

Division des petites entreprises et enquêtes spéciales



Enquête sur le secteur de la géomatique, 2004

CONFIDENTIEL une fois rempli

Renseignements recueillis en vertu de la *Loi sur la statistique*,
Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

Au besoin veuillez corriger les
renseignements de l'étiquette :

Raison sociale de l'établissement :

Adresse :

Ville

Province :

Code postal :

Objet de l'enquête

Statistique Canada, en partenariat avec Ressources naturelles Canada, mène une enquête en vue de produire de nouvelles données statistiques sur les entreprises ayant des activités de géomatique au Canada. Les données de cette enquête seront utilisées par Ressources naturelles Canada pour déterminer la position concurrentielle de l'industrie, ainsi que ses besoins en matière de politiques et programmes du gouvernement fédéral.

Votre participation est importante et appréciée

L'enquête est menée en vertu de la *Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19*. La loi stipule qu'il est obligatoire de remplir le questionnaire.

Les données que vous déclarez sont confidentielles

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser des données de l'enquête qui permettraient de révéler des renseignements sur un répondant. Les données déclarées restent strictement confidentielles et servent aux seules fins statistiques. Les dispositions de la *Loi sur la statistique* qui traitent de la confidentialité ne sont modifiées d'aucune façon par la *Loi sur l'accès à l'information* ou toute autre loi.

Entente de partage de données

En vertu de l'article 12 de la *Loi sur la statistique*, Statistique Canada a conclu une entente avec Ressources naturelles Canada pour le partage des données de l'enquête. Ressources naturelles Canada n'aura pas accès à vos nom et adresse ni à d'autres données repères, assurera la confidentialité de tout autre renseignement et les utilisera aux seules fins statistiques. En vertu de l'article 12, vous pouvez vous opposer par écrit au partage des données vous concernant auprès du statisticien en chef du Canada, en joignant votre lettre d'objection au questionnaire dûment rempli.

Renvoi du questionnaire rempli

Veuillez remplir le questionnaire et le retourner dans l'enveloppe préadressée et préaffranchie ci-jointe, dans les 20 jours suivant sa réception. Si vous avez besoin d'aide pour répondre au questionnaire, veuillez contacter la Division des petites entreprises et des enquêtes spéciales au 1-866-888-0379, par télécopieur au 1-866-222-6023, ou par courriel à l'adresse suivante : pees-info@statcan.ca.

Veuillez fournir les renseignements suivants :

Nom du répondant :

Titre/poste :

Numéro de téléphone :

poste :

Numéro de télécopieur :

Courriel

5-5200-7.2: 2005-05-09 SQC/SPE-524-75394



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

La géomatique englobe les activités, produits ou services technologiques et scientifiques servant à :

- la collecte, l'intégration, l'interprétation, l'analyse et la gestion de données relatives à un lieu (données géospatiales); et
- l'élaboration d'outils servant à appuyer ces activités.

Activité commerciale principale

1. Veuillez indiquer le niveau de participation de votre établissement aux activités de géomatique suivantes, pour la période allant du 1^{er} janvier 2004 au 31 décembre 2004 (ou pour votre exercice financier comprenant la plus grande partie de l'année 2004).

Activités de géomatique	Activité de base	Activité secondaire	Ne s'applique pas
a. Arpentage, levés et prospection (arpentage foncier, levés cadastraux, levés terrestres, levés hydrographiques, levés de génie civil, levés géophysiques, levés topographiques, levés miniers, levés marins, etc.)	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
b. Établissement de cartes et cartographie (photogrammétrie, cartographie, cartes géophysiques, etc.)	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
c. Géodésie, navigation et positionnement (y compris le Système de positionnement global, SPG, ou <i>GPS en anglais</i>)	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
d. Télédétection (aérienne, par satellite, radar, lidar, etc.)	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
e. Gestion des données géospatiales (y compris le Système d'information géographique, SIG)	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
f. Services de conseils en géomatique	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
g. Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃
h. Autres domaines de la géomatique : veuillez préciser	<input type="radio"/> O ₁	<input type="radio"/> O ₂	<input type="radio"/> O ₃

Profil de l'effectif

2. Veuillez indiquer le nombre moyen d'employés de cet établissement durant la période de déclaration (c'est-à-dire, entre le 1^{er} janvier 2004 et le 31 décembre 2004, ou encore, votre exercice financier qui comprend la plus grande partie de l'année 2004).

