



Enquête sur la commercialisation de l'innovation, 2007

Confidentiel une fois rempli

Loi sur la Statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S-19. En vertu de cette loi, il est obligatoire de remplir le présent questionnaire.

If you prefer this questionnaire in English, please call 1-866-897-5474.

Renseignements pour le répondant

Objectif de l'enquête

Statistique Canada entreprend la présente enquête en vue d'établir des indicateurs statistiques sur la performance commerciale en matière de mise en marché des produits innovants.

Pour une meilleure compréhension du processus de commercialisation des produits innovants, il faut disposer d'informations exhaustives sur la vision stratégique de l'entreprise.

Les données compilées issues de cette enquête seront utilisées par les entreprises pour analyser les marchés, par les associations commerciales pour étudier la performance des industries. Elles seront également utilisées par les universitaires aux fins de recherches et par les ministères et organismes gouvernementaux pour appuyer et élaborer les politiques de développement économique.

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 organisations du Canada. Sans cette collaboration et bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Couplage d'enregistrement prévu

Afin d'augmenter les possibilités analytiques de cette enquête, Statistique Canada planifie une combinaison des données de cette enquête avec celles fournies par les autres enquêtes de Statistique Canada.

Autorité

Cette enquête est menée en vertu de la *Loi sur la Statistique*, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S-19. La *Loi sur la Statistique* oblige à remplir ce questionnaire.

Confidentialité

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques recueillies au cours de la présente enquête qui permettraient d'identifier une organisation, à moins que celle-ci n'y ait préalablement consenti. Les données fournies par ce questionnaire resteront strictement confidentielles. 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.

Qui devrait remplir ce questionnaire?

Le principal entrepreneur, le dirigeant ou un cadre supérieur avec des connaissances approfondies de cette entreprise et de sa vision stratégique.

Déclaration et couverture

Veuillez déclarer les montants en monnaie canadienne.

Assistance

Si vous avez des questions concernant cette enquête, ou que vous avez besoin d'aide pour remplir ce questionnaire, veuillez vous adresser à Statistique Canada.

Téléphone : 1-866-897-5474

Télécopieur : 1-888-869-0972

Courriel : dsiieinfo@statcan.ca

Personne ressource

Nom de la personne qui remplit le questionnaire	00001	Titre du poste	00002
N° de téléphone	00003	N° de télécopieur	00004
(<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"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	Adresse électronique
			00005

Section 1 – Commercialisation de l'innovation de produit la plus significative et récente

Cette section vise à mesurer la performance de votre entreprise relativement à la commercialisation de votre innovation de produit la plus significative et récente . Le produit innovant le plus significatif et récent étant défini comme l'introduction d'un bien ou service nouveau ou significativement amélioré. L'innovation peut être de nature technique ou non. L'innovation (nouveau ou amélioration) doit être nouvelle pour votre entreprise .

IL FAUT EXCLURE LA SIMPLE REVENTE DE NOUVEAUX BIENS ACHETÉS À D'AUTRES ENTREPRISES ET LES MODIFICATIONS PUREMENT DE NATURE ESTHÉTIQUE.

1. **Au cours de la période 2004 à 2007, avez-vous introduit dans le marché un nouveau bien ou service ou un bien ou service significativement amélioré?**

01001 1 Oui → *Continuez*

3 Non → *Veillez retourner le questionnaire dans l'enveloppe ci-jointe, merci.*

2. a. **Veillez indiquer le nombre de produits nouveaux ou significativement améliorés que vous avez introduit dans le marché au cours de la période 2004 à 2007.**

02011 Nouveaux produits
(Un produit est un bien ou service)

- b. **De ce nombre veillez indiquer en pourcentage la portion introduite dans le marché par Internet (E-commerce) au cours de la période 2004 à 2007.**

02021 %

3. a. **Quand avez-vous introduit votre innovation de produit la plus significative et récente dans le marché?**

Mois Année
03011 03012

- b. **Qu'est-ce qui rend ce produit innovant?** (Vous pouvez cocher plusieurs choix)

03021 Le changement de l'esthétique du produit

03022 L'amélioration de la convivialité ou la facilité d'utilisation (*plus compact, plus accessible, etc.*)

03023 L'ajout de nouvelles caractéristiques ou fonctions

03024 L'amélioration de la performance (*solidité, durabilité, flexibilité, vitesse, etc.*)

03025 Autre, veuillez préciser :

03025TXT

4. **Votre innovation de produit la plus significative et récente était-elle nouvelle pour votre marché?**

04001 1 Oui

3 Non

5. **Qui sont vos clients habituels?** (Cochez plusieurs cercles, s'il y a lieu.)

