

CHAPITRE 1:
TOUT LE SECTEUR DES
SEM

Le premier chapitre présente les résultats de l'enquête pour toutes les entreprises visées par celle-ci. Les estimations sont effectuées à partir des réponses des 465 entreprises qui représentent, grâce à la pondération⁴, les 666 entreprises québécoises ciblées par l'étude.

Les résultats présentés dans ce chapitre sont analysés selon trois variables descriptives qui se sont avérées pertinentes à la compréhension de la situation des entreprises du secteur. D'abord, du point de vue **géographique**, le Québec a été divisé en trois zones : la région métropolitaine de Montréal, la région métropolitaine de Québec et le reste du Québec. Ensuite, la variable « revenu » a été regroupée en cinq classes, afin de déterminer une partition des entreprises basée sur leur **taille**. Finalement, une variable composite a été créée afin de discerner les entreprises qui se **spécialisent** surtout dans le secteur d'activité étudié par l'enquête (50 % et plus de leurs revenus) et celles pour qui les SEM représentent moins de 50 % des revenus.

Les sujets abordés dans ce chapitre sont : l'âge des entreprises, leurs revenus, leurs activités dans différents créneaux de l'industrie étudiée, la situation actuelle de l'emploi et les prévisions d'embauche, les marchés visés et la production de cédérom. Enfin, la dernière section traite de leur présence sur Internet.

4. voir la section 6.7.1

1.1 L'âge des entreprises

En moyenne, les entreprises exerçant dans le secteur des services électroniques et du multimédia existent depuis 7,4 années. Le tableau 1.1.1 révèle que celles qui réalisent plus de 50 % de leurs activités dans le domaine étudié sont plus jeunes (âge moyen de 4,5 années) que celles qui sont davantage actives dans d'autres secteurs non reliés (12,3 années). L'âge moyen des entreprises augmente avec le revenu. Les entreprises qui ont enregistré des revenus inférieurs à 50 000 \$ au cours de leur dernière année d'exploitation existent depuis 3 ans en moyenne, alors que celles qui génèrent des revenus de 10 000 000 \$ ont, pour leur part, un âge moyen de 19 ans.

Tableau 1.1.1

Âge moyen et répartition par classes des entreprises qui exercent dans le secteur des SEM, selon certaines caractéristiques

Âge des entreprises	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Âge moyen	7,4	0,4	1	459	666
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	4,5	0,3	1	285	414
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	12,3	0,8	1	141	251
Revenus inférieurs à 50 000 \$	3,0	0,3	2	98	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	5,8	0,5	1	156	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	12,1	0,9	1	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	19,0	1,9	2	26	38
Refus de déclarer le revenu	6,4	1,0	2	77	112
Répartition par classes					
Moins de 3 ans	41,3 %	2,5 %	1	459	666
De 3 à 5 ans (-)	16,4 %	2,1 %	2	459	666
De 5 à 10 ans (-)	13,3 %	1,9 %	2	459	666
10 ans ou plus	28,9 %	2,3 %	1	459	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.1.1 permet de constater que 41,3 % des entreprises sur lesquelles l'enquête a porté ont moins de 3 ans d'existence, que 16,4 % d'entre elles ont un âge situé entre 3 et 5 ans et qu'une proportion semblable (13,3 %) ont entre 5 et 10 ans. Enfin, près d'une sur trois (28,9 %) a 10 ans ou plus d'existence.

1.2 Les revenus

Mesurer les revenus de la dernière année d'exploitation⁵ des entreprises dans un secteur d'activité comme les services électroniques et le multimédia, n'est pas une tâche facile. En effet, la distribution des revenus est très étendue, certaines entreprises ne sont que des travailleurs autonomes gagnant moins de 50 000 \$ par année, alors que d'autres déclarent des revenus qui dépassent les 100 millions de dollars. Les estimations présentées dans cette section sont donc accompagnées d'une variance élevée; elles doivent, par conséquent, être considérées avec prudence, et elles ne devraient pas être reprises hors contexte sans leur marge d'erreur.