	Nombre de personnes
a. Associés et propriétaire actifs de cet établissement	1
b. Employés à temps plein (ceux qui ont travaillé 30 heures ou plus par semaine)	2
c. Employés à temps partiel (ceux qui ont travaillé moins de 30 heures par semaine)	3
d. Employés contractuels et consultant embauchés au cours de l'année, et les étudiants réalisant un stage dans le cadre d'un programme d'études coopératif	4
e. Bénévoles et employés non rémunérés	5
EFFECTIF TOTAL (somme des items a. à e.)	6

3. Veuillez estimer la proportion des employés de cet établissement qui ont consacré du temps à la production de biens et à la prestation de services géomatiques. Votre meilleure estimation est acceptable.

%

4. Quel pourcentage des employés de votre établissement travaillent dans chacun des domaines suivants?

Activités de géomatique	Pourcentage
a. Arpentage, levés et prospection (arpentage foncier, levés cadastraux, levés terrestres, levés hydrographiques, levés de génie civil, levés géophysiques, levés topographiques, levés miniers, levés marins, etc.)	1
b. Établissement de cartes et cartographie (photogrammétrie, cartographie, cartes géophysiques, etc.)	2
c. Géodésie, navigation et positionnement (y compris le Système de positionnement global, SPG, ou <i>GPS en anglais</i>)	3
d. Télédétection (aérienne, par satellite, radar, lidar, etc.)	4
e. Gestion des données géospatiales (y compris SIG)	5
f. Services de conseils en géomatique	6
g. Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	7
h. Autres domaines de la géomatique. Veuillez préciser _____	8
Activités autres que de géomatique	9

100%

5. **Votre établissement a-t-il de la difficulté à embaucher des employés ayant les compétences appropriées en géomatique ?**
 1 Oui 2 Non 3 Ne s'applique pas
6. **À votre avis, est-ce qu'il y a un manque de personnes ayant les compétences appropriées en géomatique au Canada?**
 1 Oui 2 Non 3 Ne sait pas
7. **À votre avis, le secteur de la géomatique a-t-il de la difficulté à garder ses employés qualifiés au Canada?**
 1 Oui 2 Non 3 Ne sait pas
8. **Veuillez indiquer le nombre d'employés ayant les niveaux suivants de scolarité.**
 Veuillez indiquer uniquement le niveau de scolarité le plus élevé atteint.

	Nombre d'employés en <u>géomatique</u>	Nombre d'employés qui ne sont pas en <u>géomatique</u>
a. N'a pas complété d'études secondaires		
b. Études secondaires		
c. Diplôme collégial		
d. Diplôme universitaire (baccalauréat, maîtrise, doctorat)		

Revenus

9. Veuillez indiquer les revenus **BRUTS** de cet établissement, de même que les revenus attribuables à la vente de biens ou de services **GÉOMATIQUES**.

Année	Revenus bruts (\$ CAN)	Revenus en géomatique (\$ CAN)
2004		
2003		
2002		

10. Quelle portion de vos revenus BRUTS en 2004 est attribuable à chacun des biens et services géomatiques suivants?

Activités de géomatique	(\$ CAN)
a. Arpentage, levés ou prospection (arpentage foncier, levés cadastraux, levés terrestres, prospection hydrographique, levés géophysiques, levés topographiques, levés de génie civil, levés miniers, levés marins, etc.)	1
b. Établissement de cartes et cartographie (photogrammétrie, cartographie, cartes géophysiques, etc.)	2
c. Géodésie, navigation et positionnement (y compris le Système de positionnement global, SPG, ou <i>GPS en anglais</i>)	3
d. Télédétection (aérienne, par satellite, radar, lidar, etc.)	4
e. Gestion des données géospatiales (y compris SIG)	5
f. Services de conseils en géomatique	6
g. Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	7
h. Autres activités de géomatique : veuillez préciser	8
Activités autres que de géomatique	9

Emplacement des clients

11. Veuillez indiquer le pourcentage des revenus BRUTS de cet établissement en 2004 déclarés à la question 9, selon l'emplacement des clients auxquels étaient destinés les biens ou les services. Votre meilleure estimation est acceptable.

