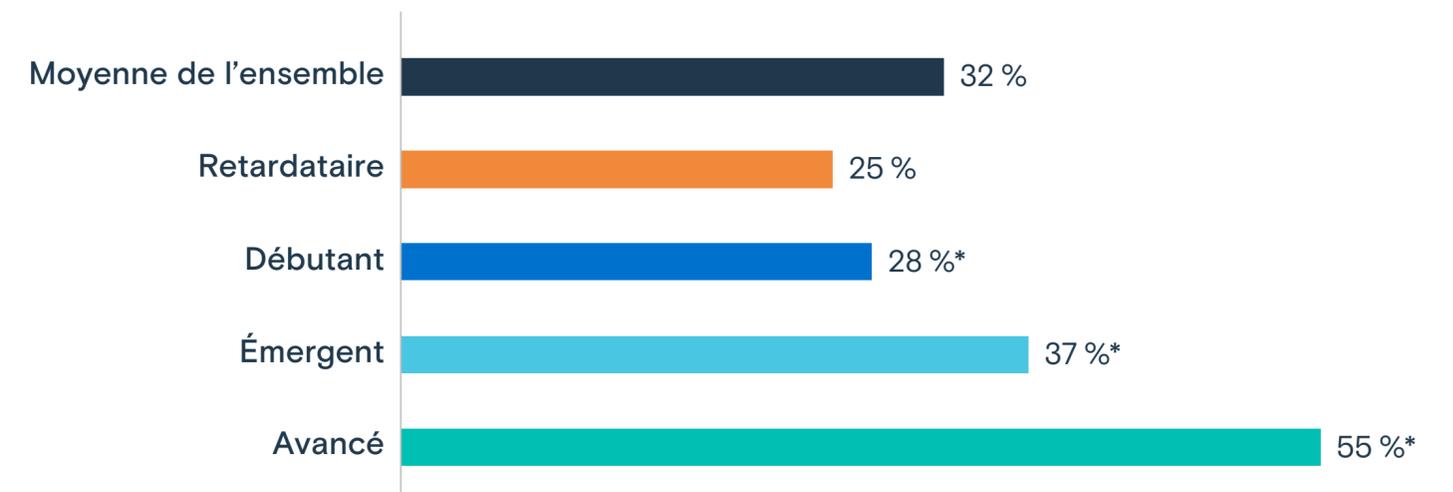
Les entreprises au profil retardataire semblent dépassées par la transformation numérique de l'économie et de leur écosystème d'affaires. Ayant déjà pris un certain retard numérique, elles risquent de ne pas pouvoir suivre la cadence des transformations à venir.

Graphique 9 – Pourcentage des PME qui exportent, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1549 répondant.es.

Graphique 10 – Pourcentage des PME qui sont très résilientes, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1529 répondant.es.

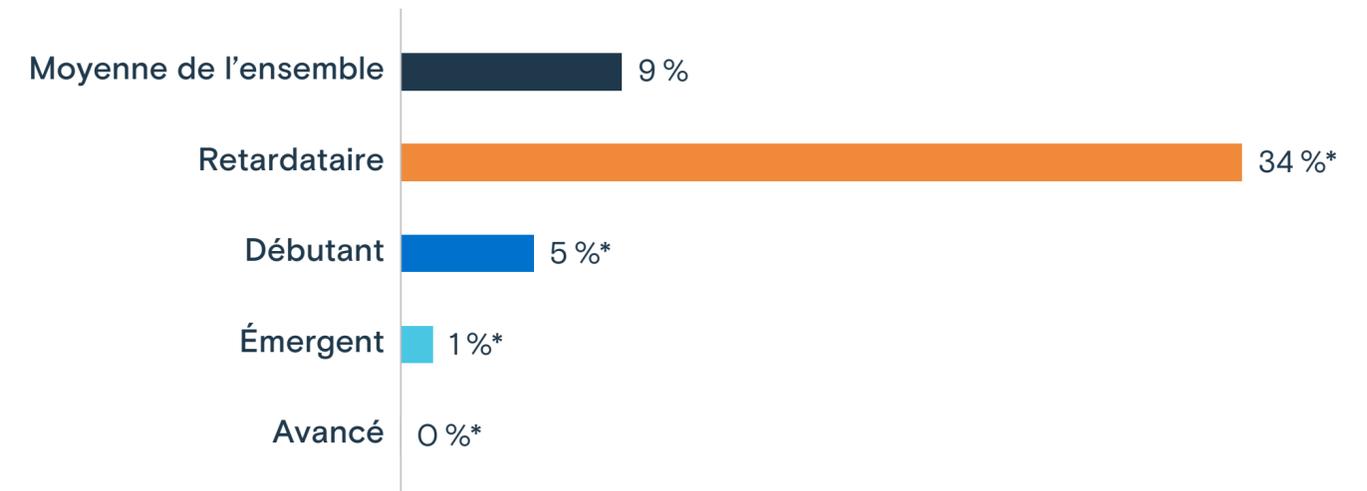
Les PME au profil avancé investissent davantage dans le numérique et dans les projets de croissance

Les PME ayant un profil numérique avancé font les choses différemment.

Elles investissent davantage dans les technologies numériques, car elles saisissent les bénéfices qu'elles peuvent en tirer.

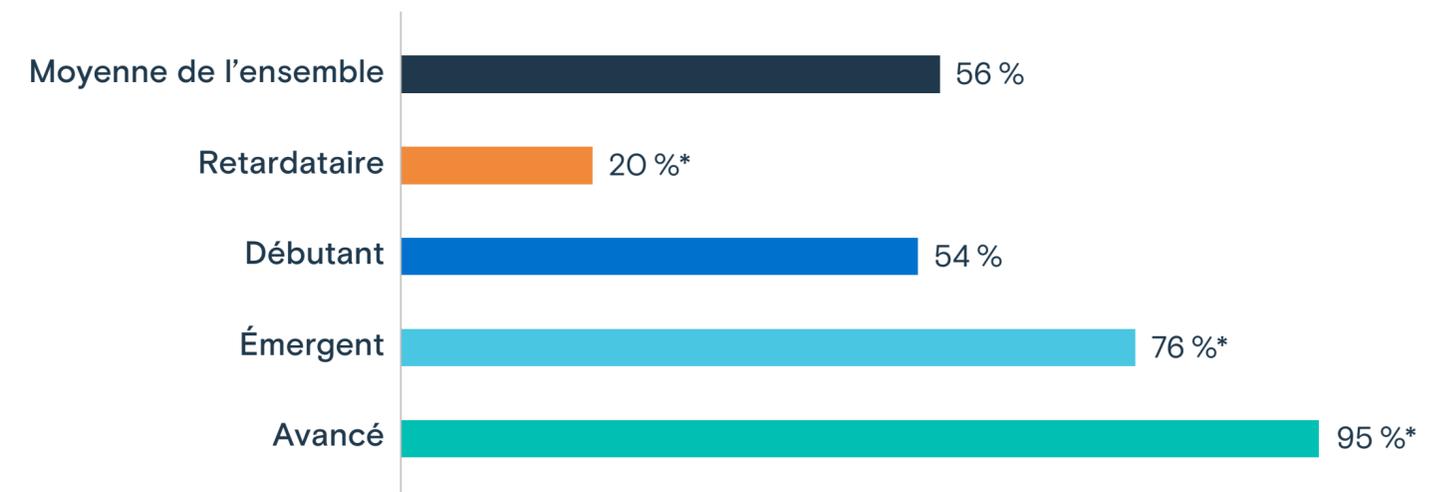
Elles visent également la croissance: elles sont nettement plus nombreuses à consacrer temps et argent à des projets de croissance.

Graphique 11 – Pourcentage des PME qui n'ont pas investi dans les technologies numériques en 2021, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1487 répondant.es.

Graphique 12 – Pourcentage des PME ayant des projets de croissance nécessitant des investissements, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1559 répondant.es.