1.2.1 Les revenus totaux

Tableau 1.2.1

Revenus totaux et moyens pour **toutes les activités** des entreprises exerçant dans le secteur des SEM

Revenu	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Revenu total	5 595 390 675 \$	1 481 766 399 \$	2	386	666
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	1 228 116 275 \$	606 421 680 \$	4	245	414
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	4 367 274 399 \$	1 400 560 441 \$	3	141	251
RMR de Montréal	5 406 155 446 \$	1 481 097 239 \$	2	281	486
RMR de Québec	116 238 581 \$	55 784 195 \$	3	47	80
Ailleurs au Québec	72 996 646 \$	46 675 139 \$	4	58	100
Revenu moyen	8 401 495 \$	2 224 876 \$	2	386	666
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	2 900 389 \$	1 423 612 \$	4	245	414
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	18 004 337 \$	5 723 848 \$	3	141	251
RMR de Montréal	11 132 914 \$	3 044 417 \$	2	281	486
RMR de Québec	1 448 965 \$	671 261 \$	3	47	80
Ailleurs au Québec	728 680 \$	447 765 \$	4	58	100

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

5. Pour faciliter la tâche des entreprises répondantes, le montant de leurs revenus était déclaré pour la dernière année complète d'exploitation plutôt que pour l'année 1996. Pour les 38 entreprises qui n'avaient pas encore terminé leur première année d'activité, mais qui étaient en mesure d'indiquer les revenus de leurs premiers mois d'activité, une extrapolation basée sur ces résultats partiels a été utilisée.

Comme le révèle le tableau 1.2.1, au cours de la dernière année d'exploitation, les entreprises visées par l'enquête ont généré des revenus bruts totaux estimés à près de 5,6 milliards de dollars, pour une moyenne de 8,4 millions de dollars par entreprise.

Les entreprises situées sur le territoire de la région métropolitaine de Montréal ont généré plus de 95 % de ce revenu total, avec un montant estimé à 5,4 milliards de dollars, pour une moyenne d'au-delà de 11 millions de dollars par entreprise. Les entreprises sises à l'extérieur de Montréal présentent des revenus sensiblement plus faibles : moins de 200 millions de dollars au total pour une moyenne située à environ 1 million de dollars par entreprise (1,4 million de dollars pour la RMR de Québec, et 728 000 \$ pour les autres régions).

Les entreprises non spécialisées (la majorité de leurs revenus provient des produits et services non reliés aux SEM) sont responsables de plus de 4,3 milliards de dollars, à raison d'une **moyenne de 18 millions de dollars** par entreprise. Les entreprises spécialisées ont réalisé des revenus supérieurs à 1,2 milliard de dollars, pour une **moyenne de 2 900 000 \$**.

1.2.2 Les revenus des activités de multimédia et de services électroniques

Les entreprises visées par l'enquête ont réalisé des revenus totaux d'environ 500 millions de dollars pour des activités reliées aux SEM au cours de la dernière année financière, comme l'indique le tableau 1.2.2. En moyenne, par entreprise, ces activités ont généré des revenus de 745 000 \$.

Un montant de revenu total attribuable au multimédia et aux services électroniques de 826 millions de dollars avait initialement été annoncé dans le cadre des faits saillants **préliminaires** rendus publics à la fin mai 1997. À la suite de validations supplémentaires, il a été constaté qu'une erreur d'interprétation du libellé d'une question avait amené la surévaluation des revenus dans la catégorie « services en ligne autres qu'Internet ». Des appels ont été effectués pour clarifier la situation, ce qui a eu pour résultat que l'estimation des revenus attribuables au multimédia et aux services électroniques a été ramenée à un montant de 496 millions de dollars.

Les entreprises de la région métropolitaine de Montréal ont réalisé près de 90 % des revenus totaux pour les activités de SEM de l'ensemble des entreprises québécoises, avec un montant estimé à plus de 438 millions de dollars, ce qui correspond à une moyenne de 903 000 \$ par entreprise. Pour leur part, les entreprises de la région de Québec ont réalisé des revenus moyens pour ces activités de l'ordre de 560 000 \$, alors que pour celles qui sont situées à l'extérieur de ces deux régions, la moyenne est de 125 000 \$.

Les entreprises spécialisées dans le domaine (qui réalisent plus de 50 % de leurs activités dans le domaine des SEM) ont généré des revenus totaux pour ces activités de près de 400 millions de dollars, pour une moyenne de 932 000 \$.

