



Enquête sur l'innovation 2005

Confidentiel une fois rempli

Veillez corriger les erreurs dans le nom et l'adresse.

If you prefer this questionnaire in English, please check here



Veillez lire avant de remplir le questionnaire

Objectif de l'enquête

Les renseignements que vous fournissez sont indispensables pour assurer la disponibilité d'informations pertinentes sur l'innovation. Ces données compilées seront utilisées par les entreprises pour analyser les marchés, par les associations commerciales pour étudier la performance et d'autres caractéristiques des secteurs d'activité qu'elles représentent, et par les administrations pour élaborer les politiques économiques nationales et régionales.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations publiques et les autres organismes du Canada. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Confidentialité

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques recueillies au cours de la présente enquête qui permettraient d'identifier une entreprise, à moins que celle-ci n'y ait préalablement consentie. Les données fournies par ce questionnaire resteront strictement confidentielles. Elles serviront exclusivement à des fins statistiques et ne seront publiées que sous forme agrégée. Pour augmenter l'utilité, Statistique Canada créera une base de données où seront regroupées les réponses individuelles de cette enquête et d'autres informations existantes à Statistique Canada qui proviennent d'autres enquêtes ou d'autres enregistrements administratifs. Les dispositions de la *Loi sur la statistique* concernant la confidentialité ne sont modifiées d'aucune façon par la *Loi sur l'accès à l'information* ou toute autre loi.

Autorité

Cette enquête est menée en vertu de la *Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada*, chapitre S-19. La *Loi sur la statistique* vous oblige à remplir ce questionnaire. Votre participation sera appréciée.

Ententes fédérales provinciales

Afin d'éviter de répéter les éléments de cette enquête et de fournir des statistiques analogues, nous nous sommes entendus avec l'Institut de la statistique du Québec en vertu de l'article 11 de la *Loi sur la statistique, Statuts du Canada*, à qui l'on transmettra les données des entreprises situées ou ayant des activités au Québec. La *Loi sur la statistique* du Québec renferme les mêmes dispositions que la *Loi sur la statistique fédérale* relativement à la protection des données confidentielles et aux sanctions prévues en révélation des renseignements.

Champ d'observation

Veillez remplir le questionnaire pour l'usine décrite sur l'étiquette en haut de cette page.

Assistance

Si vous avez des questions concernant cette enquête, ou que vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire, veuillez téléphoner à : 1-866-897-5474

Personne ressource

Veillez mentionner le nom de la personne qui remplit le présent questionnaire, afin que nous puissions communiquer avec elle dans le cas où nous aurions des questions au sujet de ce rapport.

Nom de la personne qui remplit le questionnaire	
Titre	
N° de téléphone (<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>) <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	N° de télécopieur (<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>) <input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Adresse courriel (e-mail)	



Renseignements généraux

1. Dans ce questionnaire, nous nous référons à votre « **usine** » et à votre « **entreprise** ». Par le terme « **usine** », nous entendons vos emplacements locaux (comme décrits sur l'étiquette en haut de la première page du questionnaire). Par le terme « **entreprise** », nous entendons toutes les usines et opérations au Canada ou dans d'autres pays qui font partie de votre compagnie.

Est-ce que les opérations de votre usine font partie d'une entreprise plus grande?

- 0100 1 Oui
 3 Non ► *Veillez passer à la question 2*

Si oui, veuillez indiquer l'emplacement des autres usines et opérations de votre entreprise.

- | | | Oui | Non |
|------|--|-------------------------|-------------------------|
| 0101 | a. Dans votre province/ territoire | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0102 | b. Dans le reste du Canada | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0103 | c. États-Unis | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0104 | d. Mexique | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0105 | e. Europe | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0106 | f. Asie-Pacifique | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |
| 0107 | g. Tous les autres pays | 1 <input type="radio"/> | 3 <input type="radio"/> |

2. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des employés à temps plein dans votre usine, pour **l'année 2004**, qui ont été titulaires de :

- 0201 a. Un diplôme universitaire %
 0202 b. Un diplôme d'études collégiales ou une attestation d'études collégiales %

3. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des employés à temps plein de votre usine pour **l'année 2004**, qui ont été impliqués dans **les activités de recherche et développement (R-D)** :

0301 %

4. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des employés à temps plein de votre usine pour **l'année 2004**, qui ont été impliqués dans une **activité de marketing, ventes ou services à la clientèle** :

0401 %

5. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le **pourcentage des revenus totaux de votre usine** qui provenaient de la vente de produits (biens ou services) dans les marchés géographiques suivants pour **l'année 2004**.