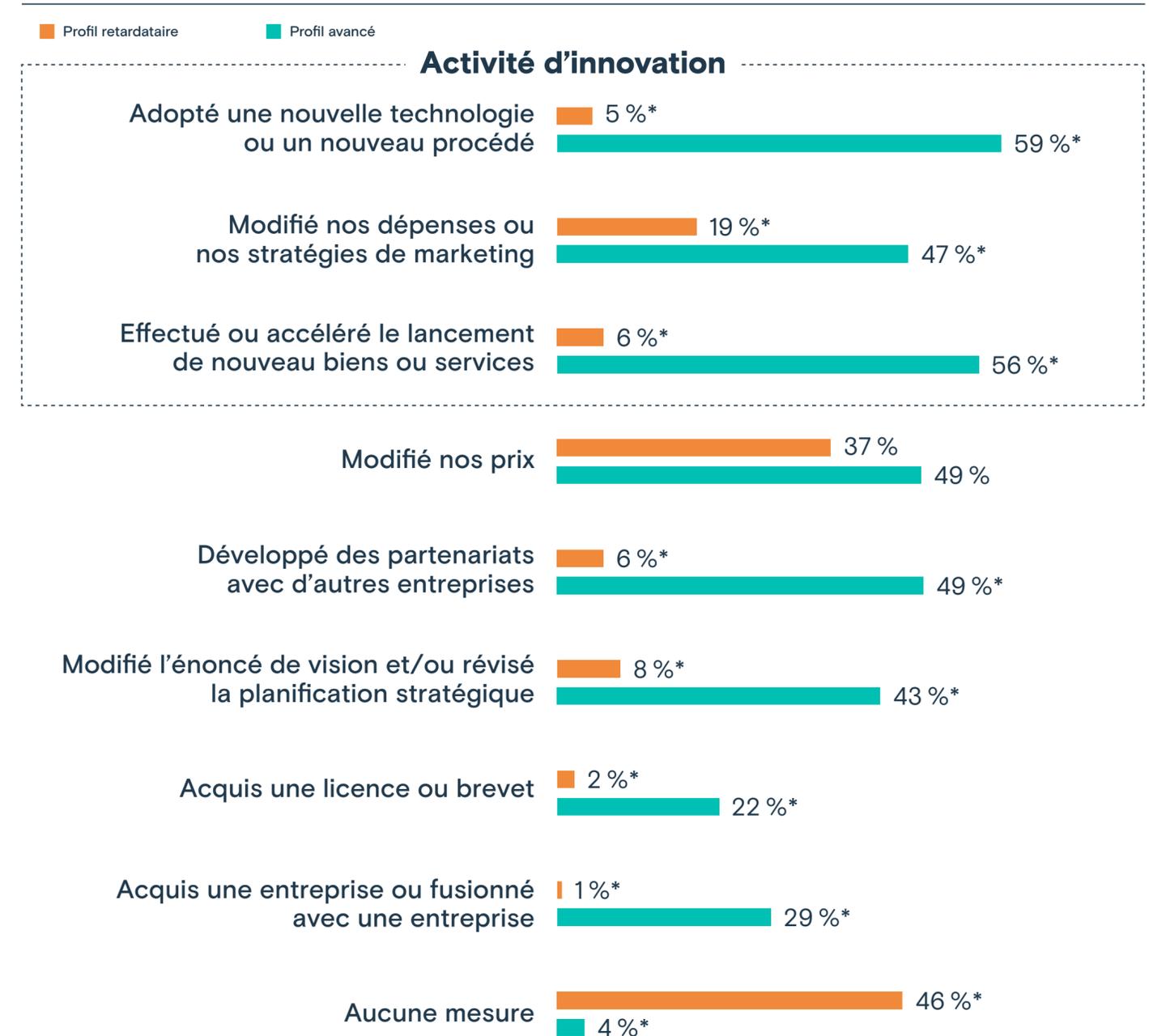
Les PME au profil avancé misent sur l'innovation comme facteur de différenciation

Les entreprises au profil avancé utilisent une plus grande variété de stratégies pour se différencier de la concurrence, ce qui leur permet de réagir promptement et avantageusement aux pressions concurrentielles.

Les PME au profil avancé innovent davantage pour se démarquer. Par exemple, la moitié d'entre elles ont adopté de nouvelles technologies ou façons de faire pour se démarquer de la concurrence. Elles sont 10 fois plus nombreuses à le faire que les entreprises au profil retardataire.

Le tiers des entreprises ayant un profil avancé ont lancé de nouveaux produits, établi des partenariats ou révisé leur planification stratégique, soit trois fois plus que les entreprises au profil retardataire.

Graphique 13 – Pourcentage des PME ayant pris des mesures pour se démarquer de la concurrence, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1356 répondant.es.

Les entreprises avancées sur le plan numérique performant beaucoup mieux que les autres

Nos analyses démontrent un lien fort entre la maturité numérique et une série d'indicateurs, notamment la croissance des ventes, le fait d'exporter, la résilience et l'obtention de financement.

Nous avons mené une analyse statistique avancée afin d'isoler la maturité numérique des autres facteurs pouvant influencer sur la performance des entreprises, notamment leur taille, leur secteur d'activité, leur âge (nombre d'années depuis le lancement) et leur région.

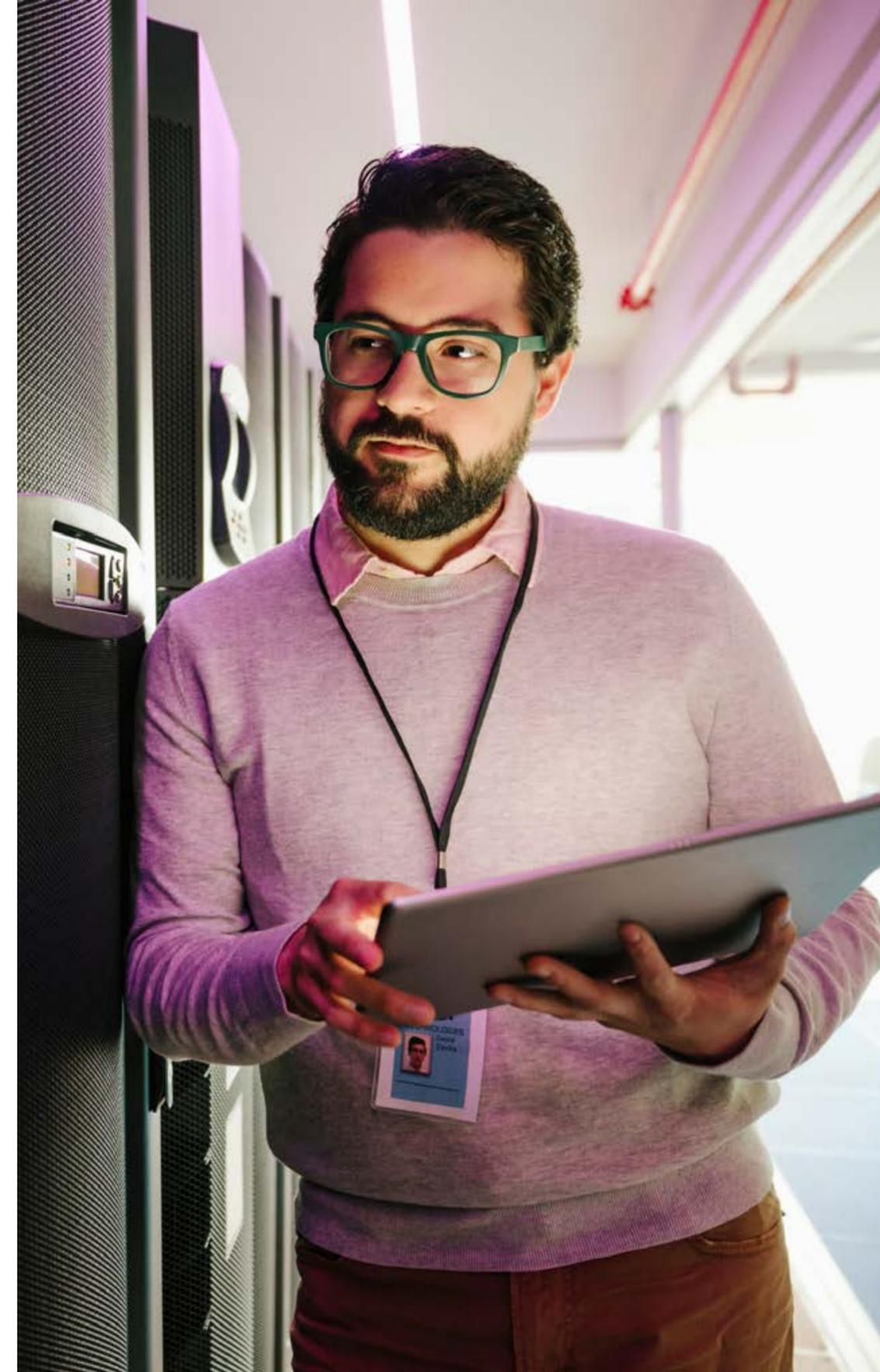
Pour une entreprise, gravir l'échelle de maturité numérique BDC de 30 points – soit l'équivalent de progresser d'une catégorie (p. ex., de débutant à émergent ou de retardataire à débutant) accroît^{1,2} de:

- 81% les chances de croître rapidement (au moins 10 % du chiffre d'affaires);
- 54 % les chances d'exporter;
- 241% les chances d'être très résiliente.

Progresser de 30 points sur l'échelle de maturité numérique diminue aussi de 63 % la probabilité qu'une entreprise se voie refuser du financement.

¹ Les modèles économétriques que nous avons utilisés pour analyser les résultats de notre Sondage d'évaluation numérique 2021 sont présentés en annexe.

² Ces résultats sont hautement fiables avec un seuil de signification de 1% (valeur $p \leq 0.01$).





La maturité numérique : un atout majeur

Adopter les technologies numériques en toute confiance

Le Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN) du gouvernement du Canada vise à faciliter l'adoption de technologies numériques et à améliorer la compétitivité des entreprises.

Le programme comporte deux volets. Le volet *Améliorez les technologies de votre entreprise* permet aux PME canadiennes, telles que les fabricants et les exploitations de transformation des aliments, d'investir dans le numérique. Les entreprises admissibles ayant un revenu annuel de plus de 500 000 \$ pourrait obtenir :

- une subvention pour couvrir jusqu'à 90 % des coûts, jusqu'à concurrence de 15 000 \$, pour les services d'un.e spécialiste qui vous aidera à élaborer un plan d'adoption du numérique ;
- un prêt sans intérêt pouvant aller jusqu'à 100 000 \$ pour faciliter l'acquisition de nouvelles technologies telles que des logiciels ou encore de l'équipement électronique.

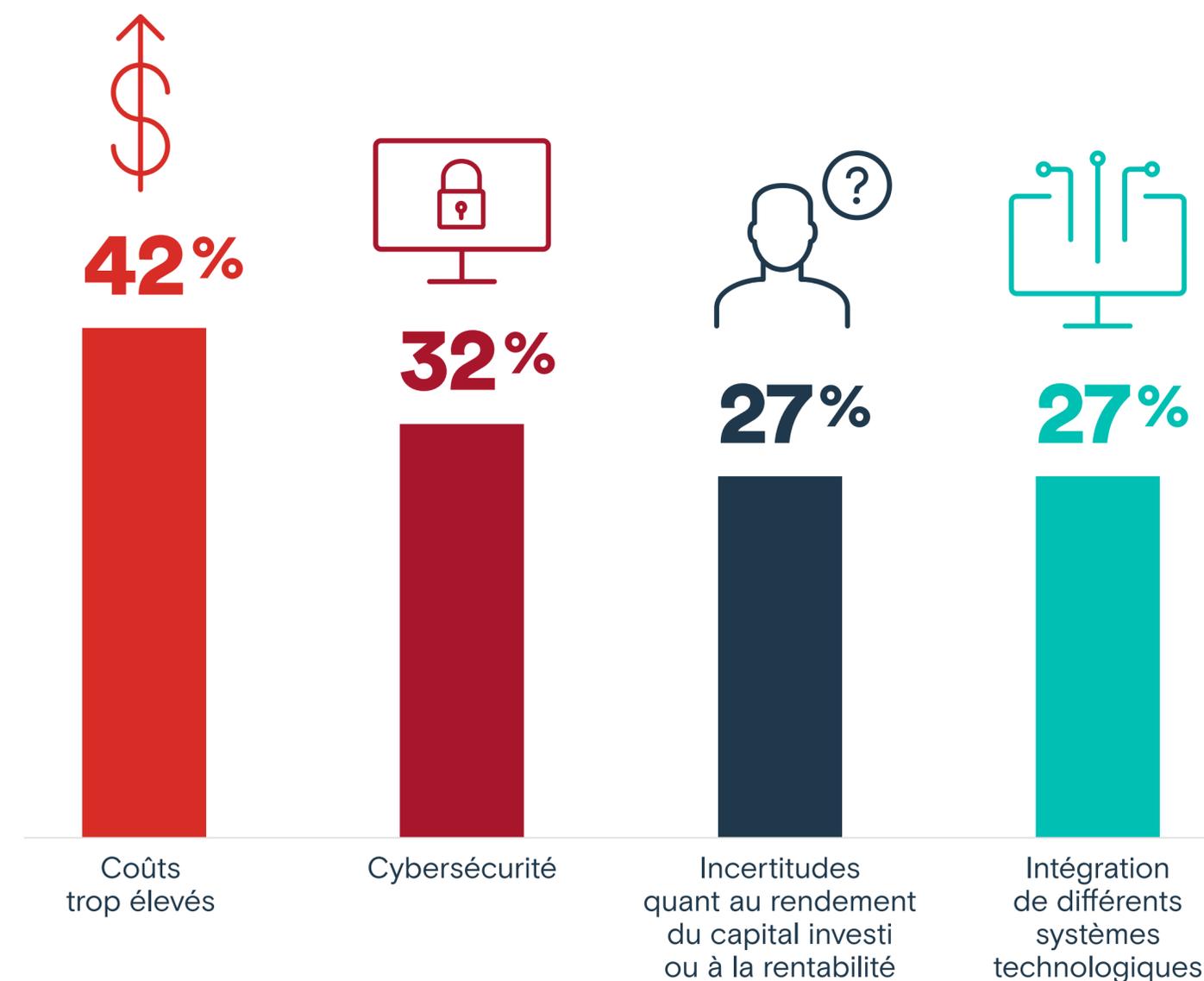
Accélérez votre virage numérique !

➤ [Commencer le processus](#)

Le coût, la cybersécurité et les autres défis

Le coût, la cybersécurité, l'estimation du rendement du capital investi et l'intégration des technologies sont les principaux défis des entreprises canadiennes en ce qui a trait à l'adoption du numérique.

Graphique 14 – Les principaux défis du numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1459 répondant.es.

Le coût des technologies préoccupe davantage les entreprises au profil retardataire

Plus du quart des PME ayant un profil retardataire (28 %) justifient le fait de ne pas investir en numérique par le coût trop élevé des technologies. Or, le coût des technologies n'a été un frein pour aucune des PME avancées.