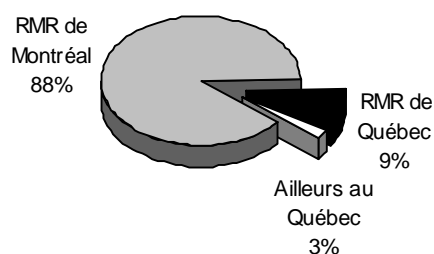
Tableau 1.2.2

Revenus totaux et moyens pour **les activités reliées aux services électroniques et au multimédia**, selon certaines caractéristiques

Revenu des activités reliées aux SEM	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Revenu total	496 260 672 \$	143 616 647 \$	2	386	666
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	103 596 535 \$	46 053 033 \$	3	141	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	392 664 136 \$	136 311 379 \$	3	245	414
RMR de Montréal	438 110 592 \$	141 975 887 \$	3	281	486
RMR de Québec	45 552 644 \$	23 566 582 \$	4	47	80
Ailleurs au Québec	12 597 434 \$	2 547 027 \$	2	58	100
Revenu moyen	745 141 \$	215 642 \$	2	386	666
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	423 384 \$	187 816 \$	3	141	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	932 011 \$	321 887 \$	3	245	414
RMR de Montréal	903 401 \$	291 894 \$	3	281	486
RMR de Québec	566 182 \$	283 687 \$	4	47	80
Ailleurs au Québec	125 245 \$	20 531 \$	2	58	100

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Répartition régionale des revenus des activités du multimédia et des services électroniques



Les entreprises de la région métropolitaine de Montréal ont réalisé plus de 88 % des revenus attribuables aux activités dans les secteurs des SEM. Celles qui sont situées dans la RMR de Québec contribuent pour 9 % du total de 496 millions de dollars, alors que les autres, situées à l'extérieur de ces deux régions ont réalisé des revenus de 12,6 millions de dollars, soit 3 % du total.

1.3 Les services offerts

La section précédente a mis en évidence la diversité des produits et services réalisés par les entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur des SEM. De fait, 251 des entreprises sur lesquelles l'enquête a porté, réalisent 50 % ou moins de leurs revenus dans ce domaine, alors que pour 414 d'entre elles, le secteur à l'étude représente plus de 50 % de ceux-ci. D'ailleurs, les revenus attribuables directement à ces produits et services (496 millions de dollars) représentent moins de 10 % de l'ensemble des revenus des entreprises visées par l'enquête (5,6 milliards de dollars).

La présente section présente un profil des différentes activités exercées par les entreprises ciblées par l'étude.

1.3.1 L'édition multimédia

L'*Enquête sur l'industrie des services électroniques et du multimédia* s'adressait à une population cible d'entreprises offrant des services dans le domaine. Les répondants désignés pour remplir le questionnaire devaient avoir les connaissances techniques pour être en mesure de comprendre les concepts dont il était question. En ce sens, il a été jugé préférable de ne pas se cloisonner dans une définition rigide et possiblement restrictive de l'édition multimédia.

Le quart (25,2 %) des entreprises visées par l'étude ont fait de l'édition multimédia sur cédérom. Les entreprises des régions métropolitaines de Québec (28,0 %) et de Montréal (27,1 %) ont, pour leur part, été plus actives dans ce créneau que celles sises ailleurs au Québec (13,2 %).

Tableau 1.3.1

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont réalisé de l'édition de type multimédia sur cédérom, selon certaines caractéristiques

Édition multimédia sur cédérom	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	25,2 %	2,2 %	1	465	666
RMR de Montréal	27,1 %	2,6 %	1	346	486
RMR de Québec	28,0 %	7,5 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	13,2 %	4,7 %	3	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	15,6 %	4,1 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	29,9 %	4,3 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	33,1 %	5,4 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	18,9 %	8,9 %	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	20,0 %	5,3 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	17,6 %	3,4 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	29,5 %	2,9 %	2	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Pour ce qui est du revenu, le tableau 1.3.1 révèle que les plus petites entreprises (moins de 50 000 \$ de revenus pour la dernière année d'exploitation) ont été relativement peu actives (15,6 %) en édition multimédia sur cédérom. En comparaison, près du tiers (29,9 %) des entreprises dont les revenus s'échelonnent entre 50 000 \$ et 499 999 \$, et une proportion semblable (33,1 %) de celles se situant dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$ ont accompli cette activité. Près d'une grande entreprise (revenus supérieurs à 10 millions de dollars) sur cinq (18,9 %) a été active dans ce secteur.