- | | | | |
|------|--|----------------------|---|
| 0501 | a. Dans votre province/ territoire | <input type="text"/> | % |
| 0502 | b. Dans le reste du Canada | <input type="text"/> | % |
| 0503 | c. États-Unis | <input type="text"/> | % |
| 0504 | d. Mexique | <input type="text"/> | % |
| 0505 | e. Europe | <input type="text"/> | % |
| 0506 | f. Asie-Pacifique | <input type="text"/> | % |
| 0507 | g. Tous les autres pays | <input type="text"/> | % |
| | TOTAL | 100 | % |

6. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des revenus totaux de votre usine pour **l'année 2004** qui provenaient **d'autres usines dans votre entreprise**.
(Indiquer « 0 », si ce ne s'applique pas à votre usine)

0601 %

7. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des revenus totaux de votre usine pour **l'année 2004** qui provenaient de votre **client le plus important** (en termes de revenus) qui ne fait pas partie de votre entreprise.

0701 %

Facteurs de succès

8. Veuillez indiquer l'importance de la contribution de chacun des facteurs énumérés ci-dessous au succès de votre usine, pendant les trois années, **2002 à 2004**.

		Degré d'importance			
		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
Marché et produits					
0801	a. Recherche de nouveaux marchés	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0802	b. Satisfaction des clients existants	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0803	c. Développement de marchés-créneaux ou spécialisés.	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0804	d. Développement de marchés d'exportation	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0805	e. Développement du marché national	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0806	f. Développement de produits (biens ou services) personnalisés pour les clients	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
Autres					
0807	g. Participation active à l'élaboration de nouvelles normes industrielles	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0808	h. Capacité de se conformer aux normes et réglementations environnementales	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
0809	i. L'introduction de nouvelles technologies de l'information et de la communication	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Innovation de produit (biens ou services)

9. Une **INNOVATION DE PRODUIT** correspond à l'introduction sur le marché d'un **nouveau** bien ou service ou d'un bien ou service **significativement amélioré**. L'innovation (nouveau ou amélioration) doit être nouvelle pour votre usine. Il faut exclure la simple revente de nouveaux biens achetés à d'autres usines et des modifications exclusivement esthétiques.

Pendant les trois années, **2002 à 2004**, votre usine a-t-elle introduit :

		Oui	Non
0901	a. Des biens nouveaux ou améliorés de manière significative	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
0902	b. De nouveaux services ou des services améliorés de manière significative	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

Si vous avez répondu « Non » à ces deux questions, passez à la question 17, sinon poursuivez.

10. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, combien de produits (biens ou services) nouveaux ou significativement améliorés votre usine a-t-elle introduits sur le marché?

Nombre d'innovations de produit

1001 a. Nombre de biens nouveaux ou significativement améliorés

1002 b. Nombre de services nouveaux ou significativement améliorés

11. Qui a développé ces innovations de produit (biens ou services) pendant les trois années, **2002 à 2004**?

(Choisissez uniquement l'option la plus pertinente)

- 1101 1 Principalement votre usine ou votre entreprise
 2 Votre usine conjointement avec d'autres entreprises ou organisations
 3 Principalement d'autres entreprises ou organisations

12. Est-ce que votre usine a introduit **AU MOINS UN** produit (bien ou service) nouveaux ou significativement améliorés sur votre marché avant vos concurrents pendant les trois années, **2002 à 2004**?

- 1201 1 Oui
 3 Non ► Veuillez passer à la question 13

Si oui, veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage de votre revenu **pour l'année 2004** provenant des innovations de produits (biens ou services) premières sur le marché introduit pendant les trois années, **2002 à 2004**.

1202 %

13. Est-ce que votre usine a introduit **AU MOINS UN** produit (bien ou service) nouveaux ou significativement améliorés qui était déjà disponible sur votre marché chez vos concurrents pendant les trois années, **2002 à 2004**?