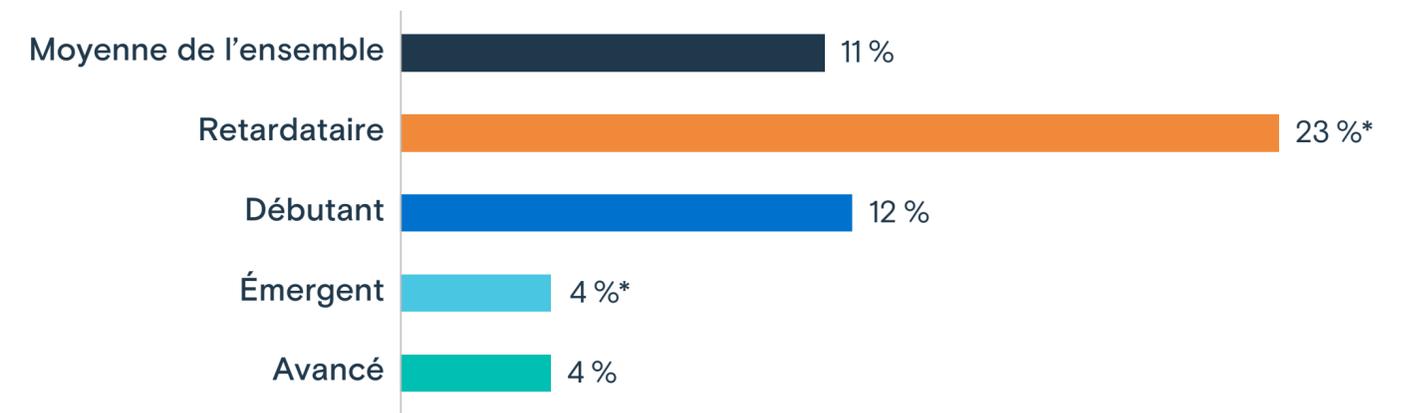
Notre sondage révèle que la mauvaise performance des entreprises ayant un profil retardataire est telle qu'elles éprouvent plus de difficulté à financer leurs projets de croissance, notamment ceux qui leur permettraient d'entreprendre un virage numérique; ainsi, l'écart se creuse.

Pourtant, les prix des technologies numériques ne cessent de baisser et la convivialité, d'augmenter.

L'infonuagique permet aujourd'hui d'accéder aux dernières technologies sans devoir investir en infrastructure informatique ou en ressources consacrées à la maintenance et aux mises à jour.

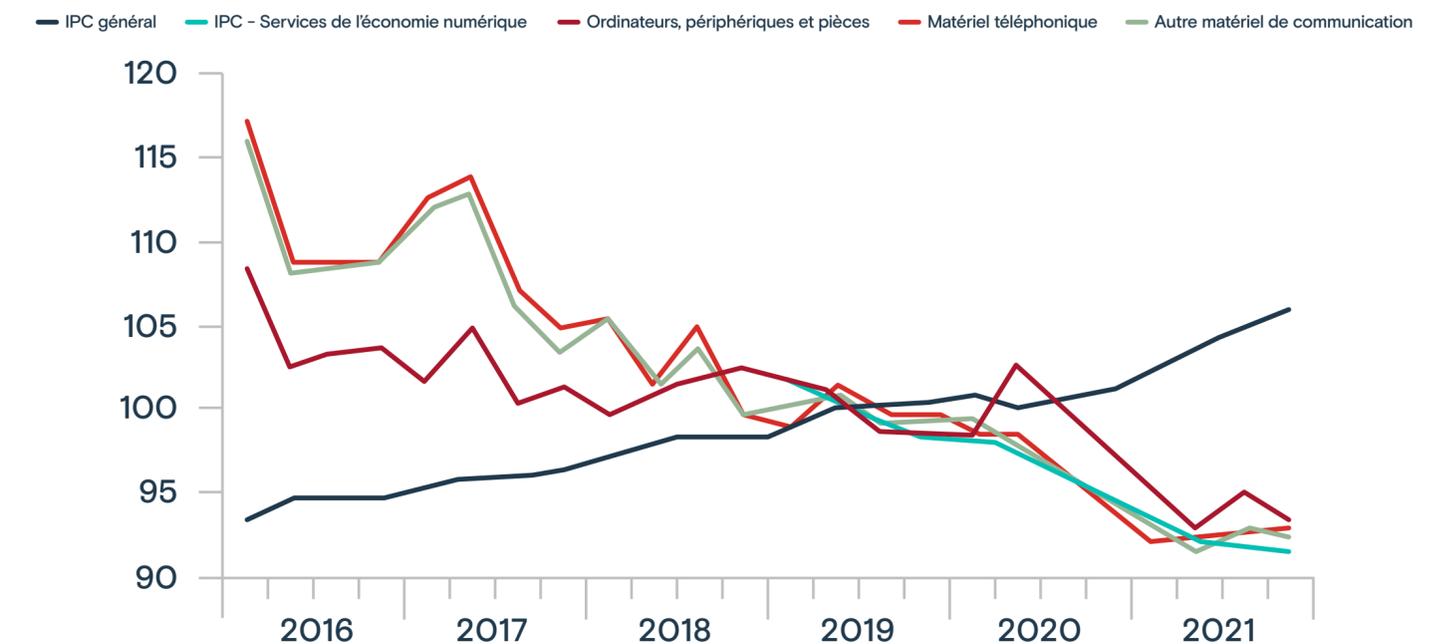
Le coût élevé des technologies comme raison pour ne pas investir semble reposer sur une perception erronée.

Graphique 15 – Pourcentage des PME qui affirment ne pas avoir accès aux capitaux nécessaires pour investir en technologies numériques, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1499 répondant.es.

Graphique 16 – Indices de prix des technologies numériques (indice 2019 = 100)



Source: Statistique Canada. Tableau 18-10-0004-01, Indice des prix à la consommation (IPC) mensuel, non désaisonné, et Tableau 18-10-0269-01, Indice trimestriel des prix des machines et du matériel, selon le produit.

Il existe plusieurs solutions à faible coût pouvant aider les PME à investir dans leur transformation numérique

Tableau 1 – Fourchettes de prix des principales technologies numériques

Technologies	Entrée de gamme	Milieu de gamme	Haut de gamme
 Création de sites Web (informatif, transactionnel)	→ De 0 \$ à 29 \$/mois	→ De 5 \$ à 95 \$/mois	→ De 10 \$ à 250 \$/mois
Outils de collaboration (vidéoconférence, messagerie, partage et édition de fichiers)	→ De 0 \$ à 25 \$/année → De 0 \$ à 17 \$/mois → De 0 \$ à 12 \$/personne/mois	→ De 75 \$ à 270 \$/année → De 5 \$ à 55 \$/mois → De 10 \$ à 38 \$/personne/mois	→ De 250 \$ à 320 \$/année → De 8 \$ à 105 \$/mois → De 17 \$ à 60 \$/personne/mois
Système ou logiciel de planification des ressources de l'entreprise (ERP)	→ De 55 \$ à 85 \$/mois → De 20 \$ à 40 \$/personne/mois → De 1000 \$ à 4000 \$ par licence perpétuelle	→ De 125 \$ à 375 \$/mois → De 80 \$ à 175 \$/personne/mois	→ De 1000 \$ à 2 900 \$/mois → De 220 \$ à 1000 \$/personne/mois
Système ou logiciel de gestion des relations avec la clientèle (CRM)	→ De 30 \$ à 45 \$/mois → De 0 \$ à 30 \$/personne/mois	→ De 35 \$ à 75 \$/mois → De 29 \$ à 59 \$/personne/mois	→ De 60 \$ à 100 \$/mois → De 34 \$ à 119 \$/personne/mois
Système ou logiciel de gestion des RH	→ De 100 \$ à 350 \$/année → De 1 \$ à 35 \$/mois → De 1 \$ à 20 \$/personne/mois	→ De 600 \$ à 10 000 \$/année → De 35 \$ à 50 \$/mois → De 20 \$ à 50 \$/personne/mois	→ De 10 000 \$ à 60 000 \$/année → De 50 \$ à 500 \$/mois → De 50 \$ à 350 \$/personne/mois
Système ou logiciel de comptabilité	→ De 0 \$ à 32 \$/mois	→ De 11 \$ à 48 \$/mois	→ De 17 \$ à 350 \$/mois

Source: Compilation de BDC.

Les cyberattaques frappent davantage les PME au profil numérique avancé

Les entreprises sont de plus en plus préoccupées par la cybersécurité, et force est de constater qu'elles ont raison.