05011 D'autres entreprises

05014 Des consommateurs individuels

05012 Des distributeurs ou commerces de gros

05015 Autre, veuillez préciser :

05013 Des commerces au détail

05015TXT

6. Veuillez indiquer qui est à l'origine de l'idée ou du concept de votre innovation de produit la plus significative et récente?

- 06011 1 L'entrepreneur ou le dirigeant
 2 Le client
 3 Le fournisseur
 4 Les membres du personnel
 5 Un groupe de personnes en partenariat
 6 Autre, veuillez préciser :

06011TXT

7. Pour votre innovation de produit la plus significative et récente, veuillez indiquer quelles activités ont été effectuées en vue de la commercialiser?

	Au Canada		À l'étranger	
	Oui	Non	Oui	Non
a. Promotion du produit par publicité (Campagne de publicité, etc.)	07011 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07012 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
b. Promotion du produit via les conférences, les foires commerciales et expositions	07021 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07022 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
c. Promotion du produit via un site Internet (Site Internet, etc.)	07031 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07032 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
d. Activités visant à positionner le produit (Être le premier sur le marché, créer une niche/créneau, etc.)	07041 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07042 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
e. Étude de marché (Recherche d'information sur la concurrence, sur la demande, etc.)	07051 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07052 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
f. Activités visant à réorganiser la structure de production ou de distribution (Centralisation ou décentralisation des fonctions de production et de distribution, organisation matricielle, création d'une division de force de vente, etc.)	07061 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07062 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
g. Ententes pour la distribution du produit (Partage du réseau de distribution; partage des ressources et services après vente, etc.)	07071 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07072 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
h. Ententes de recherche sur le produit (Transfert de connaissances, accès au réseau de chercheurs universitaires, etc.)	07081 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07082 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
i. Campagne de recrutement de personnel spécialisé en commercialisation (Vendeurs, conseillers, représentants, etc.)	07091 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07092 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
j. Formation liée à la mise en marché du produit (Formation du personnel interne et externe, force de vente, etc.)	07101 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07102 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
k. Offrir des services spécifiques aux clients (Modifications du produit sur demande; mode de livraison; services après vente, etc.)	07111 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07112 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
l. Entreprendre des activités de recherche et développement	07121 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07122 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
m. Autre, veuillez préciser :	07131 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	07132 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

07131TXT

8. Pour votre innovation de produit la plus significative et récente, avez-vous atteint vos objectifs de commercialisation?

		Objectif non atteint	Objectif atteint	Objectif dépassé	Ne s'applique pas
a. Récupérer les coûts sur l'investissement	08011	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
b. Accroître le volume des ventes	08021	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
c. Accroître les parts de marchés au Canada	08031	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
d. Augmenter les exportations.	08041	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
e. Réduire le temps de livraison	08051	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
f. Réduire les coûts de production	08061	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
g. Réussir à être le leader sur le marché	08071	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
h. Créer une forte demande pour le produit.	08081	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
i. Réussir la campagne de publicité ou de promotion	08091	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
j. Autre, veuillez préciser :	08101	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

08101TXT

Si vous avez atteint ou dépassé tous vos objectifs, veuillez passer à la question 11

9. Pour les objectifs non atteints de la question 8, veuillez indiquer dans combien de temps (en mois et années) vous pensez atteindre l'objectif?

