



Pratiques numériques des entreprises manufacturières de la grande région de Québec et de l'Est-du-Québec

Édition 2025

Rapport d'analyse préparé pour :



Date : novembre 2025

Projet : 16613-010

Contenu

Méthodologie	3
Profil des répondants	6
Faits saillants et conclusions	9
Résultats détaillés	15
1. Maturité numérique	16
2. Zoom sur les entreprises exportatrices	29
3. Impacts du climat économique	35
4. Mesure de la productivité	40
5. Plan de relève	42

Méthodologie

Contexte et objectifs

En collaboration avec Manufacturiers et Exportateurs du Québec (MEQ), Québec International (QI) souhaitait réaliser, pour une cinquième édition, un sondage auprès d’entreprises manufacturières. L’objectif principal de la démarche est de mettre à jour le portrait des pratiques numériques de ces entreprises, tout en accordant une attention particulière aux entreprises exportatrices et en évaluant les répercussions du contexte économique actuel.

À la différence des précédentes éditions, ce partenariat avait pour but d’élargir la portée de l’étude à l’ensemble de l’Est-du-Québec.

Approche
méthodologique

La collecte des données a été réalisée par un sondage web mené auprès de hauts dirigeants d’entreprises manufacturières des régions de la grande région de Québec (Capitale-Nationale et Chaudière-Appalaches) et de l’Est-du-Québec.*

L’échantillon est composé de 95 entreprises des régions de la Capitale-Nationale, de Chaudière-Appalaches et de l’Est-du-Québec issues de listes de contacts fournies par Québec International (QI), Manufacturiers et Exportateurs du Québec (MEQ), la MRC de La Côte-de-Gaspé et la MRC de la Matanie. À ceux-ci, six MRC et agences de développement ont accepté de relayer un lien ouvert permettant aux entreprises du secteur manufacturier de leur région d’accéder au sondage.

Dans le but de maximiser la participation, des courriels de rappel ont été envoyés le 24 septembre, le 1^{er} et le 6 octobre.

Au total, 95 dirigeants d’entreprises manufacturières ont participé à l’étude. À titre indicatif, la marge d’erreur maximale d’un échantillon probabiliste de même taille pour une population finie (N≈3 000) est de +/- 10%, 19 fois sur 20.

Collecte des données

Avant d’entreprendre la collecte officielle des données, un prétest a été réalisé le 17 septembre 2025 afin de valider le questionnaire, son déroulement logique et la durée moyenne des entrevues. Aucun changement au questionnaire n’a été apporté à la suite du prétest. Les données ont ainsi été conservées dans la base de données finale. La collecte officielle des données s’est poursuivie du 18 septembre au 16 octobre 2025 inclusivement.

*Le détail du territoire couvert est présenté en page 6.

Pondération

À des fins de comparaison avec les résultats de l’édition de 2023, la portion de l’échantillon provenant de la liste de contacts de Québec international a été pondérée en fonction de l’information disponible (nombre d’employés et MRC).

Notes de lecture

Arrondissement des proportions : le complément à 100% est attribuable à l’arrondissement à l’entier des proportions ou à la non-réponse. Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d’une réponse. Par conséquent, les totaux présentés à ces questions sont supérieurs à 100%.

Différences significatives sur le plan statistique : les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont présentés dans les tableaux et graphiques, ou dans les commentaires d’analyse. Les données en caractères **rouges** signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants. À l’inverse, les données en **vert** signalent une proportion significativement supérieure.

Lorsqu’applicable, les résultats du sous-échantillon de dirigeants des régions de la Capitale-Nationale ou de Chaudière-Appalaches sont comparés avec les résultats obtenus lors de la dernière mesure (2023 : n=134), laquelle avait été réalisée auprès de dirigeants d’entreprises situées dans ces régions uniquement. Une flèche ascendante (↑) indique une hausse significative sur le plan statistique, alors qu’une flèche descendante (↓) indique une baisse significative sur le plan statistique. Lorsque des différences statistiquement significatives sont observées, elles sont soulignées dans le texte d’analyse, dans le corps du rapport.

Abréviations : les abréviations CN (Capitale-Nationale) et CA (Chaudière-Appalaches) sont utilisées dans les tableaux afin d’alléger la présentation des résultats.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n’est utilisée qu’à la seule fin d’alléger le texte et d’en faciliter la compréhension.

Profil des répondants

Profil des répondants (1/2)

Fonction au sein de l'entreprise manufacturière

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Propriétaire	49%	48%	51%
Président-directeur général (PDG), président ou directeur général	25%	18%	30%
Vice-président	3%	9%	0%
Chef des opérations	3%	3%	3%
Gestionnaire principal d'une équipe	7%	6%	8%
Gestionnaire intermédiaire d'une équipe	1%	3%	0%
Adjoint administrateur/exécutif	4%	6%	3%
Autre	7%	7%	5%

Région

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Capitale-Nationale	44%	0%	69%
Chaudière-Appalaches	20%	0%	31%
Est-du-Québec	32%	100%	0%
Bas-Saint-Laurent	20%	61%	0%
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	2%	7%	0%
Autres	2%	29%	0%

Secteur d'activité

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Fabrication de produits métalliques, première transformation des métaux	20%	17%	21%
Fabrication de produits en bois	18%	31%	12%
Activités diverses de fabrication	18%	21%	17%
Fabrication d'aliments, de boissons et de produits du tabac	12%	9%	13%
Fabrication de meubles et de produits connexes	7%	6%	8%
Fabrication de produits informatiques et électroniques	6%	0%	10%
Fabrication de matériel, d'appareils et de composants électriques	5%	3%	7%
Fabrication de machines	5%	6%	4%
Fabrication de produits chimiques	2%	0%	3%
Impression et activités connexes de soutien	2%	0%	3%
Fabrication de vêtements, de produits en cuir, usines de textiles	2%	4%	1%
Fabrication de produits minéraux non métalliques	<1%	0%	1%

Profil des répondants (2/2)

Nombre d'employés

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Moins de 5 employés	13%	12%	14%
De 5 à 9 employés	18%	12%	19%
De 10 à 19 employés	7%	13%	4%
De 20 à 49 employés	20%	20%	21%
De 50 à 99 employés	11%	6%	13%
De 100 à 249 employés	13%	18%	11%
250 employés et plus	18%	19%	18%

Siège social

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Au Québec	94%	91%	96%
Ailleurs au Canada	1%	0%	2%
Aux États-Unis	2%	3%	2%
Ailleurs dans le monde	2%	6%	1%

Chiffre d'affaires annuel

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Moins de 500 000 \$	15%	6%	18%
De 500 000 à 999 999 \$	5%	6%	5%
De 1 à 2,49 M\$	10%	12%	8%
De 2,5 à 9,99 M\$	24%	33%	20%
De 10 à 24,99 M\$	11%	6%	14%
25 M\$ et plus	29%	34%	27%

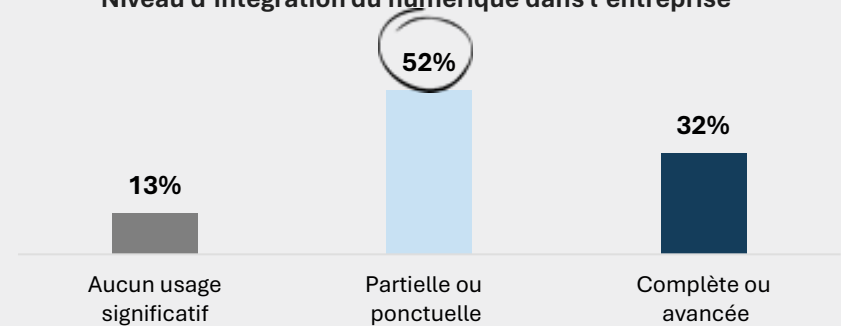
Âge des principaux propriétaires

	Total n=95	Est-du-Québec n=35	CN et CA n=59
Moins de 40 ans	5%	13%	2%
De 40 à 64 ans	76%	79%	76%
65 ans et plus	20%	9%	23%

Faits saillants et
conclusions

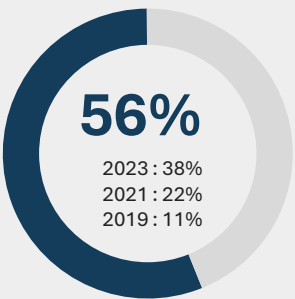
Un virage numérique entamé, mais un potentiel encore sous-exploité...

Niveau d'intégration du numérique dans l'entreprise



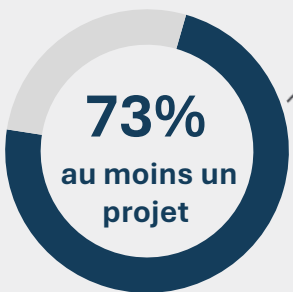
Si un tiers des entreprises manufacturières (32%) affiche une intégration numérique déjà bien amorcée, **la majorité (52%) se situe à un stade intermédiaire (partielle ou ponctuelle) où des progrès importants sont encore possibles**, tandis que 13% ne font aucun usage significatif des technologies numériques.

Entreprises qui ont un plan numérique



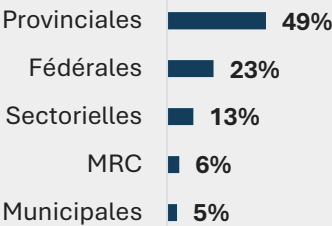
La relation entre planification et réalisation est manifeste : 95% des entreprises disposant d'un plan numérique ont concrétisé des projets récents, soulignant l'importance d'une approche structurée pour passer de l'intention à l'action.