18 %

des entreprises canadiennes ont vécu au moins une cyberattaque en 2021

49 470 \$

Coût moyen des dommages en 2021

La cybersécurité est davantage un enjeu pour les entreprises qui utilisent régulièrement des données. La cybersécurité s'avère un défi important pour :

39 %

des entreprises utilisant régulièrement des données

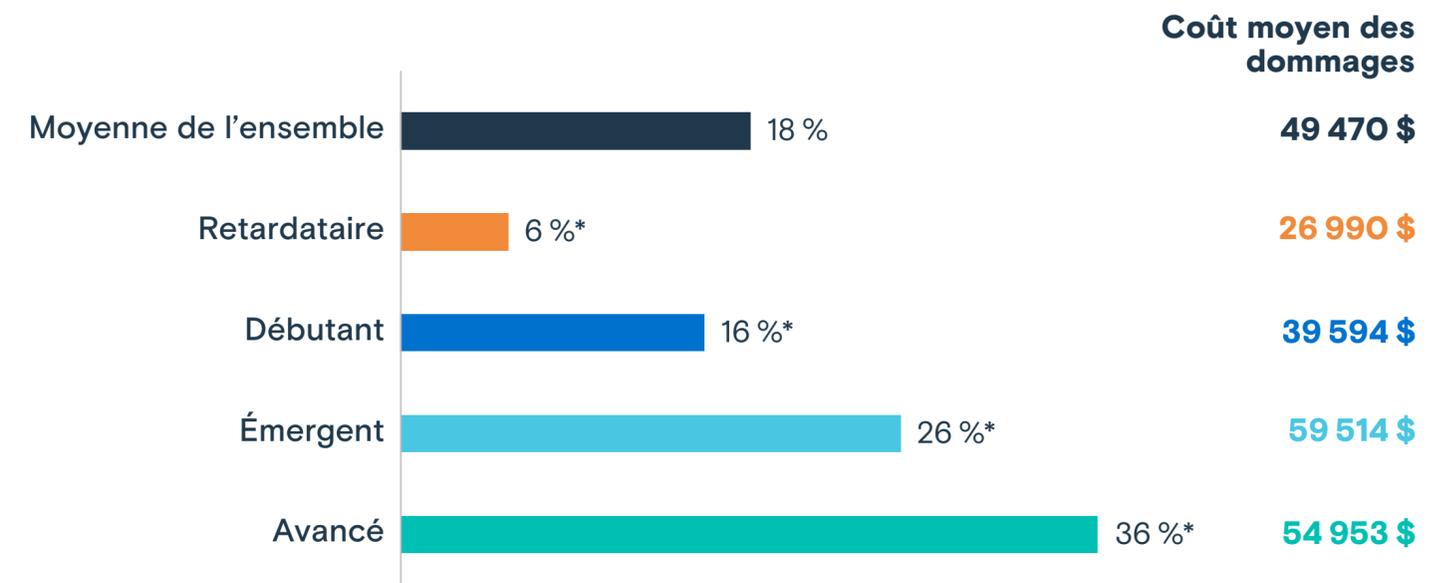
29 %

des entreprises n'utilisant pas régulièrement des données

Les PME au profil numérique avancé sont ainsi cinq fois plus exposées aux cyberattaques et subissent des dommages deux fois plus importants que les PME au profil retardataire.

Toutefois, le coût des cyberattaques chez les PME au profil avancé (54 953 \$) est inférieur à celui de celle qui ont un profil émergent (59 514 \$), car elles sont plus prudentes en matière de cybersécurité. Nous constatons qu'elles adoptent en plus grand nombre des pratiques variées en matière de cybersécurité.

Graphique 17 – Pourcentage de PME ayant vécu au moins une cyberattaque, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1393 répondant.es.

La formation en cybersécurité demeure une lacune pour de nombreuses PME

55 %

des entreprises canadiennes...
(soit plus d'une entreprise sur deux)

19 %

des entreprises au profil numérique retardataire...
(soit près d'une entreprise sur cinq)

26 %

des entreprises canadiennes...
(soit une entreprise sur quatre)

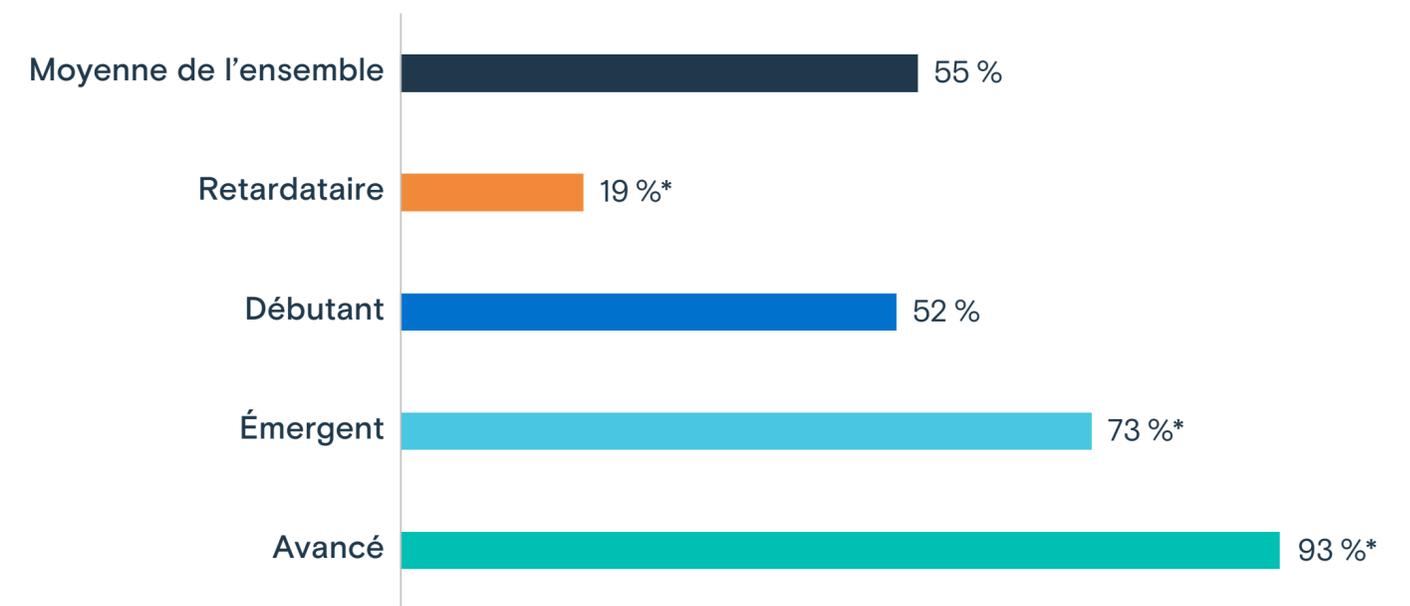
44 %

des entreprises au profil numérique retardataire...
(soit près d'une entreprise sur deux)

...forment et sensibilisent leur personnel en matière de cybersécurité

...n'installent pas les correctifs et mises à jour de leur systèmes d'exploitation et d'application tierces régulièrement

Graphique 18 – Pourcentage des PME qui forment et sensibilisent leur personnel en matière de cybersécurité, par profil numérique



Source : BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1458 répondant.es.

4 étapes pour renforcer votre cybersécurité

Nous suggérons cette approche en quatre étapes pour renforcer vos défenses contre les cyberattaques.

1 Repérer les risques

Pour se prémunir contre les cybermenaces, il faut d'abord se poser des questions.

- Quels sont nos actifs les plus précieux? Les menaces potentielles?
- Nos contrôles de sécurité actuels sont-ils efficaces? Qui est responsable?

