



# Enquête sur l'innovation dans l'industrie de la transformation des aliments

### Confidentiel une fois rempli

Données recueillies en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

If you prefer this questionnaire in English, please check [here](#) and return the questionnaire

### Le but de l'enquête

La présente enquête, que Statistique Canada mène pour le compte d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, a pour but de recueillir de nouveaux renseignements statistiques sur la nature et l'étendue de l'innovation créative dans l'industrie canadienne de la transformation des aliments. Les entreprises ou les associations industrielles pourront utiliser les résultats de l'enquête pour étudier le rendement de l'industrie, les ministères et organismes de l'État pour contribuer à l'élaboration de politiques et le milieu universitaire pour des recherches.

### Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et les citoyens du Canada, ses entreprises, ses administrations publiques et d'autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises dans des délais acceptables.

### Votre participation est importante

La participation à l'enquête est volontaire. Votre collaboration est cependant indispensable afin de s'assurer de l'exactitude des données collectées.

### Les données que vous déclarerez demeureront confidentielles

La loi interdit à Statistique Canada de publier ou de diffuser des données susceptibles de révéler des renseignements obtenus grâce à la présente enquête qui se rattachent à une entreprise ou à une personne identifiable. Les données que vous déclarerez dans le questionnaire seront traitées dans la plus stricte confidentialité, serviront à des fins statistiques et ne seront diffusées que sous forme agrégée. Les dispositions sur la confidentialité de la Loi sur la statistique l'emportent sur la Loi sur l'accès à l'information ou sur toute autre disposition législative.

### Qui devrait remplir le questionnaire ?

Un cadre supérieur, un responsable du contrôle de la qualité, un responsable de la recherche et du développement ou une personne bien au fait des produits et des activités générales de l'entreprise devrait remplir le questionnaire. Si vous avez des questions au sujet de l'enquête ou du questionnaire, veuillez communiquer avec la gestionnaire de l'enquête, Shelley Harman, au numéro sans frais 1-877-679-2746 ou par courriel à [shelley.harman@statcan.ca](mailto:shelley.harman@statcan.ca)

### Veuillez fournir les renseignements suivants

Nom du répondant :

Titre du répondant :

Numéro de téléphone :  -  Poste :

### Veuillez, s'il y a lieu, corriger les coordonnées déjà inscrites, en utilisant les cases correspondantes :

002 Nom de l'entreprise	004 Numéro et rue	
005 Ville	006 Province	007 Code postal

## Renseignements généraux

**1. Lequel des marchés ci-après est le marché dominant de cet établissement ?**

Cochez une seule case.

- <sup>1</sup>  Région de l'Atlantique (Terre-Neuve-et-Labrador, Île-du-Prince-Édouard, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick)
- <sup>2</sup>  Région centrale (Québec, Ontario)
- <sup>3</sup>  Région de l'Ouest (Manitoba, Saskatchewan, Alberta, Colombie-Britannique)
- <sup>4</sup>  Marché national du Canada
- <sup>5</sup>  Marché des États-Unis
- <sup>6</sup>  Marché du Mexique
- <sup>7</sup>  Autre marché étranger

**2. Combien de salariés (y compris les employés permanents, saisonniers et occasionnels, mais sans les contractuels) cet établissement a-t-il employés au cours de son dernier exercice se terminant en 2003 ? (Veuillez indiquer votre plus haut niveau pour 2003.)**

Cochez une seule case.

- <sup>1</sup>  Moins de 20
- <sup>2</sup>  20-49
- <sup>3</sup>  50-199
- <sup>4</sup>  200-499
- <sup>5</sup>  500-999
- <sup>6</sup>  1000 et plus

**3. Quelles ont été les ventes totales annuelles provenant de la production d'aliments destinés à la consommation humaine ou animale de votre établissement au cours de l'exercice se terminant en 2003 ?**

Cochez une seule case.

- <sup>1</sup>  0 \$ à 999 999 \$
- <sup>2</sup>  1 000 000 \$ à 4 999 999 \$
- <sup>3</sup>  5 000 000 \$ à 9 999 999 \$
- <sup>4</sup>  10 000 000 \$ à 14 999 999 \$
- <sup>5</sup>  15 000 000 \$ à 19 999 999 \$
- <sup>6</sup>  20 000 000 \$ à 24 999 999 \$
- <sup>7</sup>  25 000 000 \$ +

**4. Quelle est l'activité principale de fabrication d'aliments destinés à la consommation humaine ou animale de votre établissement, selon la proportion du total des ventes annuelles d'aliments ?**

Cochez une seule case.