Projets numériques réalisés au cours des trois dernières années



Valeur des investissements
Moins de 500 000 \$: 68%

Aide gouvernementale reçue



Ressources internes : un soutien essentiel à la transformation

Dans **68% des entreprises manufacturières sondées, au moins une personne est dédiée** au déploiement numérique. **La structure des démarches est étroitement liée à l'attribution de ressources professionnelles** : dans les organisations dépourvues de plan numérique, 69% n'y consacrent aucune ressource.

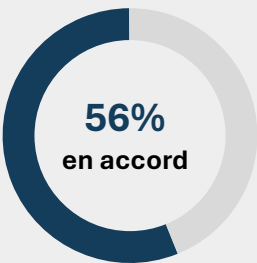
Les compétences restent un enjeu comme seuls 56 % des dirigeants et 46 % des employés sont perçus comme pleinement compétents numériquement, signalant un potentiel d'amélioration.

Ressources affectées au déploiement numérique

TOTAL AU MOINS UNE PERSONNE	68%
Une personne	14%
Deux personnes	11%
Entre trois et cinq personnes	28%
Six personnes ou plus	14%

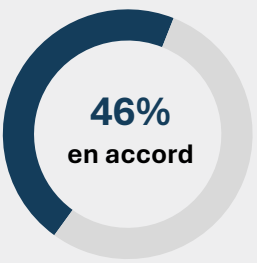
Ils ont les compétences numériques requises pour effectuer efficacement leur travail

L'équipe de direction



Totalement en accord : 25%
Plutôt en accord : 31%

Les employés



Totalement en accord : 19%
Plutôt en accord : 27%

Des technologies inégalement intégrées, mais des bénéfices largement reconnus

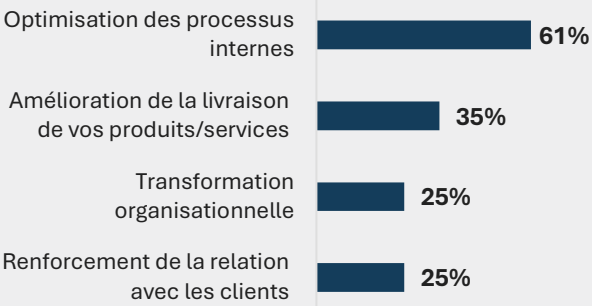
Les entreprises manufacturières se situent à différents stades d’adoption des technologies numériques, ce qui reflète la diversité des niveaux de maturité. La gestion (54%), la production (40%) et les infrastructures (34%) sont les plus adoptées de manière stratégique.*

Malgré cette hétérogénéité, 78% des dirigeants reconnaissent un impact positif du numérique sur la création de valeur, un taux qui atteint 98% parmi les entreprises dotées d’un plan numérique. L’optimisation des processus est l’effet le plus fréquemment cité (61%).

% des entreprises qui font un usage stratégique des technologies*

Gestion (ERP, CRM, PLM, etc.)	54%
Technologies de production (robotique, système d'exécution de fabrication [MES], automatisation/contrôle avancé	40%
Infrastructure et support (services infonuagiques [Cloud], cybersécurité et réalité augmentée/réalité virtuelle [AR/VR])	34%
Données et intelligence (intelligence artificielle, analytique / Big Data, Internet des objets industriel)	12%
Produits et procédés (impression 3D, jumeaux numériques)	8%

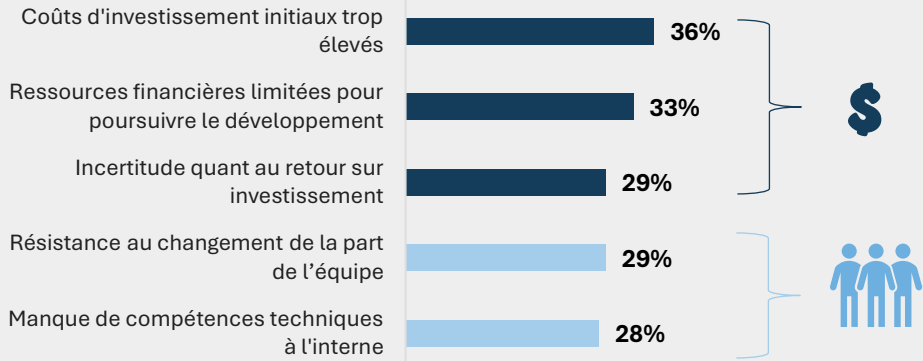
Principales répercussions



Obstacles à la transformation numérique : des freins financiers et humains interconnectés

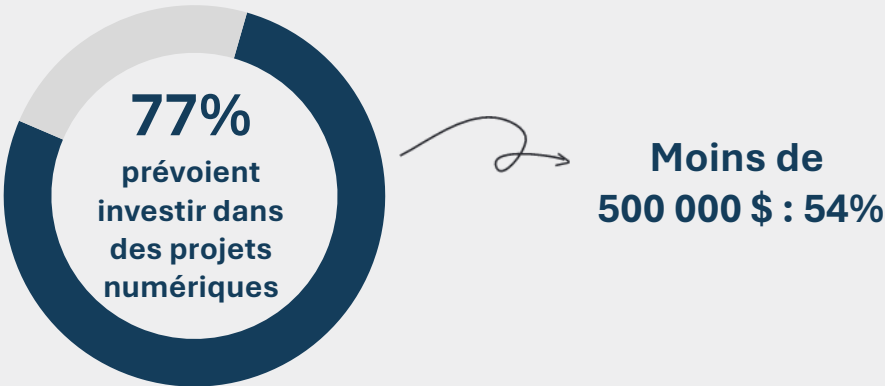
Les principaux freins à l’adoption des technologies numériques par les entreprises sondées relèvent de deux grandes catégories, soit les **contraintes financières** et les **enjeux liés aux ressources humaines**.

Principaux obstacles à la transformation numérique



77% des entreprises prévoient investir dans le numérique d’ici trois ans, mais 54% prévoient des montants inférieurs à 500 000 \$. Cela traduit une **volonté de transformation, tempérée par des contraintes budgétaires**, et une prudence face au retour sur investissement.

Investissements prévus dans les trois prochaines années



*Ces résultats excluent la non-réponse : Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre / Ne s’applique pas.

Des écarts marqués selon le chiffre d'affaires

Les entreprises manufacturières dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$ présentent un niveau de maturité numérique nettement plus élevé. Elles sont proportionnellement plus nombreuses à avoir réalisé des projets numériques (96% contre 52%), à disposer d'un plan numérique (83%, contre 42%), à utiliser les technologies de façon stratégique (4 sur 5 présentent des écarts significatifs)* et à mobiliser des ressources internes (96%, contre 52%). Elles sont aussi plus enclines à poursuivre leur transformation, car 96% d'entre elles prévoient investir dans les technologies numériques au cours des trois prochaines années (contre 65%).

À l'inverse, les entreprises de moindre taille sont proportionnellement plus nombreuses à ne faire aucun usage du numérique (chiffre d'affaires de moins de 10 M\$: 23%, contre 0%).

Différences selon le chiffre d'affaires

	Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus
Possèdent un plan numérique	42%	83%
Ont réalisé au moins un projet	52%	96%
Affectent au moins une ressource au déploiement numérique	52%	96%
Prévoient réaliser des investissements numériques d'ici trois ans	65%	96%
Aucun usage significatif des technologies	23%	0%



Grande région de Québec : une transformation numérique sous le signe de la progression

Pour le marché spécifique de la grande région de Québec, les données de l'automne 2025 révèlent une progression marquée de la maturité numérique des entreprises manufacturières. Plusieurs indicateurs témoignent d'un engagement croissant envers la transformation numérique.

- **La planification est en nette progression** : 55% des entreprises sondées disposent aujourd'hui d'un plan numérique, contre 38%** en 2023, 22% en 2021 et seulement 11% en 2019. Cette évolution s'accompagne d'une **progression significative de la réalisation de projets numériques**, passée de 48% en 2019, à 59% en 2023 et à 70% en 2025.
- **Les montants investis suivent la même tendance** : 32% des entreprises de la grande région de Québec ont injecté 500 000 \$ ou plus dans leurs projets numériques, comparativement à 14% en 2023. Les investissements d'envergure (entre 1 M\$ et 10 M\$) sont également en hausse, ce qui est déclaré par 21% des dirigeants (2023 : 7%). **Les intentions d'investissement à court terme sont élevées**, avec 76% des entreprises qui prévoient investir dans les technologies numériques au cours des trois prochaines années (2023 : 58%).
- Dans les entreprises de la région, le recours à l'aide gouvernementale pour la réalisation de ces projets a aussi augmenté, en particulier pour les programmes provinciaux (52%, contre 22%) et sectoriels (9%, contre 1%).
- Enfin, **les compétences numériques au sein des directions semblent progresser**. En 2025, 33% des dirigeants d'entreprises manufacturières de la région affirment que leur direction maîtrise pleinement les compétences nécessaires, contre 18% en 2023.

*Ces données se retrouvent à la p.24 du présent document. // **Par le passé, la question était : Votre entreprise possède-t-elle un plan numérique à jour? Oui / Non / NSP. La comparaison est donc présentée à titre indicatif.