2 Créer des contrôles

Ensuite, mettez en place des mesures telles que :

- Détection des logiciels malveillants, formation, chiffrement des données et gestion des risques
- Programme formel de gestion de la sécurité de l'information
- Politiques d'information et de sécurité, contrôle d'identité et d'accès
- Chiffrement, sécurité physique et sécurité environnementale
- Gestion des correctifs, sécurité des réseaux et sécurité des communications

3 Instaurer une culture axée sur la sécurité

Formez le personnel à penser en termes de cybersécurité et à adopter des pratiques sécuritaires. Une culture axée sur la sécurité peut grandement contribuer à protéger une organisation. Le développement des compétences des membres du personnel à l'interne peut prendre beaucoup de temps et ne se limite pas à leur faire suivre un cours. Si vous avez de toute urgence besoin de ces compétences au sein de votre équipe, la meilleure solution peut être de faire appel à des services de consultation.

4 Surveiller et améliorer

Vous devrez installer un logiciel ou faire appel à une entreprise spécialisée pour surveiller votre réseau et repérer les anomalies et les éventuels incidents de cybersécurité avant qu'ils ne causent des dommages. Au fil du temps, vous serez en mesure de définir des points de référence et de mesurer l'efficacité de votre solution pour répondre aux menaces et protéger vos systèmes.

➤ [Lire l'article au complet](#)

L'estimation du rendement du capital investi (RCI) et l'intégration des technologies sont également des défis pour l'adoption du numérique

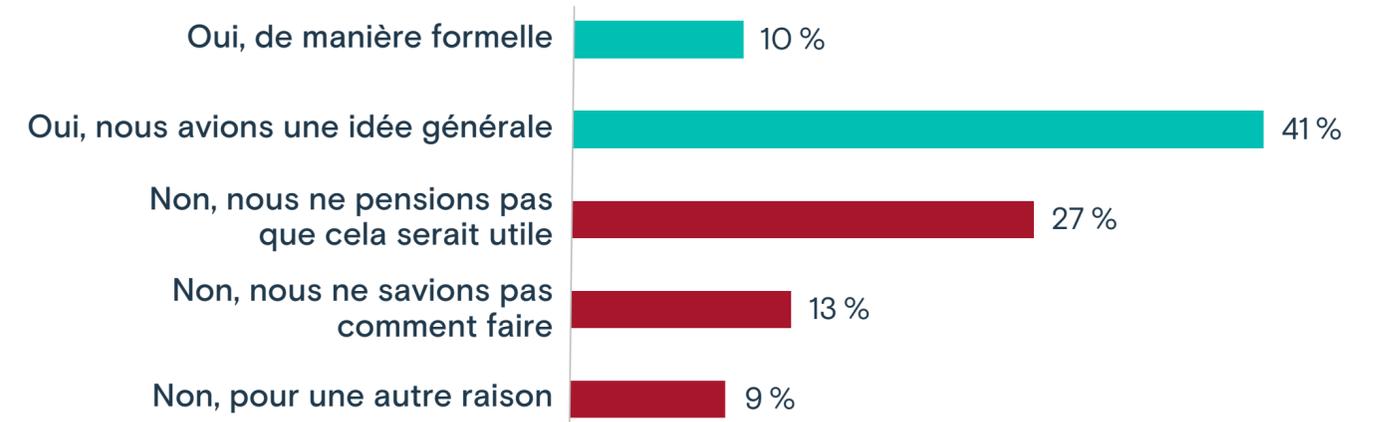
Les spécialistes de BDC mentionnent que la majorité des entrepreneur.es vont de l'avant avec leur projet d'acquisition de technologies même sans avoir pu parvenir à chiffrer le RCI.

- Ce n'est pas une surprise, car il est normal d'éprouver des difficultés à estimer le RCI.
- Seulement 10 % des entrepreneur.es calculent le RCI de façon formelle avant d'effectuer un investissement en technologie.

Par ailleurs, le temps, les ressources et l'argent nécessaires à l'intégration des nouvelles technologies sont souvent sous-estimés.

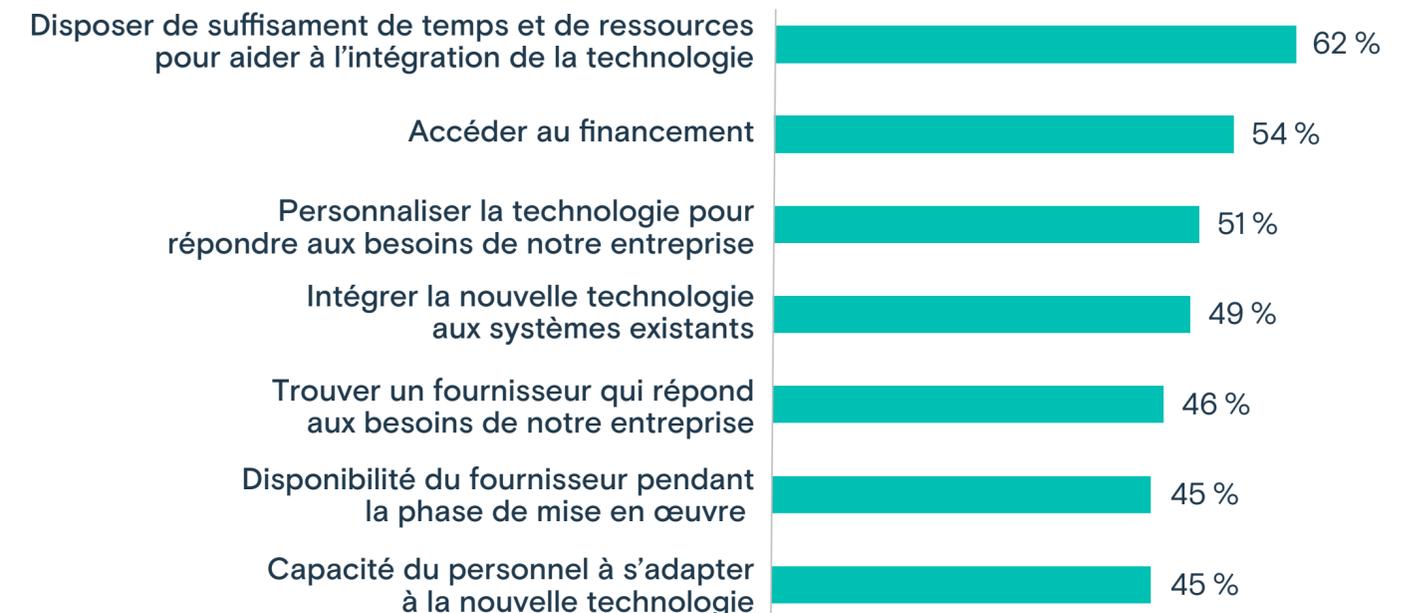
- Tenez-vous-le pour dit, l'intégration des nouvelles technologies est l'étape du parcours d'acquisition technologique dont vous sous-estimez probablement la difficulté.
- Il ne s'agit pas seulement d'intégrer la nouvelle technologie aux systèmes existants (un défi important pour 49 % des entreprises), mais aussi de trouver le temps et les ressources nécessaires à l'intégration des technologies au sein de l'entreprise (un défi important pour 62 % des entreprises).

Graphique 19 – Pourcentage des PME qui ont estimé le rendement du capital investi de leur plus récente acquisition technologique



Source: BDC, Sondage sur le parcours d'acquisition de technologies des PME, 2022; 478 répondant.es.

Graphique 20 – Défis des PME dans le processus d'acquisition technologique



Source: BDC, Sondage sur le parcours d'acquisition de technologies des PME, 2022; entre 450 et 480 répondant.es.



Étude de cas

Quand investissements en numérique rime avec croissance

Quand Heat-Line a été lancé en 1988, le numérique ne faisait pas partie des plans des propriétaires.

L'entreprise établie dans la région rurale d'Haliburton Highlands en Ontario avait été créée pour régler le problème du gel des tuyaux dans les chalets de la région. Le projet avait été lancé dans un garage où les propriétaires construisaient et testaient manuellement des prototypes de tuyaux protégés contre le gel.

Heat-Line a connu une croissance importante entre 2000 et 2018 en misant sur l'utilisation de câbles chauffants à diverses fins commerciales et résidentielles. Mais tandis que l'entreprise poursuivait sa croissance, ses systèmes internes de suivi et de comptabilité étaient problématiques.

non connectés et de processus manuels.