- <sup>1</sup>  Transformation primaire de **produits agricoles bruts** (p.ex., mouture, abattage d'animaux, transformation de graines oléagineuses)
- <sup>2</sup>  Fourniture de **produits alimentaires semi-préparés pour utilisation dans la transformation secondaire** (p.ex., mélanges à base de farine, garnitures de dessert aux fruits, ingrédients à base de produits laitiers)
- <sup>3</sup>  Fabrication de produits **alimentaires prêts pour la consommation humaine ou animale** (p.ex., céréales de table, repas congelés, aliments en boîte, saucisses, vinaigrettes, des aliments pour animaux domestiques)
- <sup>4</sup>  Autres, *veuillez préciser*

## Renseignements généraux - fin

**5. Veuillez indiquer la répartition en pourcentage du total des ventes annuelles d'aliments de votre établissement aux marchés suivants, au cours de l'exercice se terminant en 2003.**

*Veuillez remplir pour tous les pays et toutes les régions applicables.*

- a. Canada  %
- b. États-Unis  %
- c. Mexique  %
- d. Europe  %
- e. Asie  %
- f. Autres pays  %
- Total**  100 % [Le total de (a) à (f) doit donner 100 %]

**6. Veuillez indiquer quels sont les propriétaires majoritaires dans votre entreprise.**

*Cochez une seule case.*

- <sup>1</sup>  Canadiens
- <sup>2</sup>  Américains
- <sup>3</sup>  Mexicains
- <sup>4</sup>  Européens
- <sup>5</sup>  Asiatiques
- <sup>6</sup>  Autres
- <sup>7</sup>  Ne sais pas

**7. Quelle est la structure de propriété de votre société ?**

*Cochez une seule case.*

- <sup>1</sup>  Société privée
- <sup>2</sup>  Société publique
- <sup>3</sup>  Entreprise à propriétaire unique
- <sup>4</sup>  Société de personnes non constituée en société
- <sup>5</sup>  Autre, veuillez préciser

## Environnement concurrentiel

8. Veuillez évaluer dans quelle mesure chacun des facteurs suivants a restreint la compétitivité de votre établissement au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003.

Facteur	Effet			
	Ne s'applique pas à cette entreprise	Mineur	Modéré	Majeur
a. Inaccessibilité/ non-disponibilité de produits agricoles bruts à prix concurrentiel pour la transformation	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
b. Fusions et acquisitions par des entreprises concurrentes	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
c. Consolidation des fournisseurs d'équipement et/ou fournisseurs de produits d'emballage	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
d. Consolidation des détaillants et/ou des grossistes en alimentation	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
e. Accès restreint aux canaux de distribution à cause des droits d'inscription, de l'exclusivité, etc.	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
f. Exigences plus rigoureuses de la part des acheteurs/ normes plus strictes en ce qui a trait à la salubrité et la qualité des aliments	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
g. Exigences plus pointues de la part des acheteurs/ pratiques plus rigoureuses pour ce qui est de l'environnement	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
h. Règles concernant la salubrité des aliments dépassées/inflexibles (ACIA, USDA, etc.)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
i. Manque de règles concernant la salubrité des aliments/normes nationales	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
j. Augmentation de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

9. Veuillez évaluer l'intensité de la concurrence de votre industrie dans les domaines suivants :

Facteur	Intensité de la concurrence			
	Ne s'applique pas à cette entreprise	Faible	Moyenne	Élevée
a. Prix du produit	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
b. Qualité du produit	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
c. Capacité de s'adapter aux besoins des clients	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
d. Service à la clientèle	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
e. Adaptation des produits	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
f. Offre d'une vaste gamme de produits connexes	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
g. Lancements fréquents de produits nouveaux/améliorés	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

## Environnement concurrentiel - fin

### 10. En fonction de quel facteur votre établissement fait-il principalement concurrence ?

(Veuillez répondre en fonction de votre gamme principale de produits.)

Cochez une seule case.

- 1  Prix du produit
- 2  Qualité du produit
- 3  Capacité de s'adapter aux besoins des clients
- 4  Service à la clientèle
- 5  Adaptation des produits de consommation
- 6  Offre d'une vaste gamme de produits connexes
- 7  Lancements fréquents de produits nouveaux/améliorés

### 11. Actuellement, d'où provient la concurrence la plus élevée sur le marché intérieur pour ce qui est des principaux produits de votre établissement ?