Exportation et conjoncture : des ambitions freinées par l'incertitude

Une majorité claire des entreprises manufacturières sondées (69%) exporte hors Québec, dont 53% de façon régulière. Pour une majorité (58%), ces ventes représentent plus de la moitié de leur chiffre d'affaires. Cette activité se concentre essentiellement sur les marchés canadien (98%) et américains (83%).

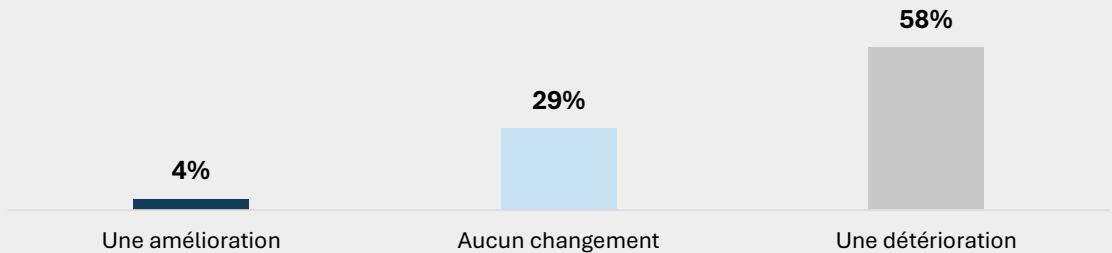
Cette présence à l'international demeure toutefois souvent peu structurée. Alors que moins du tiers (31%) des entreprises disposent d'un plan de développement à l'exportation, 45% n'ont pas de plan ni d'intention en ce sens à court terme.



Aussi, les obstacles au développement des entreprises manufacturières sont nombreux, à commencer par la pénurie de main-d'œuvre qualifiée (61%), suivie par les incertitudes liées aux tensions commerciales (48%), la conjoncture économique (47%) et la hausse des coûts de production (41%).

Les effets des tensions commerciales se font d'ailleurs clairement sentir : 58% des entreprises sondées rapportent une détérioration de leur situation et les impacts les plus fréquents concernent la réduction des marges bénéficiaires (42%), la baisse des ventes (37%) ainsi que le ralentissement des investissements (37%).

Répercussions des tensions commerciales sur la situation des entreprises

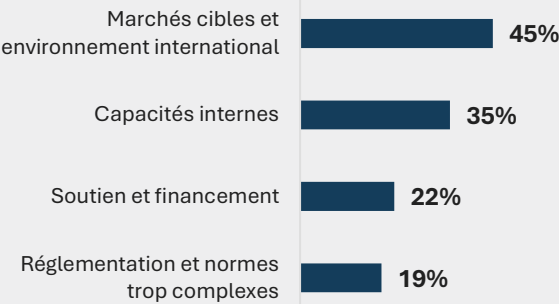


Le complément à 100% est attribuable à la non-réponse.

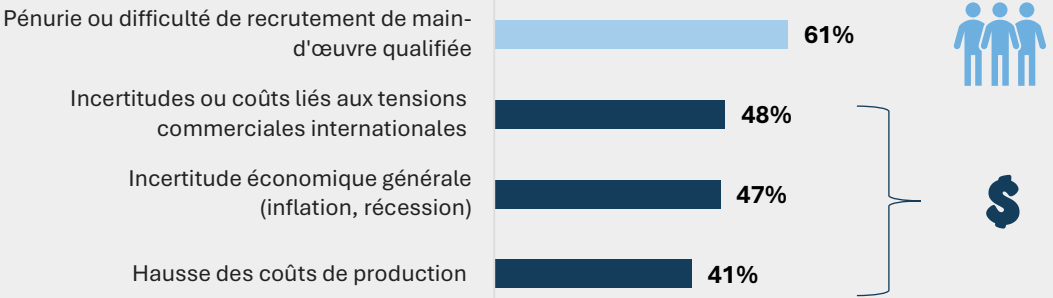
Stade de la planification du développement à l'exportation

ENTREPRISES QUI ONT UN PLAN	31%
TOTAL ENTREPRISES QUI N'ONT PAS DE PLAN	63%
Non, mais nous prévoyons en créer un prochainement	18%
Non, nous n'avons pas de plan ni d'intention à court terme	45%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	6%

Principaux obstacles à l'exportation



Principaux obstacles au développement



Impact accentué chez les exportateurs

Les entreprises exportatrices sont plus nombreuses à subir ces effets : 79% déclarent une détérioration de leur situation générale liée aux tensions commerciales et 46% un recul de la demande future. Leur exposition accrue aux marchés internationaux les rend plus sensibles à l'instabilité économique actuelle.

Ce qu'on retient de cette étude...

1

Le plan numérique est un moteur essentiel de la transformation

Les données recueillies soulignent clairement l'effet structurant d'un plan numérique dans la transformation des entreprises manufacturières. Celles ayant atteint une intégration numérique complète ou avancée sont généralement dotées d'un plan et plusieurs en sont à des étapes avancées, comme la gestion du changement ou la mise en œuvre. Ce cadre stratégique favorise non seulement la réalisation de projets, mais il est également lié à un engagement plus important en ressources humaines et financières.

2

La taille de l'entreprise joue un rôle déterminant

Les entreprises manufacturières dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$ sont systématiquement plus avancées alors qu'elles sont proportionnellement plus nombreuses à avoir un plan numérique et à avoir réalisé des projets, en plus d'investir et de mobiliser davantage de ressources internes. À l'inverse, les autres sont moins équipées et plus nombreuses à ne faire aucun usage significatif du numérique.

3

Grande région de Québec : une transformation numérique en nette accélération

La maturité numérique des entreprises manufacturières progresse clairement dans la région de Québec. De plus en plus d'entreprises disposent d'un plan numérique et concrétisent des projets. Les montants investis sont en hausse, y compris pour des projets d'envergure, et le recours à l'aide gouvernementale, notamment aux programmes provinciaux, s'intensifie.

4

Le contexte économique incertain freine la progression et accentue les écarts selon la taille des entreprises

Les entreprises font face à plusieurs obstacles externes, notamment la pénurie de main-d'œuvre, les tensions commerciales et l'instabilité économique. Combinés à des enjeux internes tels que le manque de compétences ou de ressources, ces freins limitent leur capacité à structurer leur développement, en particulier en ce qui concerne leurs activités exportatrices. À cet effet, moins du tiers ont un plan pour les marchés hors Québec, malgré une forte présence hors des frontières provinciales.

Par ailleurs, les tensions commerciales contribuent à accentuer l'écart déjà présent entre les petites et les grandes entreprises, en particulier en matière d'investissement. Déjà en retrait sur le plan de la transformation numérique, les plus petites structures voient leur marge de manœuvre encore plus réduite face aux incertitudes actuelles. Ces dynamiques soulignent l'importance d'un accompagnement ciblé pour prévenir un élargissement durable des écarts d'investissements.

5

Plan de relève : une prise de conscience encore récente

Bien que le sujet gagne en visibilité dans le débat public, la planification de la relève demeure peu structurée dans plusieurs entreprises manufacturières. Seules 17% disposent d'un plan formel et 35% sont en voie d'en mettre un en place. Ce faible niveau de préparation est préoccupant dans un contexte de vieillissement des dirigeants, en particulier parmi les entreprises de plus petite taille où l'absence de plan est nettement plus marquée.

Résultats détaillés

#1

Maturité numérique

Niveau d'intégration du numérique dans l'entreprise

NOUVELLE QUESTION

Q8. Quel est le niveau d'intégration du numérique dans votre entreprise?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Dans le tiers (32%) des entreprises manufacturières sondées, les technologies numériques sont déjà bien implantées : 8% font état d'une intégration stratégique complète et 24% d'une intégration avancée. Cela étant, la majorité (52%) se situe à un stade de maturité numérique où des progrès importants demeurent possibles.

À noter que 13% des entreprises reconnaissent ne faire aucun usage significatif du numérique, une proportion qui atteint 23% parmi celles dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 M\$.



	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	35	59
TOTAL COMPLÈTE OU AVANCÉE	32%	27%	40%	28%	34%
Intégration stratégique complète	8%	6%	12%	6%	9%
Intégration avancée	24%	21%	28%	22%	25%
TOTAL PARTIELLE OU PONCTUELLE	52%	44%	60%	57%	51%
Intégration partielle	45%	37%	58%	51%	43%
Expérimentations ponctuelles (projets pilotes isolés)	7%	7%	3%	6%	7%
AUCUN USAGE SIGNIFICATIF	13%	23%	0%	13%	10%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4%	6%	0%	3%	5%

Planification

Q9. Votre entreprise possède-t-elle un plan numérique, et si oui, à quelle étape de la planification se situe-t-elle?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Si plus de la moitié (56%) des entreprises manufacturières sondées disposent d'un plan numérique, elles se situent toutefois à différentes étapes de cette planification, à savoir : l'étape de la gestion du changement (11%), la mise en œuvre du plan numérique (10%) ou entre la prévision et le lancement des projets numériques (22%).

La vaste majorité (88%) des dirigeants ayant précédemment indiqué qu'ils en étaient à l'intégration complète ou avancée du numérique dans leur organisation (32% de l'ensemble) affirment que leur entreprise possède un plan numérique, la plupart mentionnant d'ailleurs être à un stade avancé (gestion du changement : 30%; mise en œuvre : 25%).

Aussi, les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 M\$ (42%) accusent un retard en ce sens, car moins de la moitié se sont dotées d'un plan numérique.