« Le travail nécessitait un grand nombre d'interventions humaines, ce qui augmente le risque d'erreurs », explique Matthew J. Roberts, directeur de l'exploitation de l'entreprise.

Certes, l'entreprise était prospère, mais selon lui, les processus manuels et l'absence d'une stratégie de numérisation et d'un plan numérique nuiraient à sa croissance future.

Un système ERP a aidé à organiser le travail

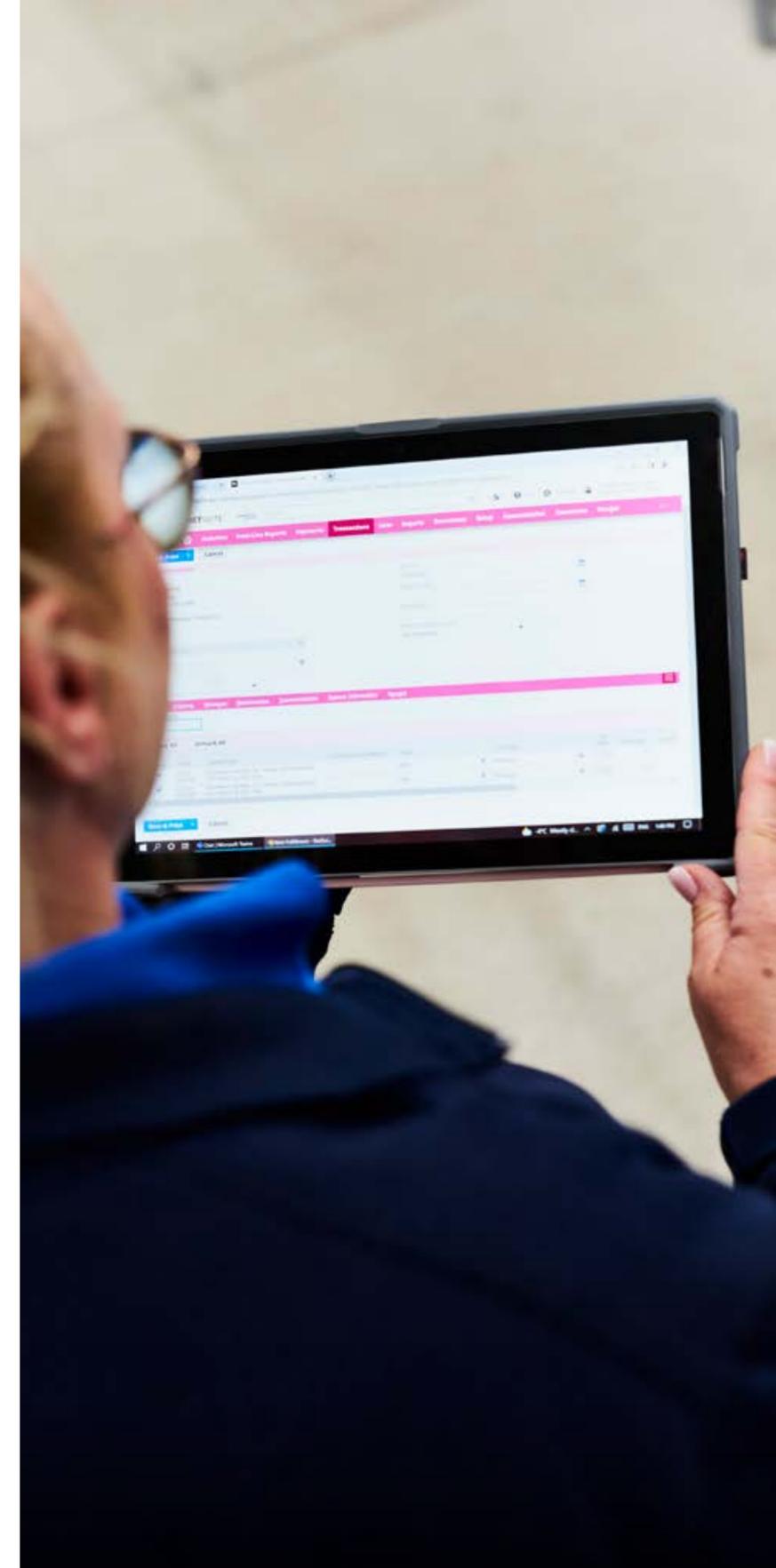
En 2018, l'équipe de direction de Heat-Line a convenu que l'entreprise avait besoin d'un outil pour intégrer ses divers systèmes.

L'équipe a communiqué avec BDC Services-conseils pour obtenir de l'aide pour choisir un système ERP. Le système ERP a été mis en œuvre à un moment critique. La demande pour les services de Heat-Line a grimpé en flèche lorsque la pandémie a commencé, incitant les gens à s'installer dans les zones rurales ou au chalet. Lorne Heise, chef de la direction de l'entreprise, est convaincu que, sans le nouveau système ERP, il n'aurait jamais été en mesure de répondre au volume de commandes.

« La capacité que nous avons ajoutée grâce au système ERP nous a permis de répondre à la demande, dit-il. Sans ce système, nos activités auraient souffert. »

Le système ERP a permis de simplifier les processus afin que les employé.es soient en mesure de se concentrer sur la fabrication de produits plutôt que sur la gestion d'outils de suivi sur papier. Ainsi, Heat-Line a enregistré une augmentation de 40% de son chiffre d'affaires tandis que ses revenus ont presque doublé entre la fin de 2020 et 2022. Heat-Line continue d'intégrer de nouveaux outils au système ERP afin d'améliorer davantage son service et d'augmenter le chiffre d'affaires de l'entreprise.

« La croissance de l'entreprise nous a permis de créer des emplois, et ce sont de bons emplois. »



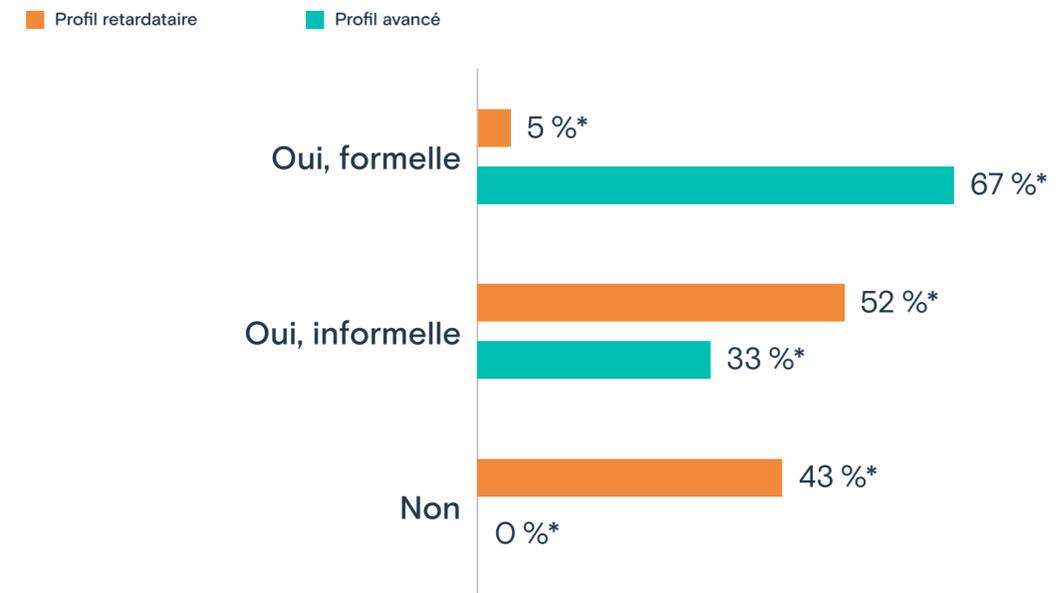
Par où commencer?