Cochez une seule case.

- 1  Autres produits réalisés au Canada
- 2  Importations en provenance des États-Unis
- 3  Importations en provenance du Mexique
- 4  Autres importations

### 12. Dans quelle mesure les prix de vos principaux produits alimentaires se comparent-ils à ceux de vos principaux concurrents ? Par rapport aux prix de nos principaux concurrents, nos prix sont généralement :

Cochez une seule case.

- 1  Plus de 10% plus bas
- 2  Moins de 10% plus bas
- 3  À peu près les mêmes
- 4  Moins de 10% plus hauts
- 5  Plus de 10% plus hauts
- 6  Ne sais pas

## Recherche-développement

La **recherche** est une investigation originale systématique, par voie d'expérimentation et/ou d'analyse, pour acquérir des connaissances. Le **développement** est l'application des résultats de la recherche ou d'autres connaissances scientifiques à la création de produits et de procédés nouveaux. La recherche-développement (R-D) **comprend** la production de prototypes et la mise à l'échelle, mais **exclut** la production commerciale finale du nouveau produit ou l'utilisation commerciale du nouveau procédé.

### 13. Votre établissement a-t-il fait lui-même ou fait faire de la recherche-développement (R-D) au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003? (Veuillez noter : La R-D exclut également : les études de marché et la promotion des ventes; le contrôle de qualité par l'analyse et les essais de routine des produits; la recherche en sciences sociales; et la collecte de données de routine.)

- 1  Oui
- 2  Non → passez à la question 15

### 14. Lesquelles des activités de R-D ci-après votre établissement a-t-il menées à l'intérieur de vos installations au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?

- a. R-D en laboratoire → 1  Oui 2  Non
- b. Production de prototypes et mise à l'échelle → 1  Oui 2  Non

Aux fins de la présente enquête, les **innovations en produits** sont des biens et services lancés par votre société, dont les caractéristiques fondamentales ou la destination sont **nouvelles ou sensiblement différentes** des autres produits ou services produits par votre industrie en Amérique du Nord. Les innovations en produits peuvent être le fait de l'élaboration de nouveaux produits de marque, de la modification **importante** de produits existants ou de l'achat du droit de produire/copier des produits qui ne sont pas déjà en vente en Amérique du Nord, mais peuvent se trouver ailleurs dans le monde.

**15. Votre établissement a-t-il mis sur le marché des innovations en produits au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

(Veuillez noter : Il faut exclure les changements aux produits existants de votre établissement qui ne comportent que des modifications et/ou une différenciation mineures, p.ex., le lancement d'un arôme courant (p.ex., chocolat), ou d'ingrédients (p.ex., noix, raisins,), ou un changement d'ordre esthétique à l'emballage (p.ex., taille ou forme) ne constitue pas de l'innovation en produits.)

- 1  Oui
- 2  Non → passez à la question 22

**16. Combien d'innovations en produits votre établissement a-t-il faites au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

Cochez une seule case.

- 1  1-2
- 2  3-5
- 3  6-10
- 4  11-20
- 5  plus de 20

**17. Veuillez indiquer la méthode que votre établissement utilise le plus souvent pour élaborer des innovations en produits.**

Cochez une seule case.

- 1  Achat du droit de produire et de vendre les produits en Amérique du Nord
- 2  Copie de produits disponibles ailleurs, mais pas en Amérique du Nord
- 3  Adaptation, amélioration ou modification importante de produits existants
- 4  Élaboration de produits complètement nouveaux
- 5  Autres, veuillez préciser

**18. En moyenne, au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003, quel pourcentage des ventes totales annuelles de votre établissement au titre de la production alimentaire est venu des innovations en produits introduit durant cette même période ?**

Cochez une seule case.

- 1  Moins de 5%
- 2  5 % - 9 %
- 3  10 % - 19 %
- 4  20 % - 49 %
- 5  Plus de 50 %
- 6  Ne sais pas

**19. En général, les marges sur vos innovations récentes de produits sont-elles supérieures à celles des produits traditionnels de votre établissement ?**

- 1  Oui
- 2  Non

Il faut répondre aux deux questions suivantes pour votre plus récente innovation en produits seulement.