 **À l'automne 2025**, 55% des entreprises de la grande région de Québec sondées possèdent un plan numérique, un résultat qui laisse transparaître une progression continue depuis les dernières années (2019 : 11%, 2021 : 22%, 2023 : 38%)*

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Intégration du numérique			Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Complète ou avancée	Partielle ou ponctuelle	Aucun usage significatif	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	34	48	10**	35	59
TOTAL OUI	56%	42%	83%	88%	55%	0%	61%	55%*
Oui, à l'étape de gestion du changement	11%	12%	11%	30%	2%	0%	12%	10%
Oui, à l'étape de mise en œuvre	10%	5%	19%	25%	5%	0%	10%	11%
Oui, à l'étape des projets numériques lancés ou prévus	22%	16%	33%	21%	30%	0%	21%	23%
Oui, à l'étape de la stratégie numérique	6%	4%	10%	7%	8%	0%	12%	3%
Oui, à l'étape de l'audit ou un diagnostic numérique	7%	5%	11%	5%	11%	0%	6%	8%
Non, aucun plan n'a été élaboré	39%	55%	11%	9%	40%	100%	28%	44%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	5%	3%	5%	3%	5%	0%	11%	2%

*En 2023, 134 dirigeants d'entreprises des régions de la Capitale-Nationale et Chaudière-Appalaches ont été sondés. À ce moment, la question était : Votre entreprise possède-t-elle un plan numérique à jour? Oui / Non / NSP. La comparaison est donc présentée à titre indicatif. **En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Projets réalisés (1/2)

Q11. Combien de projets numériques avez-vous réalisés lors des trois (3) dernières années?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Dans les trois dernières années, près des trois quarts des entreprises sondées (73%) ont réalisé au moins un projet numérique, la plus grande part ayant réalisé de 2 à 5 projets (39%).

À nouveau, un écart important s’observe selon le chiffre d’affaires : la proportion d’entreprises ayant réalisé au moins un projet numérique au cours de la période de référence atteint 96% parmi celles dont le chiffre d’affaires est supérieur à 10 M\$, contrairement à 52% lorsqu’il est inférieur.

 Sur le plan géographique, 70% des entreprises manufacturières de la grande région de Québec ont réalisé un projet de ce type. Cette proportion est d'ailleurs comparable à celle obtenue en 2023 (59%), mais dénote une progression depuis 2019 (48%).

Enfin, bien que les écarts ne soient pas significatifs sur le plan statistique, les résultats laissent entrevoir que le fait de posséder un plan numérique favorise la réalisation de projets (oui : 95%).

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Plan numérique		Région		CA et CN 2023
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA	
n=	95	44	47	60	30	35	59	134
Aucun	25%	44%	3%	4%	58%	16%	28%	39%
TOTAL AU MOINS UN PROJET	73%	52%	96%	95%	37%	81%	70%	59%
1 projet	18%	19%	10%	19%	15%	23%	16%	19%
De 2 à 5 projets	39%	28%	54%	52%	20%	42%	38%	31%
6 projets et plus	16%	6%	32%	25%	3%	16%	17%	9%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	3%	4%	1%	1%	5%	3%	2%	2%

Projets réalisés (2/2)

Q12. Quelle est la valeur moyenne des investissements faits lors de ces projets?
Base : Les répondants qui ont réalisé des projets numériques au cours des trois dernières années (n=74).

→

Constat

Pour la majorité (68%) des entreprises manufacturières qui ont réalisé au moins un projet numérique lors de la période de référence (73% de l'ensemble), la valeur moyenne des investissements inhérents à leur réalisation est inférieure à 500 000 \$ et s'élevait à moins de 100 000 \$ pour la plus grande part (39%).



La valeur moyenne des investissements déclarés par les entreprises manufacturières de la **grande région de Québec** est en hausse : en 2021, 5% avaient investi 500 000 \$ ou plus, proportion qui s'élevait à 14% en 2023, puis qui grimpe à 32% cette année. De plus, 21% des organisations du territoire ont investi de 1 M\$ à 9,99 M\$, comparativement à 7% en 2023.

	TOTAL	Région		CN et CA 2023
		Est-du-Québec	CN et CA	
n=	74	28*	46	80
TOTAL MOINS DE 500 000 \$	68%	66%	68%	83%
Moins de 100 000 \$	39%	33%	42%↓	67%
De 100 000 \$ à 499 999 \$	29%	33%	26%	16%
TOTAL 500 000 \$ ET PLUS	30%	33%	32%↑	14%
De 500 000 \$ à 999 999 \$	13%	15%	11%	7%
De 1 M\$ à 9,99 M\$	16%	7%	21%↑	7%
10 M\$ et plus	1%	4%	0%	0%
Je préfère ne pas répondre	3%	7%	0%	2%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Recours à l'aide gouvernementale

Q16. Votre entreprise a-t-elle déjà bénéficié de programmes gouvernementaux afin de réaliser ses projets de transformation numérique? Veuillez indiquer la provenance des aides gouvernementales reçues :

Base : Les répondants qui ont réalisé des projets numériques au cours des trois dernières années (n=74).

→ Constat

Parmi les différents programmes gouvernementaux visant à soutenir les entreprises dans leur transformation numérique, les programmes provinciaux sont ceux dont a bénéficié le plus grand nombre (49%).

 Les entreprises de la **grande région de Québec** ont déclaré bénéficier de différents types d'aide provinciale et sectorielles dans de plus grandes proportions que celles observées en 2023.

% Oui présenté	TOTAL	Région		CN et CA 2023
		Est-du-Québec	CN et CA	
n=	74	28*	46	80
Provinciales	49%	45%	52%↑	22%
Fédérales	23%	19%	27%	14%
Sectorielles	13%	19%	9%↑	1%
Provenant de MRC	6%	11%	2%	2%
Municipales	5%	4%	5%	1%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Prévisions

Q13. Prévoyez-vous réaliser des investissements numériques d'ici les trois (3) prochaines années?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Interrogés sur leurs intentions de faire des investissements numériques au cours des trois prochaines années, 77% des dirigeants répondent par l'affirmative. Ces investissements seront majoritairement inférieurs à 500 000 \$ (54%).

Les entreprises manufacturières dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$ prévoient davantage investir dans le numérique (96%, contre 65%).

Bien que la différence ne soit pas statistiquement significative, les entreprises qui se sont dotées d'un plan numérique tendent davantage à prévoir des investissements en la matière.

 À l'instar des investissements réalisés, une augmentation s'observe dans les prévisions : trois entreprises de la grande région de Québec sur quatre (76%) prévoient investir dans des projets numériques, comparativement à 58% en 2023.

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Plan numérique		Région		CA et CN 2023
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA	
n=	95	44	47	60	30	35	59	134
Aucun	16%	29%	0%	0%	40%	9%	17%	36%
TOTAL OUI	77%	65%	96%	96%	49%	82%	76%↑	58%
Oui, de moins de 100 000 \$	28%	35%	18%	30%	27%	28%	29%	37%
Oui, de 100 000 \$ à 499 999 \$	26%	20%	38%	30%	17%	35%	22%	15%
Oui, de 500 000 \$ à 999 999 \$	10%	6%	14%	14%	5%	9%	11%	6%
Oui, de 1 M\$ à 9,9 M\$	9%	4%	17%	16%	0%	4%	13%↑	1%
Oui, de 10 M\$ et plus	3%	0%	8%	6%	0%	6%	2%	0%
Je préfère ne pas répondre	8%	5%	4%	4%	11%	9%	7%	6%

Utilisation des technologies (1/2)

NOUVELLE QUESTION

Q17. Quel est le niveau d'utilisation actuel de votre entreprise pour chacune des technologies suivantes?

Base : Tous les répondants (excluant la non-réponse*, n = variables).

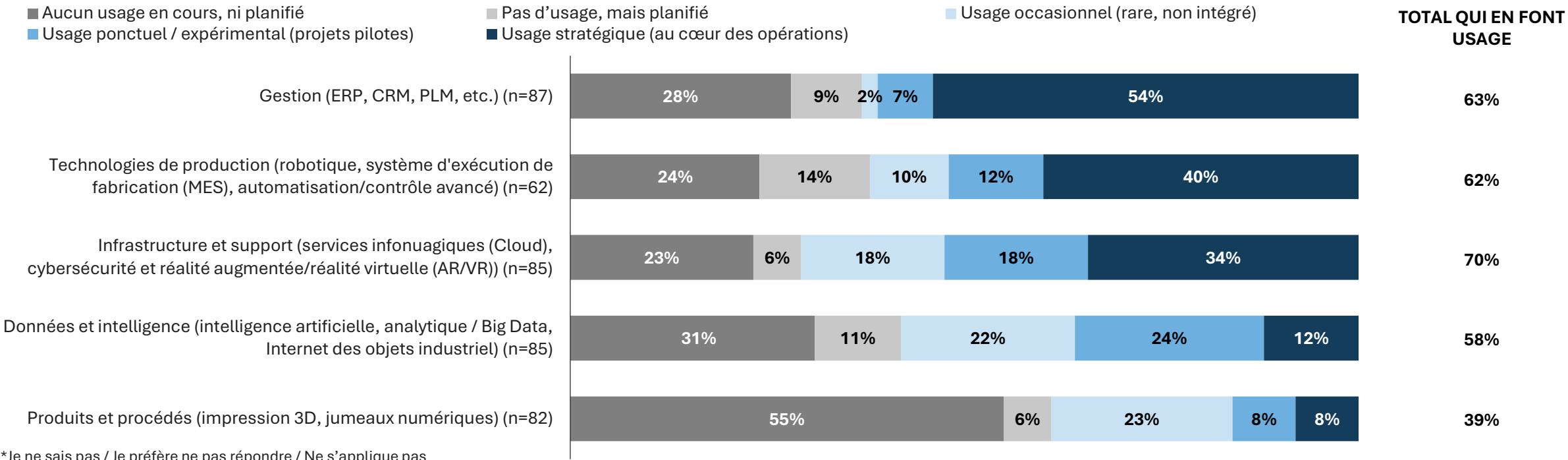
→

Constat

Les technologies de gestion, de production puis celles servant d’infrastructure et de support sont les mieux implantées dans les entreprises manufacturières : la plus grande proportion en font un **usage stratégique**, c’est-à-dire de manière bien intégrée.