- 1301 1 Oui
 3 Non ► Veuillez passer à la question 14

Si oui, veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage de votre revenu **en l'année 2004** provenant des innovations de produits (biens ou services) déjà sur le marché introduit pendant les trois années, **2002 à 2004**.

1302 %

14. En moyenne, combien de temps il faut à votre usine pour développer un produit (bien ou service) nouveau ou significativement amélioré?

1401 an(s) 1402 mois

15. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, il y a-t-il **AU MOINS UN** de vos produits (biens ou services) nouveaux ou significativement améliorés qui était :

		Oui	Non	Ne sait pas
1501	a. Une première dans votre province/territoire?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1502	b. Une première au Canada?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1503	c. Une première en Amérique du Nord?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1504	d. Une première mondiale?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

16. Au cours des trois années, **2002 à 2004**, est-ce qu'**AU MOINS UN** des produits (biens ou services) nouveaux ou significativement améliorés a été vendu aux industries de ressources naturelles suivantes?

		Oui	Non
1601	a. Foresterie et exploitation forestière	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
1602	b. Industrie manufacturière de produits de bois	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
1603	c. Industrie manufacturière de produit de pâtes et papier ...	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

Innovation de procédé

17. **UNE INNOVATION DE PROCÉDÉ** correspond à la mise en œuvre d'une technologie de production, d'une méthode de distribution ou d'une activité de soutien **nouvelle** ou **significativement améliorée**. L'innovation (nouveau ou amélioration) doit être nouvelle pour votre usine.

Pendant les trois années, **2002 et 2004**, votre usine a-t-elle introduit :

		Oui	Non
1701	a. Des procédés de fabrication ou de production nouveaux ou significativement améliorés pour vos biens ou services	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
1702	b. Des méthodes de logistiques, de fournitures ou de distributions de matières premières nouvelles ou significativement améliorées pour vos biens ou services ...	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
1703	c. Des activités de soutien pour vos procédés nouvelles ou significativement améliorées comme des systèmes d'entretien ou des opérations d'achat, de comptabilité ou de calcul.	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

Si vous avez répondu « Non » à toutes ces questions, passez à la question 20, sinon poursuivez.

18. Qui a développé ces innovations de procédé pendant les trois années, **2002 à 2004**?
(Choisissez *uniquement* l'option la plus pertinente)

- 1801 1 Principalement votre usine ou votre entreprise
2 Votre usine conjointement avec d'autres entreprises ou organisations
3 Principalement d'autres entreprises ou organisations

19. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, il y a-t-il **AU MOINS UN** de vos procédés nouveaux ou significativement améliorés qui était :

		Oui	Non	Ne sait pas
1901	a. Une première dans votre province/territoire?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1902	b. Une première au Canada?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1903	c. Une première en Amérique du Nord?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
1904	d. Une première mondiale?	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Activités d'innovation de produit et / ou de procédé en cours ou abandonnées

20. Est-ce que votre usine avait **AU MOINS UNE** activité de développement d'innovations de produit (bien ou service) ou de procédé qui était encore en cours à la fin de **2004**?

- 2001 1 Oui
3 Non

21. Est-ce que votre usine avait **AU MOINS UNE** activité de développement d'innovations de produit (bien ou service) ou de procédé qui a été abandonnée pendant les trois années, **2002 à 2004**?

- 2101 1 Oui
3 Non

Est-ce que votre usine a introduit AU MOINS UNE innovation nouvelle ou significativement améliorée (produit ou procédé) pendant les trois années, 2002 à 2004? (C.-à-d., est-ce que vous avez répondu « oui » à n'importe quel item dans la question 9 ou la question 17?)

- 2200 1 Oui ► Veuillez passer à la question 23
3 Non ► Veuillez passer à la question 22

22. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, pourquoi votre usine **n'a-t-elle pas** développé ou introduit des produits (biens ou services) ou procédés nouveaux ou significativement améliorés?

		Oui	Non
2201	a. Les innovations ont été complétées avant la période 2002 à 2004.	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2202	b. Le marché ne requière pas de nouveaux produits (biens ou services)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2203	c. Manque de ressources financières pour mener des projets d'innovation	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2204	d. Manque de personnel formé pour mener des projets d'innovation	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2205	e. Autres raisons, <input type="text"/> veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

Veuillez passer à la question 31.