Clients à l'intérieur du Canada	Pourcentage
Terre-Neuve-et-Labrador	1
Île-du-Prince-Édouard	2
Nouvelle-Écosse	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut	11
Clients à l'extérieur du Canada (exportations)	
États-Unis	12
Mexique	13
Amérique centrale	14
Amérique du Sud	15
Europe	16
Afrique	17
Moyen Orient	18
Australie, Nouvelle-Zélande	19
Chine	20
Inde	21
Autres pays asiatiques	22
Tous les autres pays	23

TOTAL DES REVENUS

100%

Si vos revenus en géomatique déclarés à la question 9 sont égaux à vos revenus bruts, veuillez passer à la question 13.

12. Veuillez indiquer le pourcentage des revenus en GÉOMATIQUE de cet établissement en 2004 selon l'emplacement des clients auxquels étaient destinés les biens ou les services. *Votre meilleure estimation est acceptable.*

Clients à l'intérieur du Canada	Pourcentage
Terre-Neuve-et-Labrador	1
Île-du-Prince-Édouard	2
Nouvelle-Écosse	3
Nouveau-Brunswick	4
Québec	5
Ontario	6
Manitoba	7
Saskatchewan	8
Alberta	9
Colombie-Britannique	10
Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut	11
Clients à l'extérieur du Canada (exportations)	
États-Unis	12
Mexique	13
Amérique centrale	14
Amérique du Sud	15
Europe	16
Afrique	17
Moyen Orient	18
Australie, Nouvelle-Zélande	19
Chine	20
Inde	21
Autres pays asiatiques	22
Tous les autres pays	23

TOTAL DES REVENUS EN GÉOMATIQUE **100%**

13. Veuillez indiquer le pourcentage des revenus en GÉOMATIQUE de cet établissement en 2004, selon les secteurs suivants auxquels étaient destinés les biens ou les services géomatiques. *Votre meilleure estimation est acceptable.*

Secteur	Pourcentage
a. Particuliers et ménages	1
b. Entreprises	2
c. Tous les paliers de gouvernements et les institutions publiques (hôpitaux, écoles, etc.)	3
d. Organisations non gouvernementales (ONG)	4
e. Autre, veuillez préciser _____	5

100%

14. Veuillez indiquer le pourcentage des revenus en GÉOMATIQUE de cet établissement en 2004, selon les branches d'activité suivantes auxquelles étaient destinés les biens ou les services géomatiques. *Votre meilleure estimation est acceptable.*

Branche d'activité	Pourcentage
a. Agriculture	1
b. Foresterie	2
c. Pêches	3
d. Pétrole et gaz	4
e. Géologie et extraction minière	5
f. Environnement	6
g. Propriété (y compris logement)	7
h. Génie et construction	8
i. Transport	9
j. Services publics	10
k. Santé	11
l. Mesures d'urgence et défense	12
m. Commerce (commerce de détail ou commerce de gros)	13
n. Éducation	14
o. Applications maritimes (cartographie du fond marin, etc.)	15
p. Industrie spatiale	16
q. Autre, veuillez préciser _____	17

100%

Si vous n'exportez pas de produits ou services en dehors du Canada, veuillez passer à la question 16.