	Je pense atteindre l'objectif dans		Je ne pense pas pouvoir un jour atteindre cet objectif
	Nombre d'années	Nombre de mois	
a. Récupérer les coûts sur l'investissement	09011 <input type="text"/> année(s)	09012 <input type="text"/> mois	09013 <input type="radio"/>
b. Accroître le volume des ventes	09021 <input type="text"/> année(s)	09022 <input type="text"/> mois	09023 <input type="radio"/>
c. Accroître les parts de marchés au Canada	09031 <input type="text"/> année(s)	09032 <input type="text"/> mois	09033 <input type="radio"/>
d. Augmenter les exportations.	09041 <input type="text"/> année(s)	09042 <input type="text"/> mois	09043 <input type="radio"/>
e. Réduire le temps de livraison	09051 <input type="text"/> année(s)	09052 <input type="text"/> mois	09053 <input type="radio"/>
f. Réduire les coûts de production	09061 <input type="text"/> année(s)	09062 <input type="text"/> mois	09063 <input type="radio"/>
g. Réussir à être le leader sur le marché ...	09071 <input type="text"/> année(s)	09072 <input type="text"/> mois	09073 <input type="radio"/>
h. Créer une forte demande pour le produit	09081 <input type="text"/> année(s)	09082 <input type="text"/> mois	09083 <input type="radio"/>
i. Réussir la campagne de publicité ou de promotion	09091 <input type="text"/> année(s)	09092 <input type="text"/> mois	09093 <input type="radio"/>
j. Autre, veuillez préciser :	09101 <input type="text"/> année(s)	09102 <input type="text"/> mois	09103 <input type="radio"/>

09101TXT

10. Si vous n'êtes pas en mesure d'atteindre les objectifs énumérés dans la question précédente, veuillez en indiquer les raisons.

(Cochez plusieurs cercles par question, s'il y a lieu.)

	Objectif inatteignable par manque de ressources financières	Objectif inatteignable par manque de ressources humaines spécialisées	Objectif inatteignable dû à la réglementation	Objectif inatteignable car le marché est dominé par la concurrence bien établie	Objectif inatteignable car la demande pour le produit est insuffisante
a. Récupération des coûts sur l'investissement	10011 <input type="radio"/>	10012 <input type="radio"/>	10013 <input type="radio"/>	10014 <input type="radio"/>	10015 <input type="radio"/>
b. Accroître le volume des ventes	10021 <input type="radio"/>	10022 <input type="radio"/>	10023 <input type="radio"/>	10024 <input type="radio"/>	10025 <input type="radio"/>
c. Accroître les parts de marchés au Canada	10031 <input type="radio"/>	10032 <input type="radio"/>	10033 <input type="radio"/>	10034 <input type="radio"/>	10035 <input type="radio"/>
d. Augmenter les exportations.....	10041 <input type="radio"/>	10042 <input type="radio"/>	10043 <input type="radio"/>	10044 <input type="radio"/>	10045 <input type="radio"/>
e. Réduire le temps de livraison	10051 <input type="radio"/>	10052 <input type="radio"/>	10053 <input type="radio"/>	10054 <input type="radio"/>	10055 <input type="radio"/>
f. Réduire les coûts de production	10061 <input type="radio"/>	10062 <input type="radio"/>	10063 <input type="radio"/>	10064 <input type="radio"/>	10065 <input type="radio"/>
g. Réussir à être le leader sur le marché	10071 <input type="radio"/>	10072 <input type="radio"/>	10073 <input type="radio"/>	10074 <input type="radio"/>	10075 <input type="radio"/>
h. Créer une forte demande pour le produit ...	10081 <input type="radio"/>	10082 <input type="radio"/>	10083 <input type="radio"/>	10084 <input type="radio"/>	10085 <input type="radio"/>
i. Réussir la campagne de publicité ou de promotion	10091 <input type="radio"/>	10092 <input type="radio"/>	10093 <input type="radio"/>	10094 <input type="radio"/>	10095 <input type="radio"/>
j. Autre, veuillez préciser :	10101 <input type="radio"/>	10102 <input type="radio"/>	10103 <input type="radio"/>	10104 <input type="radio"/>	10105 <input type="radio"/>

10101TXT

11. Quelles stratégies utilisez-vous pour commercialiser votre innovation de produit la plus significative et récente? (Veuillez identifier l'importance accordée aux stratégies énumérées ci-dessous) (Une stratégie correspond à l'organisation des activités et des actions de l'entreprise en vue d'atteindre un objectif selon une méthode déterminée d'avance).