Les solutions de données et d’intelligence atteignent un taux d’utilisation de 58%, mais une large part des usages demeure ponctuelle ou expérimentale (24%).

Entre 23% et 55% des dirigeants n’utilisent pas les technologies évaluées, ni ne prévoient le faire. Les technologies de produits et de procédés se démarquent à cet égard, car elles sont non seulement les moins utilisées (39%), mais aussi celles dont l’usage futur est le moins planifié (55%).



Utilisation des technologies (2/2)

NOUVELLE QUESTION

Q17. Quel est le niveau d'utilisation actuel de votre entreprise pour chacune des technologies suivantes?

Base : Tous les répondants (excluant la non-réponse*, n = variables).

→ Constat

Des écarts quant à l'intégration stratégique de quatre des cinq technologies évaluées s'observent selon le chiffre d'affaires : les entreprises manufacturières dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$ sont plus nombreuses en proportion à en faire un usage stratégique.

% <u>Usage stratégique</u> (au cœur des opérations) présenté	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA
Gestion (ERP, CRM, PLM, etc.) (n=87)	54%	31%	82%	55%	52%
Technologies de production (robotique, système d'exécution de fabrication (MES), automatisation/contrôle avancé) (n=62)	40%	25%	61%	35%	50%
Infrastructure et support (services infonuagiques (Cloud), cybersécurité et réalité augmentée/réalité virtuelle (AR/VR) (n=85)	34%	22%	46%	32%	36%
Données et intelligence (intelligence artificielle, analytique / Big Data, Internet des objets industriel) (n=85)	12%	7%	18%	12%	12%
Produits et procédés (impression 3D, jumeaux numériques) (n=82)	8%	0%	17%	8%	7%

*Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre / Ne s'applique pas

Les ressources affectées au déploiement numérique

Q14. Combien de personnes sont affectées au déploiement numérique et technologique de votre entreprise?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Au moins une personne est affectée au déploiement numérique et technologique dans la majorité des entreprises manufacturières sondées (68%), la plus forte proportion y affectant de trois à cinq employés (28%).

Parmi les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur à 10 M\$, 52% mobilisent du personnel à cette fin, une seule personne le plus souvent (23%). Dans les organisations dépourvues de plan numérique, la majorité (69%) n'y consacre aucune ressource.

Même si les écarts ne sont pas significatifs en raison de la taille des sous-échantillons, les résultats tendent à montrer une augmentation du nombre d'entreprises de la grande région de Québec qui dédie au moins une ressource au déploiement numérique (68%, contre 59% en 2023). Or, la plupart y affectent de trois à cinq personnes (32%), alors que c'était plus souvent une (25%) ou deux (17%) lors de la précédente mesure.

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Plan numérique		Région		CA et CN 2023
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA	
n=	95	44	47	60	30	35	59	134
Aucune	30%	46%	4%	6%	69%	28%	30%	39%
TOTAL AU MOINS UNE PERSONNE	68%	52%	96%	94%	29%	69%	68%	59%
Une personne	14%	23%	5%	13%	15%	21%	11%	25%
Deux personnes	11%	4%	22%	18%	3%	12%	11%	17%
Entre trois et cinq personnes	28%	16%	49%	43%	8%	22%	32%	14%
Six personnes ou plus	14%	9%	20%	20%	3%	14%	14%	3%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	2%	2%	0%	0%	3%	3%	2%	2%

Compétences numériques

Q15. Indiquez dans quelle mesure vous êtes en accord avec le fait que les membres suivants de votre entreprise possèdent toutes les compétences numériques requises pour réaliser efficacement leur travail.

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Bien que la plus grande proportion des dirigeants sondés s'accorde à dire que l'équipe de direction (56%) et les employés (46%) possèdent les compétences numériques requises pour réaliser efficacement leur travail, la plupart, 31% et 27% respectivement, expriment un accord modéré.

Dans les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$, les compétences numériques de l'équipe de direction sont reconnues de façon plus marquée (71%).

Les répondants de la grande région de Québec se disent plus convaincus des compétences de la direction que dans l'Est de la province (totalement en accord : 33%, contre 12%).

 Ce niveau de confiance est également plus élevé que celui observé en 2023 (33%, contre 18%).

	n=	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région		CA et CN 2023
			Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA	
		95	44	47	35	59	134
L'équipe de direction							
TOTAL EN ACCORD		56%	48%	71%	55%	58%	56%
Totalement en accord		25%	24%	28%	12%	33%↑	18%
Plutôt en accord		31%	24%	43%	43%	26%	38%
Ni en accord ni en désaccord		24%	24%	19%	24%	25%	23%
TOTAL EN DÉSACCORD		11%	12%	10%	12%	11%	15%
Plutôt en désaccord		6%	5%	8%	6%	6%	10%
Totalement en désaccord		5%	8%	3%	6%	5%	5%
Les employés (excluant les membres de la direction)							
TOTAL EN ACCORD		46%	43%	55%	46%	47%	45%
Totalement en accord		19%	15%	25%	18%	20%	18%
Plutôt en accord		27%	28%	30%	28%	27%	27%
Ni en accord ni en désaccord		22%	13%	27%	18%	25%	23%
TOTAL EN DÉSACCORD		26%	32%	18%	27%	26%	24%
Plutôt en désaccord		19%	23%	16%	18%	21%	17%
Totalement en désaccord		6%	10%	3%	9%	5%	8%

Le complément à 100% est attribuable à la non-réponse.

Répercussions sur la valeur pour les clients

NOUVELLE QUESTION

Q10. Selon vous, comment la transformation numérique a-t-elle influencé la manière dont votre entreprise crée, génère et livre de la valeur à ses clients?

Base : Tous les répondants (n=95). Plusieurs réponses possibles.*

→ Constat

Plus de trois dirigeants sur quatre (78%) reconnaissent que la transformation numérique a des répercussions sur la manière dont leur entreprise crée, génère et livre de la valeur, l’optimisation des processus étant l’impact le plus souvent observé (61%).

La quasi-totalité des dirigeants dont l’entreprise dispose d’un plan numérique (98%) ou dont le chiffre d’affaires est supérieur à 10 M\$ (97%) reconnaissent au moins un impact positif découlant de la transformation numérique.

	TOTAL	Chiffre d’affaires		Plan numérique		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	60	30	35	59
Aucun impact significatif	11%	21%	0%	0%	29%	11%	14%
TOTAL AU MOINS UN IMPACT	78%	62%	97%	98%	50%	77%	80%
Optimisation des processus internes (plus grande efficacité, réduction des coûts et délais opérationnels, automatisation de certaines tâches, intégration de systèmes numériques, etc.)	61%	41%	85%	82%	34%	61%	63%
Amélioration de la livraison de vos produits/services (rapidité, fiabilité, qualité, optimisation de la chaîne logistique, etc.)	35%	22%	58%	56%	4%	45%	30%
Transformation organisationnelle (nouveaux modèles de gestion ou de gouvernance, réorganisation interne, révision des rôles et responsabilités, etc.)	25%	16%	40%	40%	6%	21%	27%
Renforcement de la relation avec les clients (communication, expérience, personnalisation)	25%	21%	34%	35%	11%	21%	27%
Création de nouvelles offres ou opportunités de marché	11%	9%	16%	17%	2%	6%	15%
Autres	5%	8%	1%	5%	5%	4%	5%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	11%	17%	3%	2%	21%	11%	6%

*Les répondants pouvaient donner plus d’une réponse. Le total AU MOINS UN IMPACT est donc inférieur à la somme des éléments qui le composent.

Obstacles à une plus grande utilisation du numérique

NOUVELLE QUESTION

Q18. Quels sont les principaux obstacles à une plus grande utilisation des technologies numériques par votre entreprise?