Exportations

15. Veuillez indiquer auxquels des pays ou régions suivants des biens ou des services géomatiques ont été exportés.

Pays ou région	Arpentage, levés et prospection	Établissement de cartes et cartographie	Géodésie, navigation et positionnement	Télétection	Gestion des données géospatiales	Services de conseils en géomatique	Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	Autres domaines de la géomatique
a. États-Unis	<input type="radio"/> 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"/> 8
b. Mexique	<input type="radio"/> 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"/> 8
c. Amérique centrale	<input type="radio"/> 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"/> 8
d. Amérique du Sud	<input type="radio"/> 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"/> 8
e. Europe	<input type="radio"/> 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"/> 8
f. Afrique	<input type="radio"/> 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"/> 8
g. Moyen-Orient	<input type="radio"/> 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"/> 8
h. Australie, Nouvelle-Zélande	<input type="radio"/> 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"/> 8
i. Chine	<input type="radio"/> 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"/> 8
j. Inde	<input type="radio"/> 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"/> 8
k. Autres pays asiatiques	<input type="radio"/> 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"/> 8
l. Toutes les autres régions (veuillez préciser)	<input type="radio"/> 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"/> 8

Dépenses

16. Veuillez indiquer les dépenses suivantes encourues par cet établissement entre le 1^{er} janvier 2004 au 31 décembre 2004 (ou pour votre exercice financier comprenant la plus grande partie de l'année 2004). Vos meilleures estimations sont acceptables.

	\$CAN	
a. Total des salaires et traitements des employés avant déductions		
b. Part des avantages sociaux versée par l'employeur <i>Inclure</i> : contributions à des régimes d'assurances, d'assurance-emploi, contributions aux régimes de pensions privés ou publics (RPC, RRQ), indemnisations pour accident de travail, allocations de retraite		\$CAN
c. Total de la rémunération du travail (somme des montants déclarés aux items a. et b.)		
d. Téléphone et autres services de télécommunications		
e. Loyer et crédit-bail <i>Inclure</i> : location de locaux à bureaux ou d'autres biens immobiliers, de véhicules automobiles, d'ordinateurs et d'autre matériel		
f. Consommation d'énergie (gaz, huile, électricité, eau)		
g. Achats de services d'entretien et de réparation <i>Inclure</i> : toutes les dépenses liées à la réparation et à l'entretien des édifices, des structures, de la machinerie et de l'équipement		
h. Travaux de géomatique commandés en sous-traitance (auprès d'un entrepreneur indépendant ou d'une autre entreprise)		
i. Services d'architecture, d'ingénierie, honoraires de consultation et autres services professionnels et commerciaux (incluant les honoraires de services juridiques et les frais de comptabilité)		
j. Assurances (incluant l'assurance-responsabilité, l'assurance-automobile, l'assurance des biens)		
k. Publicité, marketing		
l. Frais de voyage (transport et repas), frais pour l'accueil de clients		
m. Amortissement		
n. Toutes les autres dépenses d'exploitation (p. ex., paiements versés à une agence de placement, droits et redevances de franchisage, recherche et développement, fournitures de bureaux, etc.)		
o. Total des dépenses d'exploitation (somme des montants déclarés aux items c. à n. ci-dessus)		
p. Autres dépenses (p. ex., frais d'intérêt sur les obligations de crédit-bail, les autres frais d'intérêts, comme les intérêts sur les emprunts)		
q. Total des dépenses (somme des montants déclarés aux items o. et p. ci-dessus)		

17. Entre 2002 et 2004, veuillez indiquer le pourcentage approximatif de vos dépenses totales qui sont liées à **l'achat ou à la location de biens technologiques**. Inclure les éléments suivants : équipement spécialisé ou spécifique à l'industrie, technologies de géomatique (p. ex. traitement au stylet, informatique mobile, instruments de terrain, tablettes numérisantes, cases de réception, outils GPS), achat de composants de matériel informatique, logiciels informatiques, contrats de location à bail de biens technologiques, etc.

%

Recherche et développement

- La recherche et le développement (R-D) consiste en une investigation systématique dans le domaine du génie et des sciences naturelles effectuée à l'aide d'expérience ou d'analyses en vue de l'avancement des connaissances scientifiques ou techniques.
- En général, la R-D est destinée à créer une invention qui peut, par la suite, devenir une innovation technologique. L'une de ses caractéristiques fondamentales est que le résultat du travail est incertain, c'est-à-dire que la probabilité d'atteindre l'objectif technique donné ne peut être connue ou déterminée à l'avance en fonction des connaissances et des expériences actuelles.

