

Enquête sur l'industrie québécoise des services électroniques et du multimédia juillet 2001

À

la demande du ministère de la Culture et des Communications (MCC), du Centre d'étude sur l'emploi et la technologie d'Emploi Québec (CETECH) et du ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC) du Québec, une enquête a été effectuée afin d'analyser les caractéristiques de l'industrie québécoise des services électroniques et du multimédia (SEM). Menée par l'Institut de la statistique du Québec (ISQ), cette enquête, réalisée de mai à août 2000, porte sur l'exercice financier de 1999.

En 1997, une première étude avait été réalisée auprès d'entreprises faisant partie de l'une des trois catégories industrielles suivantes, l'édition, les services informatiques et les télécommunications. Les entreprises qui s'annonçaient comme offrant des produits et des services reliés aux SEM avaient alors été sélectionnées, puis interrogées. Au départ, cette industrie en émergence était associée surtout à des produits qui se présentaient sous forme de cédérom. Depuis, la notion de production de services multimédias s'est étendue à une grande diversité d'applications et de secteurs d'activité.

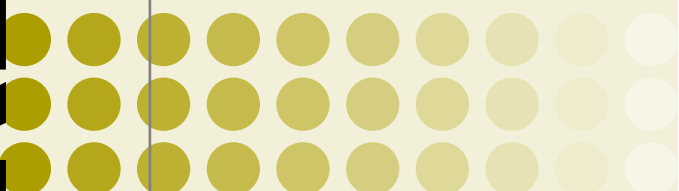
Pour la seconde étude, les systèmes de classification statistique existants ne tenant pas compte des SEM, un nouvel échantillonnage a dû être créé à partir d'une opération de repérage effectuée parmi une vingtaine de secteurs d'activités économiques, afin d'être en mesure de représenter tous les établissements qui commercialisent des produits et des services reliés à la production multimédia et aux services en ligne. Cette nouvelle enquête trace donc un portrait plus précis de l'ensemble des activités dans ce secteur tout en tenant compte des établissements qui, pour répondre à la demande du marché, ont ajouté à leurs activités traditionnelles l'offre des produits et des services reliés aux SEM.

L'enquête démontre que le développement de cette industrie est largement influencé par les besoins de la clientèle des entreprises du marché local. D'une part, les informations recueillies indiquent que les revenus attribuables à la production de contenus multimédias pour le secteur des entreprises sont beaucoup plus importants que ceux provenant des marchés grand public et institutionnel. D'autre part, les revenus générés par les ventes sur le marché local sont supérieurs à ceux générés par les ventes dans le reste du Canada et à l'étranger.

L'industrie des services électroniques et du multimédia évolue rapidement

Rappelons que les chiffres de cette nouvelle enquête portent sur l'exercice financier de 1999, et que ceux-ci concernent les établissements travaillant dans les SEM et excluent les travailleurs autonomes. Toute projection sur la situation actuelle devrait se faire avec circonspection, compte tenu des récentes évolutions dans le domaine de la nouvelle économie.

Québec 



Un nombre toujours croissant d'établissements reliés aux SEM

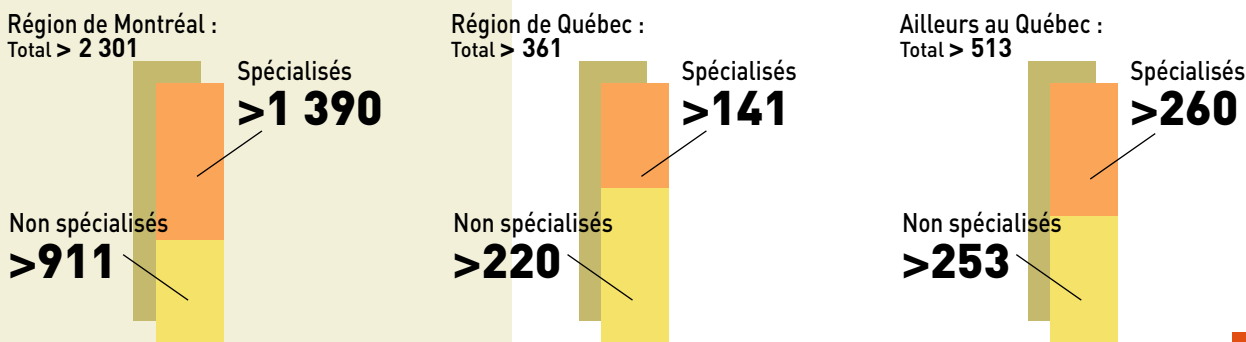
Selon l'enquête, 1 791 établissements au Québec sont spécialisés* dans les SEM. Sur ce nombre, 1 283 établissements tirent la totalité de leurs revenus des activités reliées uniquement aux SEM.