Stratégies	Importance accordée à la stratégie					Ne s'applique pas
	Importance faible	Importance modérée	Importance considérable	Essentiel		
a. Développer une niche dans le marché	11011	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
b. Développer un site Internet pour promouvoir le produit	11021	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
c. Rendre la structure de l'entreprise plus flexible pour s'adapter au marché rapidement	11031	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
d. Localiser la production en fonction du coût de la main-d'oeuvre	11041	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
e. Favoriser le partenariat avec les universités	11051	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
f. Favoriser le partenariat avec d'autres organisations ou entreprises.....	11061	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
g. Accroître la capacité de vente	11071	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
h. Répondre aux exigences en matière d'environnement	11081	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
i. Autre, veuillez préciser :	11091	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

11091TXT

12. Pour votre innovation de produit la plus significative et récente, avez-vous introduit une nouvelle méthode ou modification significative des méthodes de vente ou de distribution, comme la vente par Internet, franchise, vente directe ou licences de distribution?

- 12001 1 Oui
 3 Non

13. a. Veuillez estimer le coût total de développement de votre innovation de produit la plus significative et récente.

13011 \$ En dollars canadiens

b. Pour votre innovation de produit la plus significative et récente, veuillez estimer si les coûts associés à la publicité, la promotion ou à la distribution sont :

- 13021 1 Inférieurs aux coûts de développement → de combien en pourcentage (approximation) 13022 %
 2 Équivalents aux coûts de développement
 3 Supérieurs aux coûts de développement → de combien en pourcentage (approximation) 13023 %

Commercialisation des autres produits

Le terme entreprise désigne toutes usines ou emplacements opérationnels au Canada ou dans d'autres pays qui appartiennent à votre compagnie.

14. a. Veuillez estimer le pourcentage des revenus totaux de votre entreprise pour l'année 2006 qui provenaient de la vente de vos produits selon le marché de destination. (La somme de chaque colonne doit faire 100 %.)

	Pour votre innovation de produit la plus significative et récente	Pour l'ensemble de vos produits
a. Dans votre province ou territoire.	14111 <input type="text"/> %	14112 <input type="text"/> %
b. Dans le reste du Canada	14121 <input type="text"/> %	14122 <input type="text"/> %
c. Aux États-Unis.....	14131 <input type="text"/> %	14132 <input type="text"/> %
d. Autres pays	14141 <input type="text"/> %	14142 <input type="text"/> %
Total	100 %	100 %

b. Veuillez estimer au mieux le pourcentage des revenus totaux de votre entreprise qui provenaient de votre innovation de produit la plus significative et récente, pour l'année 2006

14201 %

c. Veuillez estimer au mieux le pourcentage des revenus totaux de votre entreprise qui provenaient de votre produit le plus rentable, pour l'année 2006

14301 %

Section 2 – Activités de financement pour la commercialisation

15. Quelles sont les sources de financement POUR LA COMMERCIALISATION de votre innovation de produit la plus significative et récente? (En pourcentage du montant total de chaque source.) (Il faut exclure le financement pour la recherche et développement.)

a. Source interne.....	15011	<input type="text"/>	%
b. Capitaux de risques	15021	<input type="text"/>	%
c. Ententes de collaborations	15031	<input type="text"/>	%
d. Offre publique	15041	<input type="text"/>	%
e. Placements privés ou autre entreprise.....	15051	<input type="text"/>	%
f. Filiale ou société apparentée.....	15061	<input type="text"/>	%
g. Gouvernement fédéral	15071	<input type="text"/>	%
h. Gouvernement provincial.....	15081	<input type="text"/>	%
i. Institutions bancaires.....	15091	<input type="text"/>	%
j. Autre, veuillez préciser :	15101	<input type="text"/>	%
15101TXT <input type="text"/>			
Total		<input type="text" value="100"/>	%

Pour information
seulement

16. Avez-vous atteint votre cible en matière de financement pour la commercialisation de votre innovation de produit la plus significative et récente?

16001 1 Oui

3 Non → Si non, quel pourcentage de votre cible avez-vous atteint ?

16002 %

Section 3 – Ententes de coopération en commercialisation

Les ententes de coopération et de collaboration en commercialisation comportent la participation active et conjointe de votre entreprise et d'autres compagnies ou organisations à des projets visant à élaborer ou à poursuivre des travaux portant sur la mise en marché, la distribution ou la promotion de votre innovation de produit la plus significative et récente. **La sous-traitance pure et simple n'est pas considérée comme une collaboration.**

17. Votre entreprise a-t-elle participé à une ou plusieurs ententes de coopération visant la mise en marché, la distribution ou la promotion de votre innovation de produit la plus significative et récente?