18. Entre 2002 et 2004, quels montants ont été consacrés en moyenne à la R-D (effectuée à l'interne et à l'externe) par votre établissement chaque année?

a. Dépenses totales en R-D	\$CAN	
b. Dépenses totales en R-D géomatique	\$CAN	

Si cet établissement ne dépense rien au titre de la R-D, veuillez passer à la question 24

19. Combien de financement (y compris les subventions, les crédits d'impôt, les programmes, etc.) votre établissement a-t-il reçu des gouvernements fédéral, provincial et municipal pour la R-D en 2004?

\$CAN

20. Veuillez indiquer les sources de financement des activités de R-D de cet établissement.

Sources de financement	Grande importance	Importance moyenne	Faible importance
a. Société mère, sociétés associées ou filiales	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
b. Gouvernement fédéral canadien (subventions, crédits d'impôt, contrats, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
c. Gouvernement provincial ou territorial	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
d. Travaux de R-D exécutés à contrat pour le compte d'autres entreprises	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
e. Universités	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
f. Autre, veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃

21. Veuillez indiquer le niveau d'importance de chacune des activités de géomatique suivantes dans les dépenses totales en R-D de votre établissement.

Activités de géomatique	Grande importance	Importance moyenne	Faible importance
a. Arpentage, levés et prospection (arpentage financier, levés cadastraux, levés terrestres, prospection hydrographique, levés géophysiques, levés topographiques, levés de génie civil, levés miniers, levés marins, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
b. Établissement de cartes et cartographie (photogrammétrie, cartographie, cartes géophysiques, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
c. Géodésie, navigation et positionnement (dont le Système de positionnement global, SPG ou GPS en anglais)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
d. Télédétection (aérienne, par satellite, radar, lidar, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
e. Gestion des données géospatiales (y compris le Système d'information géographique, SIG)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
f. Services de conseils en géomatique	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
g. Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃
h. Autres domaines de la géomatique : veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃

22. Veuillez indiquer comment l'ensemble des activités en R-D ont été effectuées.

Veuillez cocher toutes les réponses pertinentes.

- 1 R-D effectuée à l'interne
- 2 R-D donnée à contrat à d'autres entreprises ou établissement de recherche (p. ex., des entreprises privées ou des universités)
- 3 R-D effectuée conjointement avec d'autres entreprises ou d'autres institutions de recherche (p. ex., des entreprises privées ou des universités)
- 4 R-D effectuée conjointement avec n'importe lequel des paliers gouvernementaux

23. Veuillez estimer le pourcentage des employés à temps plein de votre établissement qui ont participé à au moins une activité de R-D en 2004.

 %

Innovation

On distingue deux types d'innovations : l'*innovation de produit* et l'*innovation de procédé*.

Une *innovation de produit* se produit chaque fois qu'un *nouveau produit* ou qu'un *produit sensiblement amélioré* est adopté. Un *nouveau produit (bien ou service)* est un produit nouveau pour votre établissement dont les caractéristiques ou les utilisations prévues diffèrent de façon significative de celles des produits précédents de votre établissement. Un *produit (bien ou service) sensiblement amélioré* est un produit existant dont le rendement a été largement amélioré ou relevé. Les modifications mineures ou routinières apportées aux produits ne constituent pas des innovations.

24. Au cours des trois dernières années, de 2002 à 2004, votre établissement a-t-il introduit dans le marché des produits nouveaux ou sensiblement améliorés?

Oui Non

L'innovation de procédé comprend les procédés nouveaux ou sensiblement améliorés, ainsi que les façons nouvelles ou sensiblement améliorées de fournir des services et des produits nouveaux pour votre établissement. Les résultats doivent être significatifs et prendre en considération le niveau de production, la qualité de produits (biens ou services) ainsi que les coûts de production et de distribution. Les modifications mineures ou de routine des procédés ne doivent pas être incluses.

25. Au cours des trois dernières années, de 2002 à 2004, votre établissement a-t-il introduit des procédés nouveaux ou sensiblement améliorés (y compris les améliorations dans la manière d'offrir les services et de livrer les biens)?