**20. Comment votre plus récente innovation en produits a-t-elle été élaborée ?**

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1  R-D en laboratoire dans cet établissement
- 2  R-D en laboratoire de votre société mère en dehors de cet établissement
- 3  R-D en laboratoire impartie à d'autres sociétés
- 4  Recours à des prototypes, à la mise à l'échelle, et des services de génie fournis par cet établissement
- 5  Collaboration avec d'autres entreprises/établissements en amont et en aval de la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire
- 6  Collaboration avec des fournisseurs de produits d'emballage et d'équipement
- 7  Octroi de licences/ copie de produits offerts en dehors de l'Amérique du Nord
- 8  Autres, veuillez préciser

**21. Quel était le principal objectif de la plus récente innovation en produits de votre établissement dans les trois domaines ci-après ?**

Cochez une seule case.

**Expansion de produits**

- 1  Remplacer des produits éliminés
- 2  Ajouter un nouveau produit aux gammes de produits existantes
- 3  Créer une différenciation et une marque de produit supérieures
- 4  Sans objet

Cochez une seule case.

**Expansion du marché**

- 1  Ouvrir de nouveaux marchés intérieurs
- 2  Ouvrir de nouveaux marchés étrangers
- 3  Accroître la part de marché
- 4  Sans objet

Cochez une seule case.

**Caractéristiques des produits**

- 1  Améliorer les aspects de salubrité des aliments
- 2  Réduire les incidences négatives sur l'environnement (p.ex., choix d'emballage)
- 3  Répondre aux normes/exigences de l'acheteur
- 4  Sans objet

Aux fins de la présente enquête, les **innovations en procédés** comprennent les techniques de production, les procédés de production, la surveillance des systèmes et les procédés de biotechnologie lancés par votre entreprise qui sont **nouveaux dans votre industrie en Amérique du Nord**. Les innovations en procédés peuvent être lancées par la création d'équipement, de techniques ou de procédés entièrement nouveaux, par la modification **importante** d'équipement, de techniques et de procédés existants ou par l'achat du droit d'utiliser/la copie d'équipement, de techniques et de procédés qui ne sont pas déjà utilisés dans votre industrie en Amérique du Nord.

**22. Votre établissement a-t-il fait des innovations en procédés au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

(Veuillez noter : **Exclure** les achats d'équipement qui est facilement disponible sur le marché ou qui est déjà utilisé par d'autres entreprises dans votre industrie en Amérique du Nord et les modifications mineures au équipement et aux procédés existants qui n'améliorent pas considérablement la performance.)

- 1  Oui
- 2  Non → passez à la question 27

## Innovation créative - suite

**23. Combien d'innovations en procédés votre établissement a-t-il faites au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

Cochez une seule case.

- 1  1  
2  2-3  
3  4-5  
4  5+

**24. Veuillez indiquer la méthode que votre établissement utilise le plus souvent pour élaborer des innovations en procédés.**

Cochez une seule case.

- 1  Achat du droit d'équipement/ des technologies/ des systèmes en Amérique du Nord, et utilisation inédite de ceux-ci  
2  Copie d'équipement/ de technologies/ de procédés utilisés ailleurs, mais pas en Amérique du Nord  
3  Adaptation, amélioration ou modification importante d'équipement/ de technologies/ de systèmes existants  
4  Production d'équipement/ de technologies/ de systèmes entièrement nouveaux  
5  Autres, veuillez préciser

Il faut répondre aux deux questions suivantes par rapport à votre plus récente innovation en procédés seulement.

**25. Comment votre plus récente innovation en procédés a-t-elle été élaborée ?**

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1  Entreprise de R-D en laboratoire dans cet établissement  
2  Recours à la R-D en laboratoire mené par votre société mère en dehors de cet établissement  
3  Recours à la R-D en laboratoire impartie à d'autres entreprises  
4  Recours à des prototypes, à la mise à l'échelle, et des services de génie fournis par cet établissement  
5  Collaboration avec d'autres entreprises/établissements en amont et en aval de la chaîne d'approvisionnement agroalimentaire  
6  Collaboration avec des fournisseurs de produits d'emballage et d'équipement  
7  Octroi de licences/ copie d'équipement/ de technologies/ de systèmes utilisés par votre industrie en dehors de l'Amérique du Nord  
8  Octroi de licences/ copie d'équipement/ de technologies/ de systèmes utilisés par d'autres industries, mais pas la vôtre  
9  Autres, veuillez préciser



## Innovation créative - fin

26. Selon votre évaluation, quel a été l'effet de la **plus récente** innovation en procédés de votre établissement dans les domaines suivants.