Finalement, on constate que les entreprises qui sont davantage spécialisées dans le domaine ont été proportionnellement plus actives en édition multimédia sur cédérom. En effet, près du tiers (29,5 %) d'entre elles ont tiré des revenus de cette activité, alors que chez celles considérées comme non spécialisées, cette proportion est de 17,6 %.

Au tableau 1.3.2, on remarque qu'une entreprise sur cinq (21,1 %) a fait de l'édition multimédia sur un support autre que le cédérom. Ces supports pouvaient être la borne interactive, la console, les disquettes ou toute autre forme de support numérique.

Tableau 1.3.2

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont fait de l'édition de type multimédia sur supports autres que cédérom, selon certaines caractéristiques

Édition multimédia sur autre support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	21,1 %	2,2 %	2	465	666
RMR de Montréal	22,0 %	2,6 %	2	346	486
RMR de Québec	26,0 %	7,4 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	13,1 %	4,8 %	3	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	19,7 %	4,7 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	23,6 %	4,0 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	25,0 %	5,0 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	10,9 %	7,1 %	4	28	38
Refus de déclarer le revenu	16,6 %	5,0 %	3	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	13,9 %	3,1 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	25,2 %	3,0 %	2	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Quant aux tendances observées pour les différentes variables de croisement, il y a peu de différences avec la situation observée du côté de la production multimédia sur cédérom. D'abord, les régions métropolitaines de Québec (26,0 %) et de Montréal (22,0 %) sont caractérisées par une plus grande présence⁶ de cette activité dans leurs entreprises que les autres régions du Québec (13,1 %).

Ensuite, les entreprises de taille « moyenne » (50 000 \$ - 499 999 \$: 23,6 % et 500 000 \$ - 9 999 999 \$: 25,0 %) ont davantage tendance à exercer ce type d'activité que les plus grosses (10 millions de dollars et plus : 10,9 %). Finalement, ce sont les entreprises spécialisées qui ont le plus exercé ce type d'activité, soit dans une proportion de 25,2 % contre 13,9 % pour les entreprises non spécialisées (celles dont moins de 50 % des revenus sont reliés aux SEM).

6. La différence apparente entre les proportions de Québec (26,0 %) et de Montréal (22,0 %) n'est pas significative sur le plan statistique.

1.3.2 Les services Internet

Les *services Internet* se révèlent les plus offerts par les entreprises sur lesquelles l'enquête a porté. En effet, le tableau 1.3.3 révèle que 64,9 % d'entre elles ont accompli des activités dans ce créneau du marché.

Tableau 1.3.3

Proportion des entreprises exerçant des activités dans le secteur des SEM qui ont offert des *services Internet* selon certaines caractéristiques

Services Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	64,9 %	2,3 %	1	465	666
RMR de Montréal	59,3 %	2,9 %	1	346	486
RMR de Québec	68,1 %	7,8 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	91,2 %	4,0 %	1	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	79,4 %	4,7 %	1	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	73,6 %	4,1 %	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	44,1 %	5,7 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	47,9 %	11,5 %	2	28	38
Refus de déclarer le revenu	61,9 %	6,4 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	41,5 %	4,3 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	79,1 %	2,6 %	1	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Contrairement à la situation observée dans le cas du multimédia, c'est une proportion plus importante des entreprises en région qui a offert des *services Internet*. En effet, neuf entreprises sur dix (91,2 %) sises hors des régions métropolitaines de Québec ou de Montréal ont été actives dans ce domaine au cours de leur dernière année d'exploitation contre 59,3 % pour la RMR de Montréal et 68,1 % pour la région métropolitaine de Québec.

À l'instar des entreprises situées hors des RMR de Montréal et de Québec, les plus petites entreprises se sont aussi montrées plus actives dans le créneau des *services Internet*. En effet, 79,4 % des entreprises dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ et 73,6 % de celles appartenant à la classe 50 000 \$ - 499 999 \$ ont offert ce type de service, contre moins de 50 % (44,1 % pour les 500 000 \$ à 9 999 999 \$ et 47,9 % pour la classe de 10 millions de dollars et plus) dans les entreprises les plus grosses, soit celles dont le revenu est supérieur à 500 000 \$.