Oui Non

Obstacles

26. Dans quelle mesure les éléments suivants constituent-ils des obstacles à la croissance de cet établissement?

Obstacles	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
a. Absence de demande sur le marché	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
b. Manque de capacités en marketing	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
c. Manque de personnel qualifié	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
d. Absence de normes	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
e. Accès au capital / financement	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
f. Accès aux données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
g. Coût des données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
h. Coût des activités commerciales au niveau international	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
i. Coût de la technologie	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
j. Réglementations gouvernementales, politiques	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
k. Obstacles commerciaux – provinciaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
l. Obstacles commerciaux – internationaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
m. Concurrents subventionnés à l'étranger	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
n. Autre, veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀

27. Dans quelle mesure les éléments suivants constituent-ils des obstacles pour cet établissement en ce qui a trait aux activités de R-D ou d'innovation?

Obstacles	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
a. Absence de demande sur le marché	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
b. Manque de capacités en marketing	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
c. Manque de personnel qualifié	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
d. Absence de normes	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
e. Accès au capital / financement	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
f. Accès aux données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
g. Coût des données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
h. Coût des activités commerciales au niveau international	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
i. Coût de la technologie	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
j. Réglementations gouvernementales, politiques	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
k. Obstacles commerciaux – provinciaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
l. Obstacles commerciaux – internationaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
m. Concurrents subventionnés à l'étranger	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
n. Autre, veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀

28. Dans quelle mesure les éléments suivants constituent-ils des obstacles pour cet établissement en ce qui a trait à l'exportation de biens ou de services géomatiques?

Obstacles	Degré d'importance			
	Élevé	Moyen	Faible	Ne s'applique pas
a. Absence de demande sur le marché	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
b. Manque de capacités en marketing	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
c. Manque de personnel qualifié	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
d. Absence de normes	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
e. Accès au capital / financement	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
f. Accès aux données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
g. Coût des données	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
h. Coût des activités commerciales au niveau international	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
i. Coût de la technologie	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
j. Réglementations gouvernementales, politiques	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
k. Obstacles commerciaux – provinciaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
l. Obstacles commerciaux – internationaux (y compris non tarifaires)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
m. Concurrents subventionnés à l'étranger	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀
n. Autre, veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₀

Secteurs de croissance

29. À votre avis, quelles sont les perspectives de croissance du secteur de la géomatique pour les activités de géomatique suivantes au cours des cinq prochaines années?

Activités de géomatique	Degré de croissance				
	Croissance élevée	Croissance moyenne	Absence de croissance	Déclin	Ne sait pas
a. Arpentage, levés et prospection (arpentage financier, levés cadastraux, levés terrestres, prospection hydrographique, levés géophysiques, levés topographiques, levés de génie civil, levés miniers, levés marins, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
b. Établissement de cartes et cartographie (photogrammétrie, cartographie, cartes géophysiques, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
c. Géodésie, navigation et positionnement (y compris SPG)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
d. Télédétection (aérienne, par satellite, radar, lidar, etc.)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
e. Gestion des données géospatiales (y compris SIG)	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
f. Services de conseils en géomatique	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
g. Développement de logiciels adaptés à l'analyse géospatiale	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
h. Autres domaines de la géomatique : veuillez préciser _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅

30. À votre avis, quelles sont les perspectives de croissance du secteur de la géomatique pour les biens et services géomatiques vers les régions suivantes au cours des cinq prochaines années?

Régions	Degré de croissance				
	Croissance élevée	Croissance moyenne	Absence de croissance	Déclin	Ne sait pas
a. À l'intérieur du Canada	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
b. Etats-Unis	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
c. Mexique	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
d. Amérique centrale	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
e. Amérique du Sud	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
f. Europe	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
g. Afrique	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
h. Moyen-Orient	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
i. Australie, Nouvelle-Zélande	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
j. Chine	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
k. Inde	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
l. Autres pays asiatiques	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅
m. Tous les autres pays (préciser) _____	<input type="radio"/> ₁	<input type="radio"/> ₂	<input type="radio"/> ₃	<input type="radio"/> ₄	<input type="radio"/> ₅