- 17001 1 Oui
 3 Non → *Veillez passer à la question 20.*

18. Veuillez indiquer le type de partenaire avec lequel vous avez coopéré pour la mise en marché, la distribution ou la promotion de votre innovation de produit la plus significative et récente.

	Au Canada	À l'étranger
a. Un distributeur ou un représentant	18011 <input type="radio"/>	18012 <input type="radio"/>
b. Un compétiteur	18021 <input type="radio"/>	18022 <input type="radio"/>
c. Un consultant en marketing	18031 <input type="radio"/>	18032 <input type="radio"/>
d. Le client	18041 <input type="radio"/>	18042 <input type="radio"/>
e. Une entreprise	18051 <input type="radio"/>	18052 <input type="radio"/>
f. Un organisme du gouvernement fédéral	18061 <input type="radio"/>	18062 <input type="radio"/>
g. Un organisme du gouvernement provincial	18071 <input type="radio"/>	18072 <input type="radio"/>
h. Autre, veuillez préciser	18081 <input type="radio"/>	18082 <input type="radio"/>

18081TXT

19. Veuillez indiquer l'importance de chacun des motifs énumérés ci-dessous dans votre décision de participer à une entente de coopération pour la mise en marché, la distribution ou la promotion de votre innovation de produit la plus significative et récente.

		Niveau d'importance				Ne s'applique pas
		Faible	Moyen	Élevé	Essentiel	
a. Accéder à une main d'œuvre qualifiée / spécialisée	19011	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
b. Accéder au financement	19021	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
c. Accéder à la propriété intellectuelle du partenaire	19031	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
d. Accéder à l'expertise du partenaire	19041	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
e. Accéder à un nouveau marché	19051	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
f. Accéder à un réseau de distribution déjà établi	19061	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
g. Autre, veuillez préciser	19071	1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

19071TXT

20. Votre innovation de produit la plus significative et récente a-t-elle été développée pour un client important?

- 20001 1 Oui → *Continuez*
 3 Non → *Veillez passer à la question 22.*

21. Pouvez-vous indiquer le niveau d'implication du client dans le développement de votre innovation de produit la plus significative et récente?

	Niveau d'implication				Ne s'applique pas
	Faible	Moyen	Élevé	Essentiel	
a. Au niveau du développement du produit	21011 1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
b. Au niveau du financement	21021 1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
c. Au niveau de la commercialisation du produit	21031 1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
d. Au niveau de la promotion du produit	21041 1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>
e. Autre, veuillez préciser :	21051 1 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	0 <input type="radio"/>

21051TXT

Section 4 – Propriété intellectuelle

22. Comment votre entreprise a-t-elle protégé les droits de propriété intellectuelle de votre innovation de produit la plus significative et récente?

	Oui	Non
a. Brevets	22011 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
b. Secret commercial	22021 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
c. Droits d'auteurs	22031 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
d. Autre, veuillez préciser :	22041 1 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>

22041TXT

23. En 2006, votre entreprise a-t-elle accordé un contrat de licence pour des droits de propriété intellectuelle selon une méthode formelle (entente de concession de licence, accord de transfert de technologie) pour votre innovation de produit la plus significative et récente?

- 23001 1 Oui
 3 Non → *Veillez passer à la question 25.*

24. Pour chaque type d'instrument de propriété intellectuelle énuméré ci-dessous, veuillez indiquer le nombre de droits de propriété intellectuelle (PI) accordés par votre entreprise en 2007 pour votre innovation de produit la plus significative et récente :

	Nombre accordé à des entreprises canadiennes	Nombre accordé à des entreprises américaines	Nombre accordé à des entreprises d'autres pays	Nombre accordé à des universités	Nombre accordé à un organisme ou laboratoire gouvernemental
a. Brevet.....	24011 <input type="text"/>	24012 <input type="text"/>	24013 <input type="text"/>	24014 <input type="text"/>	24015 <input type="text"/>
b. Entente de concession de licence ...	24021 <input type="text"/>	24022 <input type="text"/>	24023 <input type="text"/>	24024 <input type="text"/>	24025 <input type="text"/>
c. Entente de transfert de technologie.....	24031 <input type="text"/>	24032 <input type="text"/>	24033 <input type="text"/>	24034 <input type="text"/>	24035 <input type="text"/>
d. Autre, veuillez préciser : . .	24041 <input type="text"/>	24042 <input type="text"/>	24043 <input type="text"/>	24044 <input type="text"/>	24045 <input type="text"/>

24041XT

25. Votre entreprise a-t-elle acquis des droits de propriété intellectuelle pour votre innovation de produit la plus significative et récente ?