Base : Tous les répondants (n=95). Plusieurs réponses possibles.*

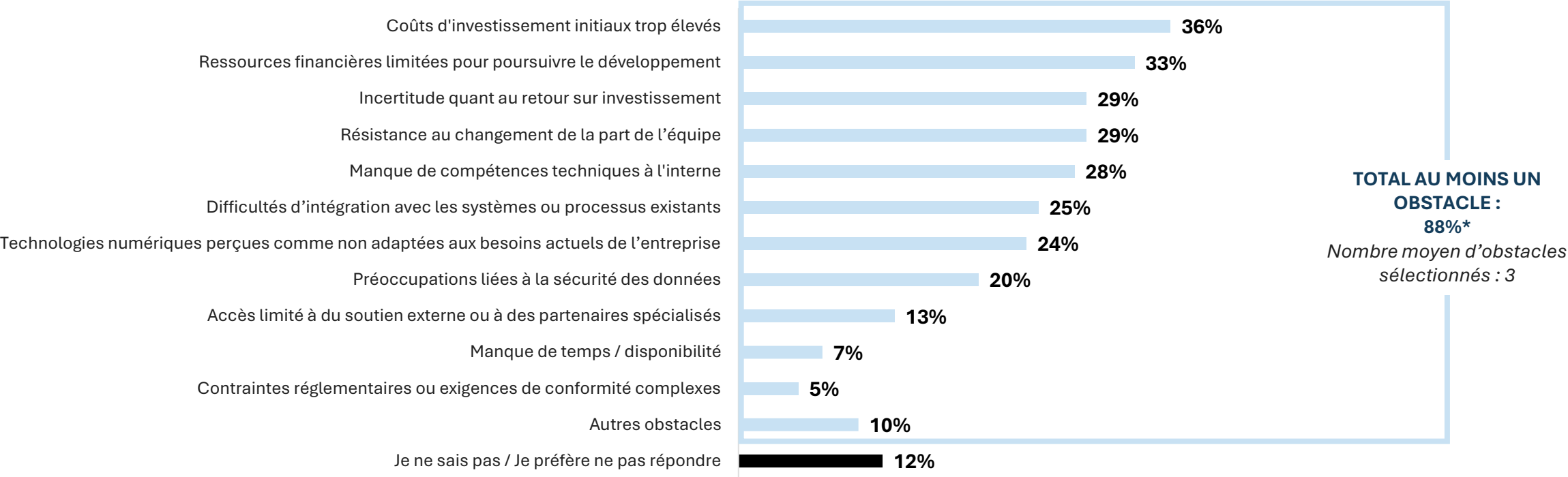
→

Constat

Les obstacles perçus à une plus grande utilisation des technologies numériques sont variés. Les plus souvent cités concernent les contraintes financières, soit les coûts d’investissements initiaux trop élevés (36%), les ressources financières limitées pour assurer la poursuite du développement (33%) et l’incertitude quant au retour sur investissement (29%).

Sur le plan des ressources humaines, la résistance au changement (29%) et le manque de compétences techniques à l’interne (28%) constituent également des obstacles non-négligeables.

Les résultats sont homogènes sur les deux territoires sondés, à l’exception de l’accès limité au soutien ou à des partenaires spécialisés, soit un obstacle plus souvent relevé dans l’Est-du-Québec (25%, contre 12% dans la grande région de Québec).



*Les répondants pouvaient donner plus d'une réponse. Le total AU MOINS UN OBSTACLE est donc inférieur à la somme des éléments qui le composent.

#2

Zoom sur les entreprises
exportatrices

Commercialisation à l'extérieur du Québec (1/2)

Q19. Votre entreprise vend-elle ses produits hors Québec?

Base : Tous les répondants (n=95).

Q20. Lequel des intervalles suivants correspond le plus au pourcentage de votre chiffre d'affaires total qui est relié à la vente hors Québec des produits que vous fabriquez?

Base : Les entreprises exportatrices (n=72).

→ Constat

Plus des deux tiers (69%) des entreprises manufacturières sondées réalisent des ventes hors Québec et ces ventes représentent plus de 50% du chiffre d'affaires d'une majorité d'entre elles (58%).



En comparant les résultats de la grande région de Québec à ceux de 2023, on constate qu'une proportion plus élevée d'entreprises manufacturières réalisent des ventes hors Québec (68%, contre 44%), qu'elles le font de façon plus régulière (58%, contre 27%) et que ces exportations représentent une part plus importante de leur chiffre d'affaires (50% ou plus : 72%, contre 33%).

	n=	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région		CA et CN 2023
			Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA	
		95	44	47	35	59	134
TOTAL OUI		69%	53%	90%	74%	68%↑	44%
Oui, de façon régulière		53%	37%	78%	46%	58%↑	27%
Oui, de façon occasionnelle		16%	16%	12%	27%	10%	16%
TOTAL NON		31%	47%	10%	26%	32%↓	55%
Non, mais nous avons l'intention de le faire à l'avenir		4%	4%	5%	6%	3%	8%
Non, et nous n'avons pas l'intention de le faire à l'avenir		27%	43%	5%	20%	29%↓	47%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre		0%	0%	0%	0%	0%	1%

Base : les entreprises exportatrices	72	26*	43	26*	46	61
TOTAL MOINS DE 50%	39%	45%	33%	58%	28%↓	64%
De 1 à 24,9%	24%	31%	15%	41%	13%↓	51%
De 25 à 49,9%	15%	14%	18%	17%	14%	13%
TOTAL 50% OU PLUS	58%	55%	64%	34%	72%↑	33%
De 50 à 74,9%	24%	14%	35%	13%	31%↑	8%
De 75 à 99,9%	33%	41%	28%	21%	41%↑	27%
100%	1%	0%	1%	0%	1%	0%

Le complément à 100% est attribuable à la non-réponse./ *En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Commercialisation à l'extérieur du Québec (2/2)

Q21. Comment se répartit votre chiffre d'affaires réalisé hors Québec selon les pays suivants?

Base : Les entreprises exportatrices (n=72).

→ Constat

Les entreprises manufacturières exportatrices distribuent principalement leurs produits dans d'autres provinces canadiennes (98%) et aux États-Unis (83%).

À l'automne 2025, les entreprises manufacturières de la grande région de Québec sont proportionnellement plus nombreuses à exporter leurs produits vers d'autres provinces canadiennes (+10 pts), les États-Unis (+23 pts) et la Chine, qui avait observé une baisse en 2023 (2021 : 15%, 2023 : 1%, 2025 : 9%).

% des entreprises qui exportent dans ces pays		Région		
	TOTAL	Est-du-Québec	CN et CA	CN et CA 2023
n=	72	26*	46	61
Provinces canadiennes	98%	96%	100%↑	90%
États-Unis	83%	67%	92%↑	69%
Pays de l'Union européenne	32%	25%	36%	22%
Mexique	15%	12%	16%	7%
Chine	9%	8%	9%↑	1%
Asie (autres que Chine et Inde)	9%	4%	11%	4%
Amérique du Sud, centrale et Antilles	8%	4%	11%	7%
Autres pays d'Europe	6%	0%	9%	12%
Océanie	4%	4%	4%	4%
Inde	3%	4%	3%	1%
Afrique	2%	0%	3%	4%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Plan de développement à l'exportation

NOUVELLE QUESTION

Q22. Votre entreprise dispose-t-elle actuellement d'un plan de développement à l'exportation?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Près de deux entreprises sur trois (63%) n'ont pas élaboré de plan de développement à l'exportation et, tandis que 18% prévoient d'en créer un prochainement, la plupart (45%) n'ont pas cette intention.

La mise en place de ce type de plan est nettement plus fréquente chez les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 10 M\$ (53%, contre 15%).

À l'échelle régionale, 36% des entreprises de la grande région de Québec disposent d'un plan, dont 32% l'ont déjà mis en œuvre. Dans l'Est-du-Québec, ces proportions s'élèvent respectivement à 22% et 15%.

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Entreprises exportatrices		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	72	23*	35	59
TOTAL OUI	31%	15%	53%	44%	0%	22%	36%
Oui, nous avons un plan structuré en cours d'exécution	25%	11%	45%	37%	0%	15%	32%
Oui, nous sommes en train de le développer	5%	4%	8%	8%	0%	7%	5%
TOTAL NON	63%	79%	42%	46%	100%	69%	59%
Non, mais nous prévoyons d'en créer un prochainement	18%	19%	19%	22%	10%	22%	16%
Non, nous n'avons pas de plan ni d'intention à court terme	45%	60%	22%	25%	90%	47%	42%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	6%	6%	5%	9%	0%	9%	5%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

Freins à l'exportation

NOUVELLE QUESTION

Q24. Selon vous, quels sont les principaux freins à l'exportation pour votre entreprise (que ce soit pour commencer à exporter ou pour accroître vos exportations)?