Activités d'innovation

23. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, votre usine a-t-elle participé aux activités d'innovation suivantes?

		Oui	Non
R-D interne (dans l'usine)			
2301	a. Recherche et développement (R-D) liés à des produits (biens ou services) ou à des procédés nouveaux ou significativement améliorés à l'intérieur de votre usine	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
R-D effectués par votre entreprise			
2302	b. Mêmes activités que ci-dessus, mais effectuées par d'autres usines ou laboratoires de R-D de votre entreprise	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
R-D extra-muros			
2303	c. Mêmes activités que ci-dessus, mais effectuées par d'autres entreprises ou par d'autres organisations de recherche publique ou privée et achetée par votre usine ..	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Acquisition de machines, d'équipements et de logiciels			
2304	d. Acquisition de machines de pointe, de matériel informatique ou de logiciels afin de produire des produits (biens ou services) ou des procédés nouveaux ou significativement améliorés	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Acquisition d'autres connaissances externes			
2305	e. Achat de droits pour utiliser des brevets et des inventions non brevetées, du savoir-faire et d'autres types de connaissances à d'autres entreprises ou organisations ...	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Formation			
2306	f. Formation interne ou externe de votre personnel liée directement au développement et/ou à l'introduction de produits (biens ou services) ou de procédés nouveaux ou significativement améliorés	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Introduction d'innovations sur le marché			
Activités de commercialisation liées à la mise sur le marché de produits (biens ou services) nouveaux ou significativement améliorés :		Oui	Non
2307	g. Étude de marché .	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2308	h. Lancement publicitaire	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2309	i. Plan de marketing	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2310	j. Positionnement des produits	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2311	k. Analyse de rentabilité	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2312	l. Étude de faisabilité de projet	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2313	m. Essais d'acceptation des consommateurs	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2314	n. Autre, veuillez préciser : <input type="text"/>	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Commercialisation après le lancement du produit			
Activités pour assurer le succès commercial de vos produits (biens ou services) nouveaux ou améliorés de manière significative :		Oui	Non
2315	o. Publicité après le lancement du produit	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2316	p. Entente de distribution	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2317	q. Partenariat de commercialisation à l'échelle internationale	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2318	r. Rétroaction de la clientèle	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2319	s. Autre, veuillez préciser : <input type="text"/>	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

24 Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des dépenses totales de votre usine **pour l'année 2004** qui ont été allouées **À L'ENSEMBLE** des activités d'innovation décrites à la question 23.

2401 %

Sources d'information et la coopération pour des activités d'innovation

25. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, quelle a été, pour les activités d'innovation de votre usine, l'importance de chacune des sources d'information suivantes? Veuillez indiquer les sources d'information qui vous ont apporté des informations pour de nouveaux projets d'innovation, qui ont permis de mener à bien des projets d'innovation existants ou qui ont permis la commercialisation d'innovation.

Sources d'information

Sources internes

		Degré d'importance			
		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2501	a. Personnel de recherche et développement (R-D)	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2502	b. Personnel de vente et de marketing	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2503	c. Personnel de production	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2504	d. Personnel de gestion	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2505	e. Autres usines ou laboratoires de recherche et développement (R-D) dans votre entreprise	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Sources du marché

		Degré d'importance			
		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2506	f. Fournisseurs d'équipements, de matériel, de composants ou de logiciels	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2507	g. Clients ou consommateurs	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2508	h. Concurrents ou autres entreprises de votre secteur	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2509	i. Consultants	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2510	j. Laboratoires commerciaux ou entreprises de R-D	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Sources institutionnelles

		Degré d'importance			
		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2511	k. Universités ou établissements d'enseignement supérieur	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2512	l. Collèges/ institut de technologie	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2513	m. Laboratoires de recherche du gouvernement fédéral	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2514	n. Laboratoires de recherche des gouvernements provinciaux ou territoires	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2515	o. Instituts de recherche privés à but non lucratif	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Autres sources

		Degré d'importance			
		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2516	p. Conférences, foires commerciales, et expositions	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2517	q. Journaux scientifiques et publications professionnelles/ techniques	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2518	r. Investisseurs (banques, investisseurs en capitale de risques, etc.)	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2519	s. Associations industrielles	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2520	t. Internet	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2521	u. Entrepreneurs et fonceurs expérimentés	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2522	v. Autre, veuillez préciser :	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

26. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, votre usine a-t-elle coopéré avec d'autres entreprises ou institutions pour des activités d'innovation? La coopération en innovation correspond à une participation active avec d'autres entreprises ou organisations à des activités d'innovation. Exclure les travaux réalisés sous contrat en dehors de toute coopération active.