L'un des éléments distinctifs des PME ayant un profil avancé est qu'elles ont toutes une stratégie d'affaires. De leur côté, seulement 5 % des PME au profil retardataire ont une stratégie d'affaires formelle, tandis que presque la moitié d'entre elles (43 %) n'ont pas de stratégie d'affaires.

Les PME au profil avancé ont aussi presque toutes déjà établi un plan numérique. Ce plan détaille leur vision technologique pour les années à venir avec des objectifs dans le temps et des personnes responsables à chaque étape. Seulement une PME au profil retardataire sur dix peut en dire de même.

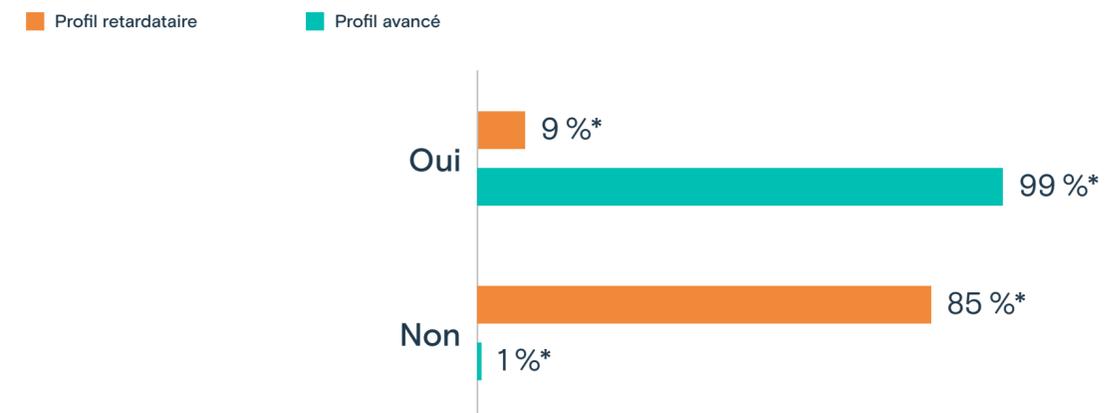
Ces données semblent donc indiquer que le premier pas consiste à établir un état des lieux, puis à planifier ses investissements à l'aide d'un plan numérique.

Graphique 21 – Pourcentage des PME qui ont une stratégie d'affaires, par profil numérique



Source: BDC, Sondage sur le parcours d'acquisition de technologies des PME, 2022; 1559 répondant.es.

Graphique 22 – Pourcentage des PME qui ont un plan numérique, par profil numérique



Source: BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021; 1402 répondant.es.

6 conseils pour une acquisition de technologie réussie

Nous avons parlé à un groupe de propriétaires d'entreprise qui ont récemment effectué l'achat d'une technologie. Voici leurs six conseils pour tirer pleinement parti d'un investissement dans les technologies.

1 Créer un plan

Les propriétaires d'entreprise recommandent fortement de créer un plan technologique. À mesure qu'une entreprise se développe, ses besoins technologiques deviennent de plus en plus importants. Avoir un plan vous permettra de concentrer vos efforts et de garder une longueur d'avance.

2 Bâtir une équipe pour vous soutenir

La plupart des propriétaires d'entreprise forment une équipe à l'interne ou embauchent des spécialistes en TI à l'externe pour les guider dans les différentes phases de l'achat de technologies (p. ex., préparation, recherche de fournisseurs, soumission de bonnes questions, mise en œuvre). Les fournisseurs peuvent également vous aider.

3 Prendre le temps de se préparer

Parler aux autres propriétaires d'entreprise du secteur, écouter les démonstrations des fournisseurs et tester les outils sont des mesures importantes. Certaines équipes créent des grilles avec des critères précis pour choisir les fournisseurs. Une évaluation est ensuite faite selon chaque aspect pour faciliter la prise de décisions.

4 Communiquer les attentes aux fournisseurs

Les membres du groupe ont insisté sur l'importance de communiquer vos attentes aux fournisseurs, et ce, dès le début. Parlez également aux différents groupes qui utiliseront le système.

5 Préparer un plan d'intégration comprenant des jalons

Un plan d'intégration aide à donner le ton pour les différentes étapes qui doivent être effectuées. La période de mise en œuvre a habituellement été plus longue pour les personnes qui n'avaient aucun plan d'intégration au départ.

6 Ne pas attendre!

Les propriétaires d'entreprise de notre groupe auraient tous enclenché leurs projets technologiques plus tôt. Malgré les défis et les perturbations, les avantages de la technologie sont clairs. Commencer plus tôt leur aurait permis de tirer pleinement profit des systèmes plus rapidement.

Méthodologie et données

Les conclusions de ce rapport sont fondées sur les résultats d'une analyse documentaire, de deux sondages en ligne et d'analyses économétriques.



Sondages en ligne

Sondage d'évaluation numérique

Notre équipe Recherche économique a élaboré un questionnaire pour mieux comprendre le niveau de maturité numérique des entreprises canadiennes ainsi que les défis liés au numérique pour les PME (BDC, Sondage d'évaluation numérique, 2021). Forum Research a ensuite mené le sondage en ligne auprès de 1559 entreprises canadiennes du 12 novembre au 3 décembre 2021. Les résultats ont été pondérés en fonction de la région et de la taille de l'entreprise afin que les conclusions soient représentatives de l'ensemble des PME canadiennes. Aux fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille comporterait une marge d'erreur de $\pm 2,5$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Sondage sur le parcours d'acquisition de technologies des PME

Un deuxième questionnaire a été élaboré par l'équipe Recherche et intelligence de marché de BDC, qui a ensuite mené un sondage pour mieux comprendre le parcours d'acquisition de technologies et les défis des propriétaires d'entreprise (BDC, Sondage sur le parcours d'acquisition de technologies des PME, 2022). Ce sondage en ligne a été mené auprès de 510 propriétaires et gestionnaires en entreprise du 8 au 18 février 2022. Les résultats ont été pondérés en fonction de la région et de la taille de l'entreprise afin que les conclusions soient représentatives de l'ensemble des PME canadiennes. Aux fins de comparaison, un échantillon probabiliste de cette taille comporterait une marge d'erreur de $\pm 4,3$ points de pourcentage, 19 fois sur 20.

Analyses économétriques

Cette étude a utilisé deux modèles économétriques :

- Le premier modèle repose sur des régressions logistiques ordonnées et analyse l'effet de la maturité numérique sur la performance, qui est définie comme étant la croissance, le fait d'exporter et la résilience.
- Le deuxième modèle repose sur des régressions linéaires (méthode des moindres carrés ordinaires) et évalue les facteurs socioéconomiques de la maturité numérique, soit la corrélation entre la maturité numérique et le genre, l'âge et d'autres caractéristiques des propriétaires en matière de diversité (personnes autochtones, faisant partie des minorités visibles, issues de l'immigration, en situation de handicap).

Les deux modèles contrôlent d'autres facteurs qui peuvent avoir une incidence sur la maturité numérique. Ces facteurs comprennent la taille de l'entreprise, son secteur d'activité, son âge (nombre d'années depuis le lancement) et la région dans laquelle elle exerce ses activités.

Les équations de régression ont permis de déterminer si (1) la maturité numérique et (2) les caractéristiques des propriétaires étaient des prédicteurs statistiquement significatifs de (1) la performance et (2) de la maturité numérique avec des valeurs égales ou inférieures à 5 %.

Les résultats économétriques sont disponibles sur demande auprès de l'auteur.



- Apprenez-en davantage sur le Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN).
- Discutez avec les spécialistes de BDC pour créer un plan d'adoption du numérique et choisir les bonnes technologies.
- Explorez les solutions de financement flexible de BDC pour investir en technologie.

bdc 
**financement.
conseil.
savoir-faire.**

Pour plus d'information

1 888 INFO-BDC (1 888 463-6232)
info@bdc.ca
bdc.ca

This document is also available in English.

ISBN: 978-1-989306-98-7
ST-TECHADVANTAGE-F2205