Innovation en procédés	Effet				
	Ne s'applique pas à cette entreprise	S'applique mais Sans effet	Mineur	Modéré	Majeur
a. Amélioration de la souplesse de production	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
b. Amélioration de la productivité/réduction du coût de production	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
c. Création de la capacité de produire un nouveau produit	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
d. Amélioration de la capacité de vous conformer aux exigences/normes de l'acheteur	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
e. Amélioration de la salubrité/ qualité/ uniformité du produit	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
f. Amélioration de la capacité de vous conformer aux normes/ règlements en matière d'environnement	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>

27. Quel pourcentage du total des dépenses brutes de votre établissement à la fabrication d'aliments a été consacré aux activités d'innovation créatives, en moyenne, au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?

(Cela comprend les dépenses pour la recherche-développement en laboratoire, la production de prototypes, la mise à l'échelle de projets pilotes, et les activités de formation qui sont reliées aux nouveaux produits et procédés.)

Cochez une seule case.

- 1  Aucun
- 2  Moins de 1%
- 3  1 % - 5 %
- 4  6 % - 10 %
- 5  Plus de 10 %

## Renseignements sur la société



### Important : À lire attentivement!

Les questions ci-après ont pour objet de recueillir de l'information au plus haut niveau de déclaration pour votre entreprise. Si cet établissement appartient à une société mère, veuillez répondre au RESTE du questionnaire (au mieux de votre connaissance) au nom de votre société mère immédiate. (Nota: Il n'est pas nécessaire de transmettre le questionnaire au siège social pour le faire remplir. Si vous ignorez la réponse à une question, cochez [Ne sais pas]).

Si cet établissement représente la totalité de la société (c.-à-d. qui n'a pas de société mère ni d'autre siège social), veuillez continuer de répondre aux questions au nom de votre établissement, comme vous avez répondu à la première partie du questionnaire.

## Recherche-développement (R-D) de la société

28. En comptant cet établissement, veuillez indiquer tous les pays et toutes les régions où votre société a des unités de production et/ou des unités de R-D de laboratoire.

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent dans les 2 colonnes.

	Unités de production	Unités de R-D de laboratoire
a. Canada	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
b. États-Unis	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
c. Mexique	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
d. Europe	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
e. Asie	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
f. Autre	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
g. Ne sais pas	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>

## Recherche-développement (R-D) de la société - fin

29. À quelle fréquence votre société mène-t-elle des activités de R-D en laboratoire ?

Cochez une seule case.

- 1  Jamais → passez à la question 31
- 2  Continuellement
- 3  À l'occasion
- 4  Ne sais pas

30. Veuillez indiquer le nombre et le pourcentage d'employés de votre société qui ont pris part à des activités de R-D en laboratoire au cours du dernier exercice se terminant en 2003 ?

Cochez une seule case par colonne.

**A. Nombre**

- 1  Aucun
- 2  Moins de 20
- 3  20-49
- 4  50-199
- 5  200 ou plus
- 6  Ne sais pas

**B. Pourcentage**

- 1  0 %
- 2  Moins de 3 %
- 3  3-10 %
- 4  11-20 %
- 5  21 % ou plus
- 6  Ne sais pas

31. Votre société est-elle formée de ce seul établissement ?

(Cochez « OUI » si vous n'avez pas de société mère et si votre société n'a pas d'autres établissements/ divisions que cet établissement particulier.)

- 1  Oui → passez à la question 33
- 2  Non

32. Cet établissement a-t-il le pouvoir de prendre des décisions d'investir/de faire une innovation en produits ou en procédés sans l'approbation du siège social (c.-à-d. votre société mère) ?

Cochez une seule case par catégorie.

- a. Innovation en produits    1  Oui    2  Non
- b. Innovation en procédés    1  Oui    2  Non

## Activités d'appui à l'innovation créative

33. Veuillez indiquer les différents groupes avec lesquels votre entreprise a collaboré en vue de faire des innovations au chapitre des produits et/ou des processus au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003, y compris celles qui n'ont pas encore été introduites sur le marché.