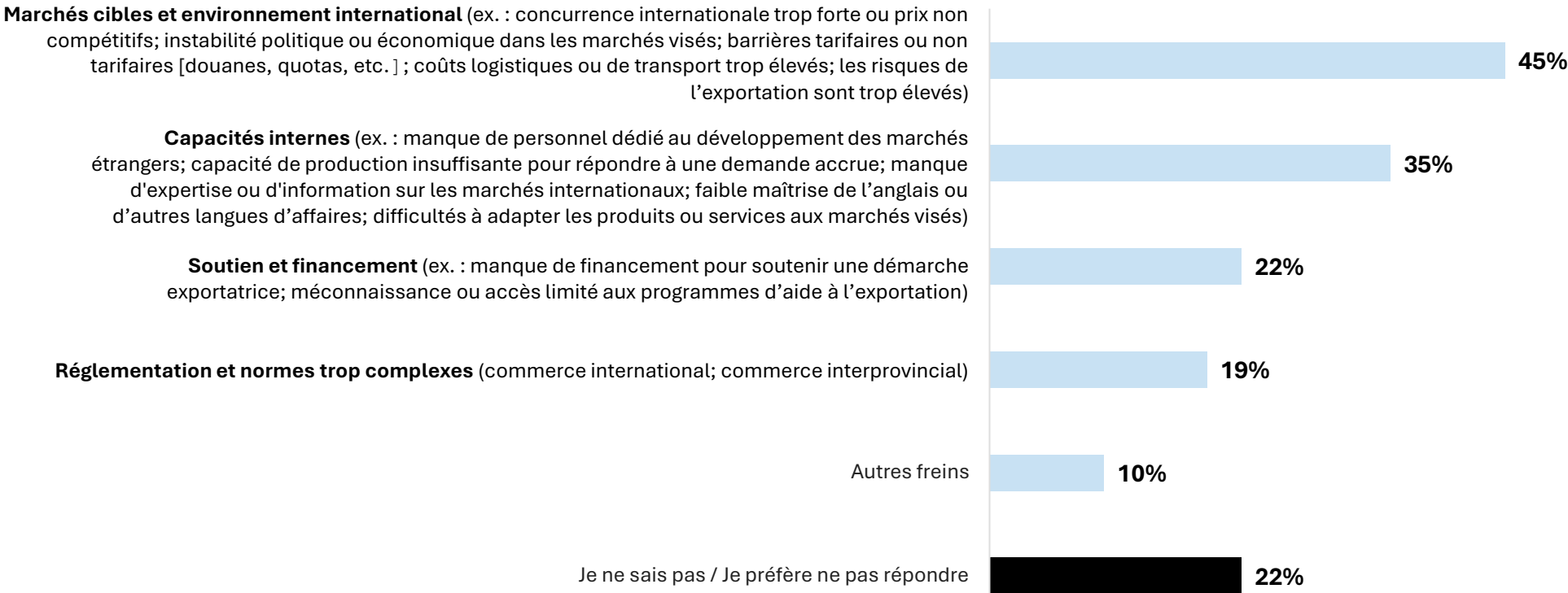
Base : Tous les répondants (n=95). Plusieurs réponses possibles.*



Constat

Pour l'ensemble des répondants, le principal frein à l'exportation concerne les marchés cibles et l'environnement international (45%), suivi des capacités internes de leur organisation (35%).

Les résultats sont homogènes sur le plan régional et au regard des différentes caractéristiques organisationnelles.



*Les répondants pouvaient donner plus d'une réponse. Le total est donc supérieur à 100%

Filiales dans un marché hors Québec

NOUVELLE QUESTION

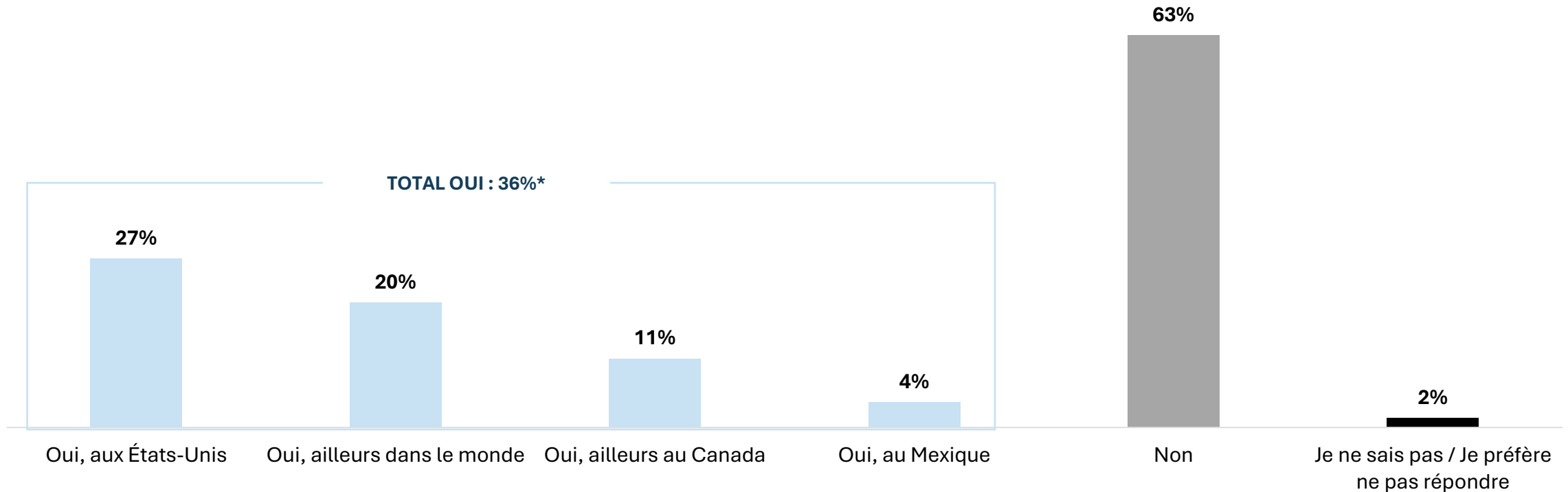
Q23. Votre entreprise possède-t-elle une ou des filiale(s) dans un marché hors Québec et si oui, indiquez la(les) localisation(s)?

Base : Les entreprises exportatrices (n=72). Plusieurs réponses possibles.*

→ Constat

Un peu plus d'une entreprise exportatrice sur trois (36%) dispose d'une filiale à l'extérieur du Québec et le marché le plus souvent identifié est celui des États-Unis (27%).

Aucune variation n'est observée selon la région ou les autres caractéristiques des entreprises.



*Les répondants pouvaient donner plus d'une réponse. Le total OUI est donc inférieur à la somme des éléments qui le composent.

#3

Impacts du climat économique

Obstacles au développement

NOUVELLE QUESTION

Q26. Parmi les éléments suivants, quels sont les principaux obstacles au développement de votre entreprise?

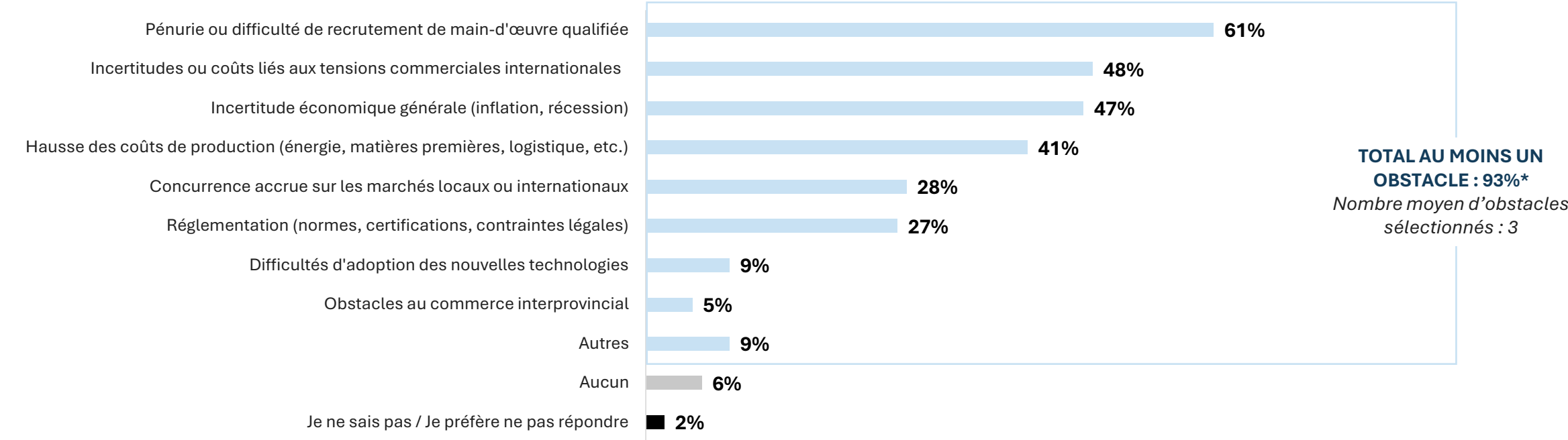
Base : Tous les répondants (n=95). Plusieurs réponses possibles.*

→ Constat

Parmi les obstacles potentiels au développement, les dirigeants sondés identifient au premier lieu la difficulté à recruter de la main-d’œuvre qualifiée (61%). Viennent ensuite les incertitudes associées au climat économique actuel, soit les coûts liés aux tensions commerciales internationales (48%), la conjoncture économique (47%) et la hausse des coûts de production (41%).

Les deux premiers enjeux sont d’ailleurs plus souvent soulevés par les entreprises dont le chiffre d’affaires est supérieur à 10 M\$ (76% et 64% respectivement). Ces incertitudes et coûts liés aux tensions commerciales sont également rapportés en tant qu’obstacle au développement par 59% des entreprises exportatrices.

Les dirigeants de l’Est-du-Québec se distinguent par ailleurs en soulignant plus fréquemment la difficulté à recruter de la main-d’œuvre qualifiée (75%, contre 55% dans la grande région de Québec) et en plaçant la hausse des coûts de production au deuxième rang des préoccupations (60%), devant l’incertitude économique générale (54%) et les tensions commerciales (49%).



*Les répondants pouvaient donner plus d’une réponse. Le total AU MOINS UN OBSTACLE est donc inférieur à la somme des éléments qui le composent.