2600 1 Oui

3 Non ► Veuillez passer à la question 29

Si oui, veuillez indiquer les principales raisons, parmi celles qui sont énumérées ci-dessous, qui ont incitées votre usine à participer à des ententes de collaboration afin d'élaborer ou commercialiser des produits (biens ou services) et/ou des procédés nouveaux ou significativement améliorés.

		Oui	Non
Développement des innovations			
2601	a. Partage des coûts du développement des innovations	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2602	b. Accès à la recherche et développement (R-D)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2603	c. Accès à des compétences critiques	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2604	d. Développement des prototypes	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2605	e. Accroissement d'échelle des procédés de production	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Commercialisation des innovations			
2606	f. Accès à de nouveaux marchés	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
2607	g. Accès à de nouveaux réseaux de distribution	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Autres			
2608	h. Autres raisons, veuillez préciser : <input type="text"/>	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

27. Veuillez indiquer le type de partenaire de coopération et son emplacement pendant les trois années, **2002 à 2004**. (Cochez tous ceux qui s'appliquent)

Type de partenaire de coopération	Dans votre province ou territoire	Dans le reste du Canada	États-Unis	Mexique	Europe	Asie / Pacifique	D'autres pays	Ne s'applique pas
2701 a. Autres usines de votre entreprise	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2702 b. Fournisseurs d'équipements, de matériel, de composants ou de logiciels	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2703 c. Clients ou consommateurs	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2704 d. Concurrents ou autres entreprises de votre secteur	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2705 e. Consultants	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2706 f. Laboratoires commerciaux ou entreprises de R-D	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2707 g. Universités ou établissements d'enseignement supérieur	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2708 h. Collèges / Instituts de technologie	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2709 i. Instituts de recherche du gouvernement fédéral	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2710 j. Instituts de recherche des gouvernements provinciaux ou territoriaux	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2711 k. Instituts privés de recherche à but non lucratif	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2712 l. Associations industrielles	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2713 m. Autre type de partenariats, veuillez préciser : <input type="text"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

28 Quel type de partenaire de coopération avez-vous trouvé le plus valorisant pour les activités d'innovation de votre usine?

2801 (Indiquer la lettre correspondante)

Impact de l'innovation

29. Veuillez indiquer un degré d'importance pour les impacts suivants liés à l'introduction de vos innovations de produits (biens ou services) et/ou de procédés entre **2002 et 2004**.

Impacts de l'innovation

Impact orienté produit

Degré d'importance

		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2901	a. Accroissement de la gamme de biens ou de services.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2902	b. Amélioration de la qualité des biens ou des services.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Impact orienté procédé

Degré d'importance

		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2903	c. Accroissement de la flexibilité de la production ou de la fourniture de services.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2904	d. Accroissement de la vitesse à laquelle vos biens et livraisons de services sont fournis.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2905	e. Diminution des coûts de main-d'œuvre par unité produite.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2906	f. Accroissement de la capacité de production ou de fourniture de services.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2907	g. Réduction de matériaux ou d'énergie par unité produite.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Impact sur l'usine

Degré d'importance

		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2908	h. Augmentation de la productivité de l'usine.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2909	i. Permettre l'expansion de l'usine.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2910	j. Améliorer la qualité du travail.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Impact sur le marché

Degré d'importance

		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2911	k. Permettre l'expansion aux nouveaux marchés.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2912	l. Augmentation des profits de l'usine.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2913	m. Augmentation de la part de marché.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2914	n. Permettre le maintien des marges bénéficiaires de l'usine.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2915	o. Permettre le maintien de la position de l'usine par rapport à la concurrence.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2916	p. Augmentation de la visibilité dans le marché.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2917	q. Répondre aux exigences des clientèles existantes.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Autres impacts

Degré d'importance

		Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
2918	r. Réduction de l'impact sur l'environnement.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2919	s. Amélioration de la santé et de la sécurité.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2920	t. Répondre à des dispositions réglementaires.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
2921	u. Autres, veuillez préciser :	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

Problèmes et obstacles

30. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, indiquez l'importance de chacun des problèmes et obstacles qui ont ralenti ou qui ont causé des problèmes à vos activités d'innovation ou à vos projets d'innovation.

