

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

**Le commerce électronique beaucoup moins populaire
auprès des entreprises du Québec que chez les consommateurs**

Le CEFRIO, en collaboration avec l'Institut du Québec, dévoile les résultats
du volet Entreprises de l'Indice du commerce électronique au Québec

Montréal, le 11 juin 2015 - Si près d'un Québécois sur deux est adepte du commerce électronique, il en est tout autrement pour les entreprises du Québec. Une enquête exclusive du CEFRIO révèle que seulement 12 % des entreprises des secteurs du commerce de détail, du commerce de gros, des services et du secteur manufacturier vendent leurs produits et services en ligne. Excluant les entreprises qui ne vendent qu'en ligne (*pure players*), les entreprises sondées de 5 employés et + qui vendent en ligne affirment y réaliser seulement 18 % de leurs ventes brutes, et ce, majoritairement auprès de clients résidant au Québec (74 %).

« Alors qu'aujourd'hui tous types de produits et de services peuvent être achetés sur Internet, seule une entreprise sur huit vend en ligne. Les commerçants d'ici tardent à adopter le commerce électronique et ceux qui plongent sont peu nombreux à le faire à la fois de façon intensive et à vendre à l'extérieur du Québec, souligne **Jacqueline Dubé, présidente-directrice générale du CEFRIO**. Ce qui est plus alarmant peut-être pour les secteurs ciblés par l'enquête est le fait que 45 % des entreprises actives en commerce électronique y ont investi moins de 10 000 \$ et qu'elles ne prévoient pas investir davantage au cours de la prochaine année. »

« En occupant un espace moins important sur le Web, les détaillants québécois laissent place à la concurrence – principalement américaine – pour satisfaire la demande locale. Puisque le commerce électronique croît à un rythme plus soutenu que le commerce de détail dans son ensemble, les entreprises d'ici ont un retard important à récupérer, ce qui a un impact direct sur leur capacité à concurrencer et génère des pertes fiscales importantes pour le Québec » commente **Raymond Bachand, président de l'Institut du Québec**.

« L'enquête du CEFRIO démontre que 90 % des entreprises qui ne font pas de commerce électronique ont quand même une forte présence sur Internet et qu'une majorité s'active sur les réseaux sociaux. Elles adoptent donc en partie le numérique, mais pas le commerce électronique, analyse **Jacques Nantel, professeur titulaire au département de marketing de HEC Montréal**. Une proportion bien trop importante de commerçants évoque encore que leurs produits ne se prêtent pas à la vente sur le Web, pourtant les consommateurs leur donnent tort ».

Les principaux avantages perçus par les entreprises actives en commerce électronique sont l'accroissement des ventes, l'augmentation du nombre de clients, l'élargissement géographique de la clientèle, la réduction du temps de commercialisation et la réduction des coûts. L'enquête aborde

également les stratégies marketing utilisées par les cybercommerçants, ce qu'ils ont dû adapter à leurs pratiques pour vendre en ligne, les solutions qu'ils utilisent et les défis qu'ils cernent, et les formes d'aide qu'ils souhaiteraient recevoir.

Les résultats de l'enquête **Indice du commerce électronique au Québec (ICEQ) - Volet Entreprises** ont été dévoilés en primeur ce matin lors d'une conférence réunissant près de 150 participants au Musée McCord de Montréal, laquelle a également été webdiffusée.

Cette enquête unique a été réalisée auprès de 1 000 entreprises actives en commerce électronique et 200 qui sont inactives dans ce domaine. Les faits saillants permettent de dégager les grandes lignes des impacts du commerce électronique sur le rendement des entreprises ciblées. L'enquête aborde également les raisons pour lesquelles certaines entreprises ne vendent pas en ligne.

Lors de leur dévoilement, les données du volet Entreprises de l'ICEQ ont été analysées par **Jacques Nantel**, professeur titulaire au département de marketing de HEC Montréal, **Mia Homsy**, directrice de l'Institut du Québec et **Raymond Bachand**, président de l'Institut du Québec. Ensemble, ils ont examiné les effets du commerce électronique sur les entreprises du Québec dans le contexte changeant du commerce de détail et ses répercussions sur l'économie québécoise.

En plus de découvrir les résultats de l'enquête, les participants ont eu l'occasion d'apprendre des expériences concrètes de quatre dirigeants d'entreprises qui intègrent bien le commerce électronique dans leurs pratiques d'affaires et qui étaient réunis en panel :

- **Maxime Dubois**, coprésident-directeur général, Altitude-Sports.
- **Sophie Boulanger**, cofondatrice et chef Produit, BonLook.
- **Marc DeSerres**, président-directeur général, DeSerres.
- **Marie-Noël Gervais**, directrice commerce électronique, La Vie en Rose.

L'Indice du commerce électronique au Québec - Volet Entreprises a été réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Québec, de l'Office québécois de la langue française, et de Desjardins, en collaboration avec l'Institut du Québec.

Assemblée générale des membres du CEFRIO

En marge de cet événement, le CEFRIO tient sa 28^e assemblée générale annuelle des membres, également webdiffusée et qui [peut être réécoutée sur son site Web](#). La direction et le conseil d'administration y présentent les projets marquants et les événements clés de l'exercice 2014-2015, en plus d'y présenter le sommaire des états financiers et de dresser les perspectives de développement pour l'exercice 2015-2016.

À propos du CEFRIO

Le CEFRIO est le centre facilitant la recherche et l'innovation dans les organisations, à l'aide des technologies de l'information et de la communication (TIC). Le CEFRIO accompagne les organisations publiques et privées dans la transformation de leurs processus et de leurs pratiques d'affaires par l'appropriation et l'utilisation du numérique. Organisme membre de QuébecInnove, le

CEFRIO est mandaté par le gouvernement du Québec afin de contribuer à l'avancement de la société québécoise par le numérique. Il recherche, expérimente, enquête et fait connaître les usages du numérique dans tous les volets de la société. Son action s'appuie sur une équipe expérimentée, un réseau de quelque [80 chercheurs associés et invités](#) ainsi que l'engagement de près de [150 membres](#).

À propos de l'Institut du Québec

Issu d'un partenariat entre le Conference Board du Canada et HEC Montréal, l'Institut du Québec axe ses recherches et ses études sur les enjeux socioéconomiques auxquels le Québec fait face. Il vise à fournir aux autorités publiques et au secteur privé les outils nécessaires pour prendre des décisions éclairées, et ainsi contribuer à bâtir une société plus dynamique, concurrentielle et prospère.

- Téléchargez les faits saillants des résultats de l'Indice du commerce électronique au Québec (ICEQ) - Volet Entreprises : <http://cefr.io/2015>
- Visitez le site de l'Institut du Québec : www.institutduquebec.ca
- [Revoyez la conférence en Webdiffusion](#)
- En rappel, consultez les données du volet Consommateurs de l'enquête ICEQ 2014-2015 sur les comportements des cyberacheteurs québécois : <http://cefr.io/iceq2015>
- Consultez le rapport annuel 2014-2015 du CEFRIO : <http://www.cefr.io/qc.ca/cefr.io/>

-30-

Source : CEFRIO | www.cefr.io/qc.ca

Renseignements :

Guillaume Ducharme

418 929-0479

guillaume.ducharme@cefr.io/qc.ca