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

	Innovations en produits	Innovations en procédés
a. Fournisseurs/organismes de produits agricoles bruts	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
b. Fournisseurs d'ingrédients alimentaires	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
c. Fournisseurs d'équipement	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
d. Fournisseurs de produits d'emballage	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
e. Détaillants/grossistes en alimentation	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
f. Exploitants de services alimentaires	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
g. Concurrents	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
h. Experts-conseils	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
i. Laboratoires commerciaux/ entreprises de R-D	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
j. Universités et collèges	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
k. Centres de recherche fédéraux/provinciaux	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
l. Établissements de recherche privés	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
m. Aucune de ces réponses	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
n. <b>Sans objet- N'a pas introduit de produits ou de processus novateurs</b> <sup>3</sup> <input type="radio"/> → <b>veuillez passer à la question 43</b>		

Si cette entreprise n'a PAS introduit de produits ou de processus novateurs au cours des trois derniers exercices financiers (c.-à-d. a répondu "non" aux questions 15 et 22, veuillez passer à la question 43; sinon, veuillez passer à la question 34.

34. Votre société a-t-elle utilisé l'une ou l'autre des méthodes ci-après pour protéger les innovations en produits/procédés qu'elle a faites au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1  Enregistrement d'un dessin industriel
- 2  Marque de commerce
- 3  Brevet
- 4  Accord de confidentialité/secret commercial
- 5  Droit d'auteur
- 6  Avantage-temps sur les concurrents (p.ex., première sur le marché)
- 7  Regroupement d'innovations avec d'autres produits ou services
- 8  Ne sais pas

35. Combien de brevets votre société a-t-elle demandés au cours des trois dernières années ?

- a. Nombre au Canada
- b. Nombre aux États-Unis
- c. Nombre dans d'autres pays
- d. Aucun <sup>1</sup>
- e. Ne sais pas <sup>2</sup>

## Soutien et programmes de l'état

36. Veuillez évaluer l'importance de chacune des sources de soutien suivantes quant aux activités d'innovation de votre entreprise au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003.

Source de soutien	Importance					
	Pas utilisée	Utilisé mais Sans importance	Faible	Moyenne	Élevée	Ne sais pas
a. <b>Crédits d'impôt</b> pour R-D (p. ex., Programme de recherche scientifique et développement expérimental (RS&DE))	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
b. <b>Subventions</b> de R-D du gouvernement (p. ex., Programme de partage des fonds à l'investissement (PPFI) et les Programmes d'aide à l'innovation (PARI))	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
c. Aide gouvernementale pour le <b>financement</b> (p.ex., Banque de développement du Canada, Financement agricole Canada)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
d. <b>Centres de recherche</b> du gouvernement (p.ex., Conseil national de recherches)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
e. <b>Aide à l'expansion des exportations</b> (p.ex., Société pour l'expansion des exportations)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
f. <b>Programmes de formation</b> subventionnés par le gouvernement	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>

## Obstacles à l'innovation

37. Veuillez évaluer l'incidence négative des facteurs suivants, limitant la capacité de votre société à mettre en œuvre des innovations.

Facteurs financiers	Effet				
	Ne s'applique pas à cette entreprise	Faible	Modéré	Élevé	Ne sais pas
a. Manque de liquidités autogénérées	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
b. Manque de financement par actions (y compris capital de risque)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
c. Manque de financement par emprunt	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
d. Longue période de gestation de l'innovation	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
<b>Facteurs internes</b>	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
e. Manque de capacité de marketing	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
f. Résistance de l'entreprise / de la direction à l'innovation	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
g. Manque de champions (générateurs) d'idées	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
<b>Autres facteurs</b>	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
h. Pénuries de travailleurs qualifiés	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
i. Rigidité des règlements ou des normes	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
j. Difficulté de négocier des droits clairs de propriété intellectuelle (PI)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
k. Absence d'acceptation au niveau du détail ou d'accès aux canaux de distribution	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>

38. Votre société a-t-elle tenté de mobiliser des capitaux spécifiquement pour l'innovation au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?

1  Oui

2  Non → passez à la question 43

## Obstacles à l'innovation - fin

39. Votre société a-t-elle réussi à atteindre son objectif de mobilisation de fonds ?

- 1  Oui  
2  Non

40. Quelle a été la principale source des capitaux mobilisés ?

Cochez une seule case.