Problèmes et obstacles : développement d'innovation	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
3001 a. Manque de moyens financiers au sein de votre usine ou de votre firme pour l'innovation.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3002 b. Manque de moyens financiers en dehors de votre entreprise pour l'innovation	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3003 c. Coûts de l'innovation trop élevés	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3004 d. Manque de personnel qualifié pour travailler sur les projets d'innovation	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3005 e. Manque d'informations sur la technologie	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3006 f. Difficulté à trouver des partenaires de coopération pour l'innovation	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3007 g. Difficulté d'affecter du personnel à des projets destinés à élaborer régulièrement des produits ou des procédés innovants en raison d'impératifs de production.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3008 h. Risque lié à la faisabilité de projets d'innovation	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3009 i. Autre, veuillez préciser :	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>				

Problèmes et obstacles : commercialisation d'innovation	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
3010 j. Marché dominé par des entreprises établies.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3011 k. Incertitude de la demande en biens ou services innovants.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3012 l. Connaissance insuffisante du marché	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3013 m. Effort insuffisant de marketing.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3014 n. Ciblage inapproprié.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3015 o. Présentation inappropriée.....	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3016 p. Manque d'acceptation de la clientèle	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3017 q. Manque des normes dans l'industrie	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3018 r. Manque des normes et réglementations gouvernementales	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
3019 s. Autre, veuillez préciser :	5 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
<input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>				

Droits de propriété intellectuelle et acquisition de la technologie

31. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, veuillez indiquer parmi les méthodes suivantes, lesquelles votre usine a-t-elle utilisées pour protéger sa propriété intellectuelle.

Méthodes formelles		Oui	Non
3101	a. Brevets	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3102	b. Marques de commerce	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3103	c. Droit d'auteur	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3104	d. Ententes de confidentialité	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Méthodes stratégiques			
3105	e. Secrets commerciaux	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3106	f. Complexité de la conception	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3107	g. Être le premier sur le marché	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
Autres			
3208	h. Autre, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
	<input type="text"/>		

32. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage de vos produits (biens ou services) qui était protégé par **des brevets** (en terme de contribution aux revenus totaux) pour **l'année 2004**.

3201 %

33. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage de vos produits (biens ou services) qui était protégé par **des marques de commerce** (en terme de contribution aux revenus totaux) pour **l'année 2004**.

3301 %

34. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, est-ce que votre usine a fait une demande de brevet?

3401 1 Oui
3 Non

35. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, l'usine a-t-elle **acquis des licences** à l'égard de technologies provenant d'autres firmes ou organisations?

(Veuillez exclure les licences de logiciel d'un montant inférieur à 1 000 \$)

3500 1 Oui
3 Non ► Veuillez passer à la question 36

Si oui, veuillez indiquer la source des licences :

		Oui	Non
3501	a. Une entreprise canadienne	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3502	b. Une entreprise étrangère	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3503	c. Une université canadienne	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3504	d. Un hôpital canadien	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3505	e. Un laboratoire du gouvernement fédéral du Canada	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3506	f. Un laboratoire du gouvernement provincial ou territoire	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
3507	g. Autre, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
	<input type="text"/>		

Marché et chaîne de fournisseurs

36. **Pour l'année 2004**, veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) pour votre usine le pourcentage des revenus totaux qui provenait de la vente de produits (biens ou services) dans les industries suivantes :

INDUSTRIES DE RESSOURCES NATURELLES		Pourcentage des revenus totaux	
3601	a. Foresterie et exploitation forestière	<input type="text"/>	%
3602	b. Industrie de fabrication de produits de bois	<input type="text"/>	%
3603	c. Industrie de fabrication de produit de pâtes et papier	<input type="text"/>	%
3604	d. Industries minières	<input type="text"/>	%
3605	e. Industries de l'extraction de pétrole et de gaz.....	<input type="text"/>	%
3606	f. TOUTES AUTRES INDUSTRIES	<input type="text"/>	%
TOTAL		100	%

37. Veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage des dépenses totales sur **les matières premières et composants** de votre usine **en 2004**, qui proviennent des différents emplacements géographiques listés ci-dessous.