- 25001 1 Oui
 3 Non → *Veuillez passer à la question 27.*

26. Pour chaque type d'instrument de propriété intellectuelle énuméré ci-dessous, veuillez indiquer le nombre de droits de propriété intellectuelle (PI) acquis par votre entreprise en 2007 pour votre innovation de produit la plus significative et récente :

	Nombre obtenu des entreprises canadiennes	Nombre obtenu des entreprises américaines	Nombre obtenu des entreprises d'autres pays	Nombre obtenu des universités	Nombre obtenu d'organisme ou laboratoire gouvernemental
a. Brevet.....	26011 <input type="text"/>	26012 <input type="text"/>	26013 <input type="text"/>	26014 <input type="text"/>	26015 <input type="text"/>
b. Entente de concession de licence ...	26021 <input type="text"/>	26022 <input type="text"/>	26023 <input type="text"/>	26024 <input type="text"/>	26025 <input type="text"/>
c. Entente de transfert de technologie.....	26031 <input type="text"/>	26032 <input type="text"/>	26033 <input type="text"/>	26034 <input type="text"/>	26035 <input type="text"/>
d. Autre, veuillez préciser : . .	26041 <input type="text"/>	26042 <input type="text"/>	26043 <input type="text"/>	26044 <input type="text"/>	26045 <input type="text"/>

26041XT

Section 5 – Renseignements généraux

27. Votre entreprise est-elle une entreprise formée par essaimage (spin-off)?

(Une entreprise formée par essaimage se définit comme une nouvelle entreprise créée en vue du transfert et de la mise en marché d'inventions et de technologies élaborées dans des universités, entreprises ou des laboratoires gouvernementaux.)

27001 1 Oui 3 Non



27101 1 D'une université 3 D'un organisme/laboratoire gouvernemental
2 D'une autre entreprise 4 Autre, veuillez préciser :

27101TXT

28. Pour l'année 2007, veuillez estimer le nombre d'employés à temps plein de votre entreprise.

(Si le personnel de votre entreprise varie selon la saison, veuillez estimer la moyenne de l'emploi pour 2007).

	Au Canada	À l'étranger
a. Nombre total d'employés	28011 <input type="text"/>	28012 <input type="text"/>
b. Pourcentage des employés affectés à plein temps aux activités de recherche et développement	28021 <input type="text"/> %	28022 <input type="text"/> %
c. Pourcentage des employés affectés à plein temps aux activités de vente, de marketing, de service à la clientèle	28031 <input type="text"/> %	28032 <input type="text"/> %
d. Pourcentage des autres employés à plein temps	28041 <input type="text"/> %	28042 <input type="text"/> %
Total	100 %	100 %

Section 6 – Profil de l'entrepreneur

Cette section a pour objectif de dresser un profil type des entrepreneurs au Canada.

29. Veuillez indiquer dans quelle tranche d'âge se situe le principal entrepreneur ou dirigeant de l'entreprise.

29011 1 Moins de 30 ans 2 de 30 à 39 ans 3 de 40 à 49 ans 4 50 ans et plus

30. Veuillez indiquer le niveau le plus élevé du diplôme détenu par le principal entrepreneur ou dirigeant de l'entreprise :

30011 1 Collégial 3 Maîtrise 5 Autre, veuillez préciser :
2 Baccalauréat 4 Doctorat 30011TXT

31. a. Veuillez indiquer la formation ou la spécialisation de base du principal entrepreneur ou dirigeant de l'entreprise :

31011 1 Gestion 3 Scientifique 5 Autre, veuillez préciser :
2 Technique ou ingénierie 4 Vente ou marketing 31011TXT