- 1  Capital de risque basé au Canada  
2  Capital de risque basé aux États-Unis  
3  Autre capital de risque basé à l'étranger  
4  Investisseurs providentiels / famille / amis  
5  Placement Initial de Titres (PIT) en bourse  
6  Émissions d'actions à la suite du Placement Initial de Titres (PIT)  
7  Entreprise commune  
8  Banques, coopératives de crédit  
9  Sources gouvernementales  
10  Ne sais pas  
11  Autres, veuillez préciser

41. Votre société s'est-elle vu refuser une partie ou la totalité des fonds demandés à une source quelconque lorsqu'elle a mobilisé des capitaux pour l'innovation ?

- 1  Oui  
2  Non → passez à la question 43

42. Quelles raisons les prêteurs ont-ils données pour refuser une partie ou la totalité de votre demande de capitaux ?

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.

- 1  Capital non disponible à cause des conditions du marché  
2  Plus ample développement ou validation du principe à fournir  
3  Le prêteur ne finance pas de projets de développement  
4  Pas de propriété intellectuelle  
5  Pas de planification stratégique à long terme  
6  Pas d'analyse de marketing  
7  Ne satisfait pas aux critères de prêt  
8  Manque de documentation appuyant les projections  
9  Autre

## Restructuration des relations d'affaires

On dit qu'il y a **restructuration des relations d'affaires** lorsqu'une société modifie sa façon de transiger avec d'autres sociétés/établissements, soit pour offrir aux clients un produit qui correspond davantage aux caractéristiques qu'ils désirent, soit pour réduire considérablement les coûts.

**43. Votre société a-t-elle restructuré ou modifié des relations d'affaires qui ont touché votre établissement au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

- 1  Oui
- 2  Non → Allez à la fin du questionnaire

**44. Veuillez déterminer comment votre société a modifié sa (ou ses) relation(s) d'affaires quant à cet établissement au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003.**

*Cochez toutes les réponses qui s'appliquent.*

- 1  Participé à des alliances stratégiques, des coentreprises ou des chaînes de valeur
- 2  Fait de l'intégration verticale (c.-à-d. en fusionnant et/ou en acquérant d'autres maillons de votre chaîne d'approvisionnement)
- 3  Désinvesti dans des industries d'amont / d'aval
- 4  Conclu des contrats précisant les exigences relatives à la production d'intrants agricoles à l'état brut (c.-à-d. des contrats précisant les aliments/soins des animaux, la méthode de production des cultures, les variétés cultivées, l'utilisation d'intrants, etc.)
- 5  Recours davantage à des fournisseurs externes pour les fonctions de soutien (logistique, technologie de l'information, ressources humaines, services à la clientèle, finances/comptabilité)
- 6  Autres, veuillez préciser

**45. Quel a été le principal objectif de votre société dans la restructuration de sa (ou ses) relation(s) d'affaires quant à cet établissement au cours des trois derniers exercices se terminant en 2003 ?**

*Cochez une seule case.*

- 1  Mettre l'accent sur l'offre de produits à bon prix représentant une bonne valeur pour le consommateur
- 2  Mettre l'accent sur de nouveaux marchés ou canaux
- 3  Améliorer la différenciation et l'image de marque des produits
- 4  Améliorer la salubrité des aliments
- 5  Réaliser des produits et procédés écologiques
- 6  Autres, veuillez préciser

## Restructuration des relations d'affaires - fin

46. Veuillez évaluer l'incidence de la restructuration de la (ou des) relation(s) d'affaires de la société quant à cet établissement sur les domaines commerciaux ci-après.

Domaine commercial	Effet			
	Ne s'applique pas à cette entreprise	Mineur	Modéré	Majeur
a. Amélioration des interactions avec les clients	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
b. Amélioration de la capacité d'approvisionnement en produits agricoles bruts et ingrédients alimentaires	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
c. Amélioration des interactions avec les fournisseurs de produits non agricoles (c.-à-d. fournisseurs d'équipement, de produits d'emballage et de produits alimentaires transformés)	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
d. Augmentation de l'efficacité du transport et de l'efficacité logistique	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
e. Amélioration de l'utilisation de capital / capacité	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
f. Amélioration de l'utilisation des intrants en matières premières	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
g. Amélioration des capacités de pistage	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
h. Amélioration de l'accès aux technologies de pointe	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
i. Amélioration du contrôle des stocks	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
j. Amélioration de la part de marché	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
k. Amélioration de la capacité d'attirer des travailleurs qualifiés	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
l. Maintien / amélioration des exportations	0 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