Impact des tensions commerciales | sur la situation de l'entreprise

NOUVELLE QUESTION

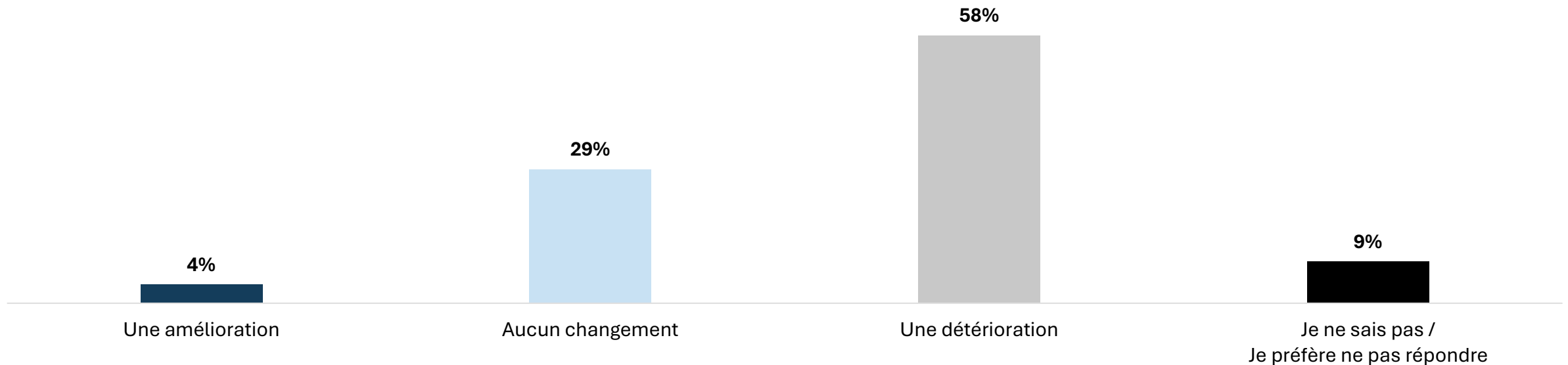
Q28. Globalement, quel effet les récentes tensions commerciales ont-elles eu sur la situation de votre entreprise? Vous avez observé...

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Pour la majorité des dirigeants sondés (58%), la situation de leur entreprise manufacturière s'est détériorée en raison des récentes tensions commerciales à l'international.

Les entreprises dont le chiffre d'affaires annuel est supérieur à 10 M\$ (79%, contre 49%) et celles qui exportent leurs produits hors du Québec (70%, contre 34% des non- exportatrices) sont proportionnellement plus nombreuses à avoir vu leur situation se détériorer en raison des tensions commerciales à l'international.



Répercussions des tensions commerciales | sur les activités et les décisions

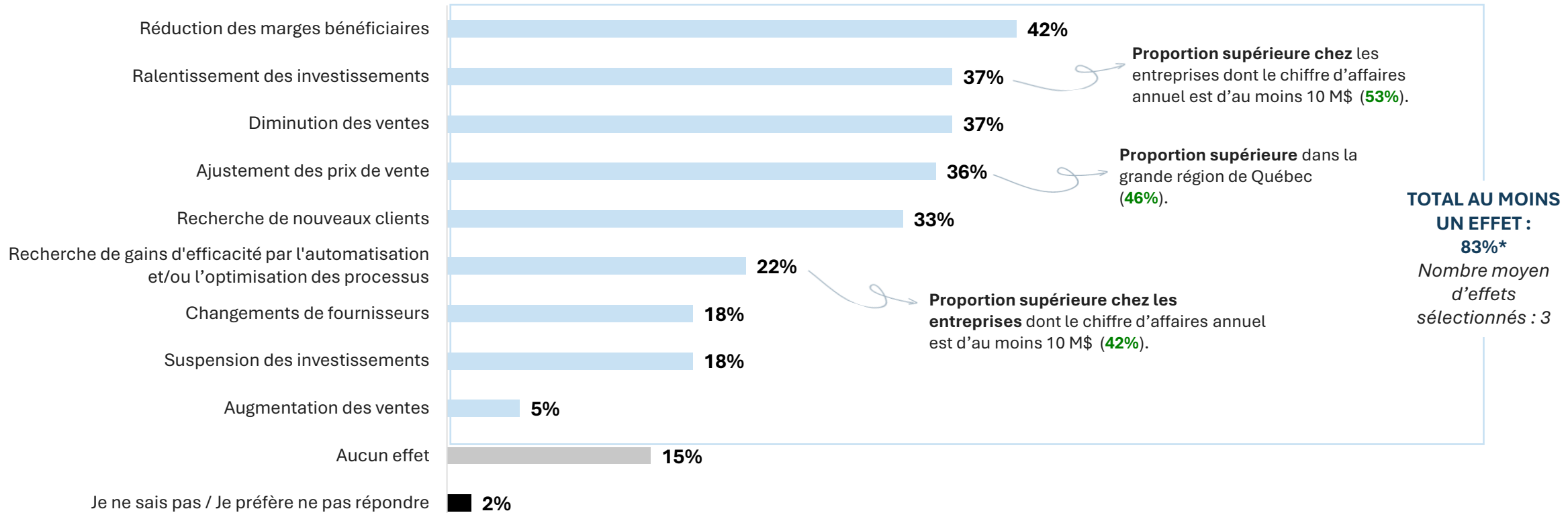
NOUVELLE QUESTION

Q29. Quels effets les tensions commerciales ont-elles eu sur les activités ou les décisions de votre entreprise?

Base : Tous les répondants (n=95). Plusieurs réponses possibles.*

→ Constat

Les tensions commerciales ont eu de multiples répercussions au sein des entreprises manufacturières sondées. Les effets les plus fréquemment rapportés par les dirigeants sont la réduction des marges bénéficiaires (42%), le ralentissement des investissements (37%), la baisse des ventes (37%), l'ajustement des prix (37%) ainsi que la recherche de nouveaux clients (33%).



*Les répondants pouvaient donner plus d'une réponse. Le total AU MOINS UN EFFET est donc inférieur à la somme des éléments qui le composent.

Évolution de la demande

NOUVELLE QUESTION

Q27. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous observé une évolution de vos indicateurs liés à la demande future (carnets de commandes, prévisions internes, demandes de soumissions, engagements contractuels)?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

Les indicateurs clés liés à la demande future n’ont pas suivi la même trajectoire pour l’ensemble des entreprises manufacturières. En effet, si la plupart (36%) ont constaté une détérioration de la situation au cours des 12 derniers mois, une proportion presque équivalente (32%) a rapporté une stabilité et 28% ont même observé une amélioration.

Parmi les entreprises dont le chiffre d’affaires est supérieur à 10 M\$, cette détérioration a été constatée par une majorité (55%).

Par ailleurs, malgré l’absence de différence significative sur le plan statistique, les résultats suggèrent que les entreprises exportatrices rencontrent davantage de difficultés (détérioration : 46%, contre 14% des non-exportatrices), tandis que la situation inverse tend à s’observer chez les entreprises non-exportatrices (47%).

	TOTAL	Chiffre d’affaires		Entreprises exportatrices		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Oui	Non	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	72	23*	35	59
Une amélioration	28%	35%	16%	20%	47%	24%	32%
Aucun changement	32%	36%	26%	29%	39%	33%	29%
Une détérioration	36%	25%	55%	46%	14%	34%	38%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4%	3%	3%	6%	0%	9%	1%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

#4

Mesure de la productivité

Mesure de la productivité

NOUVELLE QUESTION

Q30. Votre entreprise mesure-t-elle sa productivité de façon régulière?

Base : Tous les répondants (n=95).

→ Constat

À l’automne 2025, 64% des dirigeants sondés rapportent que la productivité de leur entreprise manufacturière est évaluée sur une base régulière et, dans la plupart des cas, un système formalisé est utilisé (35%).

Ce type de système est d’ailleurs présent dans la majorité des entreprises dont le chiffre d’affaires atteint 10 M\$ ou plus (60%).

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	35	59
TOTAL OUI	64%	45%	97%	62%	67%
Oui, à l'aide d'un système formalisé (indicateurs chiffrés, tableaux de bord, revues régulières)	35%	19%	60%	28%	40%
Oui, mais seulement partiellement (indicateurs incomplets ou irréguliers)	29%	26%	38%	34%	27%
TOTAL NON	31%	48%	3%	33%	28%
Non, mais l'instauration d'un système de mesure est planifiée à court/moyen terme	7%	13%	1%	15%	3%
Non, aucune mesure n'est en place ni prévue	24%	35%	2%	18%	25%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	5%	7%	0%	5%	4%

*En raison de sa taille (n<30), les résultats de ce sous-groupe sont présentés à titre indicatif.

#5

Plan de relève

Plan de relève

NOUVELLE QUESTION

Q25. Votre entreprise a-t-elle mis en place un plan de relève ou de transmission?

Base : Tous les répondants (n=95).

→

Constat

Dans environ la moitié (52%) des entreprises manufacturières sondées, la planification de la relève ou de la passation d’entreprise est déjà en place (17%), ou en voie de l’être (35%).

On retrouve d’ailleurs un plan formel dans 29% des entreprises dont le chiffre d’affaires est supérieur à 10 M\$.

	TOTAL	Chiffre d'affaires		Région	
		Moins de 10 M \$	10 M \$ et plus	Est-du-Québec	CN et CA
n=	95	44	47	35	59
Oui, un plan formel est en place	17%	11%	29%	23%	15%
Un plan est en cours d'élaboration	35%	23%	45%	39%	34%
TOTAL NON	43%	62%	24%	31%	48%
Non, mais nous prévoyons en élaborer un	22%	26%	19%	18%	24%
Non, et ce n'est pas une priorité actuellement	21%	36%	6%	13%	24%
Je ne sais pas / Je préfère ne pas répondre	4%	4%	2%	6%	3%



L'intelligence des données

leger360.com