(Inclure les fournisseurs qui font partie de votre plus grande entreprise)

		Pourcentage des dépenses totales sur les matières premières et composants	
3701	a. Dans votre province/ territoire	<input type="text"/>	%
3702	b. Dans le reste du Canada	<input type="text"/>	%
3703	c. États-Unis	<input type="text"/>	%
3704	d. Mexique	<input type="text"/>	%
3705	e. Europe	<input type="text"/>	%
3706	f. Asie-Pacifique	<input type="text"/>	%
3707	g. Tous les autres pays	<input type="text"/>	%
TOTAL		100	%

38. **Pour l'année 2004**, est-ce que votre usine a acheté de **nouvelles machineries ou équipements**?

- 3800 1 Oui
 3 Non ► *Veillez passer à la question 39*

Si oui, veuillez estimer le pourcentage des dépenses totales (le mieux que vous pouvez) sur **les machineries et les équipements nouveaux** de votre usine pour **l'année 2004** qui proviennent des différents emplacements géographiques listés ci-dessous.

(Inclure les fournisseurs qui font partie de votre plus grande entreprise)

**Pourcentage
des dépenses totales
sur les machineries et
les équipements**

3801	a. Dans votre province/ territoire	<input type="text"/>	%
3802	b. Dans le reste du Canada	<input type="text"/>	%
3803	c. États-Unis	<input type="text"/>	%
3804	d. Mexique	<input type="text"/>	%
3805	e. Europe	<input type="text"/>	%
3806	f. Asie-Pacifique	<input type="text"/>	%
3807	g. Tous les autres pays	<input type="text"/>	%
	TOTAL	100	%

39. **Pour l'année 2004**, est-ce que votre usine a contracté à l'extérieur pour des **services de R-D**?

(Ne pas inclure la R-D effectuées par d'autres usines ou laboratoires de R-D de votre plus grande entreprise)

- 3900 1 Oui
 3 Non ► *Veillez passer à la question 40*

Si oui, veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) **pour l'année 2004** le pourcentage des dépenses totales sur des **services de R-D** de votre usine qui provenait des différents emplacements géographiques listés ci-dessous.

**Pourcentage
des dépenses totales
sur des services
de R-D**

3901	a. Dans votre province/ territoire	<input type="text"/>	%
3902	b. Dans le reste du Canada	<input type="text"/>	%
3903	c. États-Unis	<input type="text"/>	%
3904	d. Mexique	<input type="text"/>	%
3905	e. Europe	<input type="text"/>	%
3906	f. Asie-Pacifique	<input type="text"/>	%
3907	g. Tous les autres pays	<input type="text"/>	%
	TOTAL	100	%

40. Pendant les trois années, **2002 à 2004**, est-ce que votre usine était un sous-traitant pour d'autre(s) entreprise(s) ou organisation(s)?

(Inclure d'autres usines qui font partie de votre plus grande entreprise)

4000 1 Oui

3 Non ► Veuillez passer à la question 41

Si oui, veuillez estimer (le mieux que vous pouvez) le pourcentage de la valeur totale de production de votre usine qui provient du travail en sous-traitance pour d'autres entreprises ou organisations pendant les trois années **2002 à 2004**.

	Année	Pourcentage
4001	a. 2004	<input type="text"/> %
4002	b. 2003	<input type="text"/> %
4003	c. 2002	<input type="text"/> %

Financement et soutien

41. Pendant les trois années, **2002 et 2004**, est-ce que votre usine a reçu du financement externe?

4100 1 Oui

3 Non ► Veuillez passer à la question 42

Si oui, quelles sources externes ont fourni le financement à votre usine pendant les trois années, **2002 à 2004**?

		Oui	Non
4101	a. Sources conventionnelles (p. ex., banques)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4102	b. Capital de risque canadien	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4103	c. Capital de risque américain	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4104	d. Capital de risque d'autres pays	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4105	e. Investisseurs « anges gardiens »/ famille	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4106	f. Placements privés	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4107	g. Émission initiale publique (EIP)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4108	h. Émission secondaire publique (ESP)	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4109	i. Ententes de collaboration, alliances	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
4110	j. Autre, veuillez préciser :	1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