Toutefois, on ne peut évaluer à sa juste mesure cette industrie sans tenir compte de l'apport des 1 384 établissements non spécialisés** dans le domaine. Collectivement, ces derniers établissements ont un impact majeur sur l'ensemble du marché des SEM.

Notons aussi que la majorité des établissements commercialisant des biens et services reliés à la production multimédia et aux services en ligne est concentrée dans la région de Montréal.

** dont plus de 50% des revenus proviennent des SEM. ** dont 50% ou moins des revenus proviennent des SEM.*

Nombre d'établissements de l'industrie des SEM



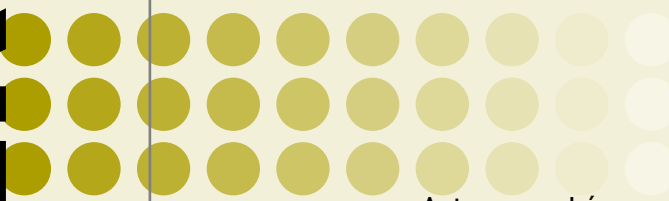
> Total : 3175 établissements au Québec

Des activités multiples pour l'ensemble des établissements

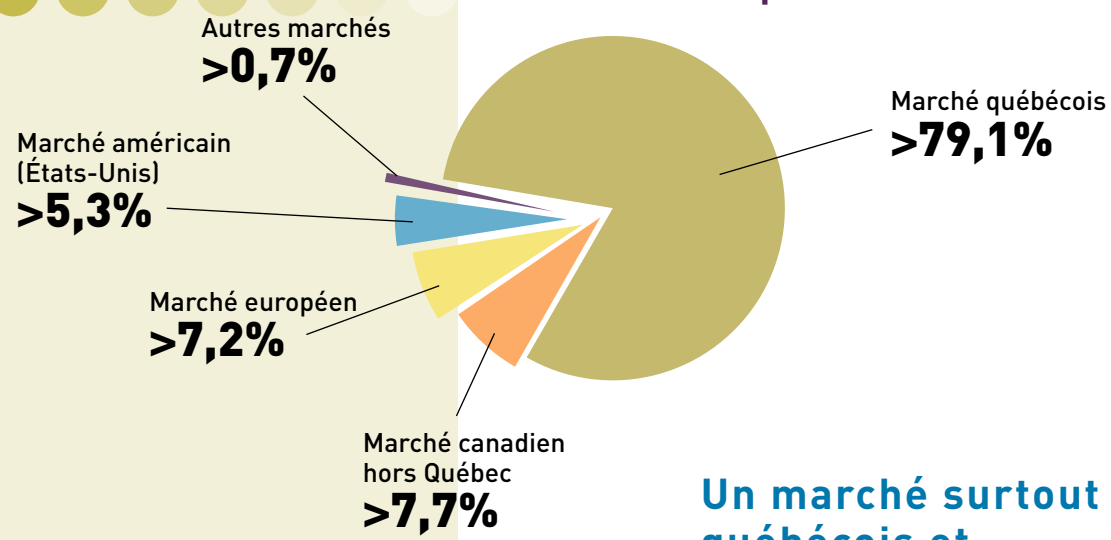
Spécialisés ou non spécialisés, l'enquête révèle que la majorité des établissements de l'industrie des SEM touche à plusieurs secteurs d'activité. Parmi l'offre de services, c'est sur le plan de la production de contenus multimédias, en ligne et hors ligne, que l'on retrouve le pourcentage le plus élevé d'établissements commercialisant des biens et services reliés aux SEM avec 67,4 %. La plupart d'entre eux offrent des services de production de sites Web.

Proportion des établissements de l'industrie des SEM selon les domaines d'activité

- 67.4%** : production de contenus multimédias
- 51.5%** : activités de soutien à la production multimédia ou de services en ligne
- 35.3%** : services Internet
- 27.7%** : solutions de commerce électronique, téléconférence, etc.



Répartition des ventes brutes par marché

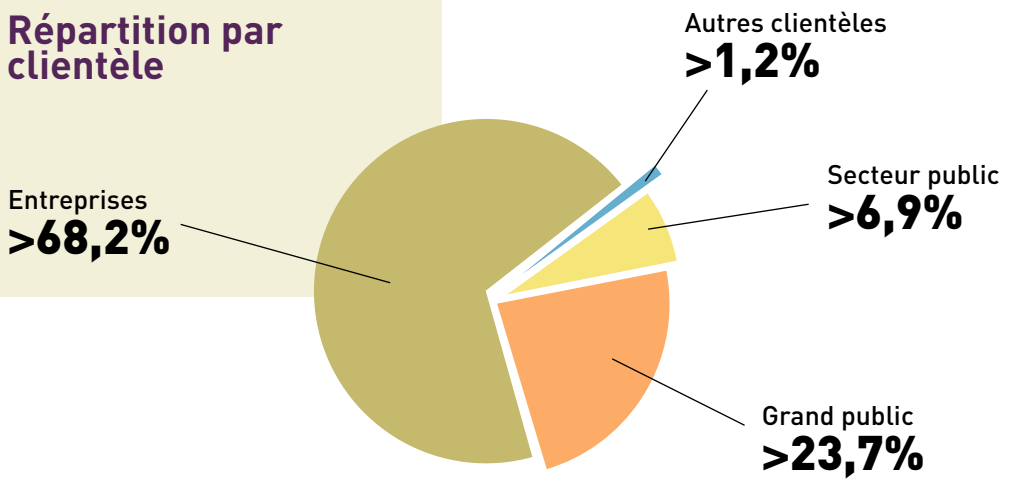


Un marché surtout québécois et largement axé sur le secteur des entreprises

Selon l'enquête, 79,1% des ventes brutes des établissements travaillant dans les SEM s'effectuent au Québec. Environ 68% des ventes brutes des établissements SEM pour des activités SEM en 1999 proviennent du secteur des entreprises. L'enquête révèle aussi que, pour les établissements spécialisés, 77,4% des ventes brutes reliées à la production de contenus multimédias se sont effectuées auprès des entreprises.

Cette réalité témoigne de l'effort fourni par les entreprises québécoises pour intégrer Internet dans leurs stratégies d'affaires.

Répartition par clientèle





Des revenus importants générés par la production de contenus multimédias

Ce sont les établissements spécialisés qui, dans l'ensemble, ont réalisé les gains les plus importants pour l'exercice financier de 1999, avec 2, 803 milliards de dollars de revenus. Pour ce même exercice financier, c'est la production de contenus multimédias, dont la réalisation de sites Web, qui a généré les revenus les plus significatifs, avec un total de 1, 742 milliard de dollars. Il est toutefois important de rappeler qu'une grande partie des revenus SEM pour les activités SEM en 1999 provient du secteur des entreprises.

Répartition des revenus par domaine d'activité

- 1,742** milliard de dollars pour la production de contenus multimédias
- 911,1** millions de dollars pour des activités de soutien à la production multimédia ou de services en ligne
- 672,0** millions de dollars pour des services Internet
- 772,4** millions de dollars pour les autres activités

> 4, 097 milliards de dollars au total pour 1999

Des emplois spécialisés pour des employés polyvalents

En 1999, on comptait 24 974 employés spécialisés travaillant dans les établissements de l'industrie des SEM. À l'instar de la répartition géographique de ces établissements à travers le Québec, c'est dans la région de Montréal qu'on retrouve la plus forte concentration d'emplois spécialisés dans le domaine des SEM, soit trois sur quatre. Aussi, il semble que ces employés spécialisés aient développé plusieurs champs de compétence simultanés et travaillé en majorité dans plus d'un domaine d'activité relié aux SEM. Cependant, rappelons que ces chiffres excluent les travailleurs autonomes et qu'un bon nombre d'établissements qui ne travaillent pas dans les SEM demeurent susceptibles d'employer des spécialistes dans le domaine.

Nombre total d'employés
>63 382

Nombre d'employés dans le domaine des SEM au Québec

Nombre d'employés spécialisés
>24 974



Avec la participation de :
 • Ministère de l'Industrie et du Commerce
 • Centre d'études sur l'emploi et la technologie
 • Institut de la statistique du Québec

Les personnes qui désirent obtenir un portrait détaillé de l'industrie des SEM peuvent consulter le document ayant pour titre «Enquête sur l'industrie québécoise des services électroniques et du multimédia» dans les quatre sites Web suivants :

- www.mcc.gouv.qc.ca
- www.stat.gouv.qc.ca
- www.cetech.gouv.qc.ca
- www.mic.gouv.qc.ca