Huit entreprises sur dix (79,1 %) qui exercent plus de la moitié de leurs activités dans le domaine d'intérêt de l'enquête ont offert des *services Internet*, contre 41,5 % parmi les moins spécialisées.

Le tableau 1.3.4 révèle que la *production de contenus* est le service Internet le plus offert par les entreprises ciblées par l'enquête. En effet, 55 % d'entre elles déclarent offrir ce service.

Le tiers (33,6 %) des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur des SEM offrent des services d'hébergement de sites, alors que le quart (24,3 %) d'entre elles agissent comme fournisseurs d'accès. Finalement, on remarque qu'une proportion de 37,1 % déclare effectuer d'autres types de services liés à Internet (commercialisation, soutien à la clientèle, etc.).

Tableau 1.3.4

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont offert les différents types de services Internet

Types de services Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Production de contenu	55,0 %	2,5 %	1	465	666
Services d'accès	24,3 %	2,1 %	1	465	666
Services d'hébergement	33,6 %	2,3 %	1	465	666
Autres services (commercialisation, support à la clientèle, etc.)	37,1 %	2,5 %	1	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

1.3.3 Les services en ligne autres qu'Internet

Les services en ligne autres qu'Internet comprennent le *commerce électronique et l'EDI*, la *téléconférence*, la *formation à distance*, la *télé médecine* ainsi que la *domotique*. En fait, il s'agit de tous les services **interactifs** disponibles en ligne.

Parmi les entreprises sur lesquelles l'enquête a porté, moins d'une sur cinq (15,8 %) offre de tels services. Il n'y a pas de différences significatives entre les trois différentes régions du Québec à cet égard. Par contre, le tableau 1.3.5 révèle que la tendance à offrir des *services en ligne autres qu'Internet* semble être davantage l'apanage des entreprises dont les revenus sont les plus élevés. De fait, si seulement une entreprise sur vingt (4,9 %) dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ offre ces services, cette proportion est de 29,4 % chez celles qui ont généré des revenus de plus de 10 millions de dollars au cours de leur dernière année d'exploitation.

Tableau 1.3.5

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont offert des **services en ligne autres qu'Internet**, selon certaines caractéristiques

Services en ligne autres qu'Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	15,8 %	2,0 %	2	465	666
RMR de Montréal	16,6 %	2,4 %	2	346	486
RMR de Québec	11,9 %	5,5 %	3	49	80
Ailleurs au Québec	14,6 %	5,1 %	3	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	4,9 %	2,5 %	4	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	14,8 %	3,4 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	22,0 %	4,9 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	29,4 %	10,5 %	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	19,0 %	5,2 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	10,4 %	2,8 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	18,8 %	2,7 %	2	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Près d'une entreprise spécialisée en SEM sur cinq (18,8 %) offre des *services en ligne autres qu'Internet* contre 10,4 % des entreprises non spécialisées.

Le tableau 1.3.6 précise la nature des *services en ligne autres qu'Internet* qui sont offerts par les entreprises québécoises visées par l'enquête. **Le commerce électronique et l'EDI, offerts par 8,2 % d'entre elles, s'avèrent les services de ce type les plus répandus.** Les autres services étudiés par l'enquête se sont révélés très peu répandus : la *téléconférence* et la *formation à distance* (3,5 % des entreprises), la *domotique* (2,2 %) et la *télé médecine* (1,0 %), et, finalement, quelques entreprises déclarent offrir d'autres types de services en ligne (2,9 %).

Tableau 1.3.6

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont offert **les différents types de services en ligne autres qu'Internet**

Types de services en ligne autres qu'Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Commerce électronique et EDI	8,2 %	1,5 %	2	465	666
Téléconférence	3,5 %	1,0 %	2	465	666
Formation à distance	3,5 %	1,0 %	2	465	666
Télé médecine	1,0 %	0,5 %	4	465	666
Domotique	2,2 %	0,8 %	3	465	666
Autres services	2,9 %	0,9 %	3	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

1.3.4 Le développement d'applications et de logiciels spécialisés

Plus d'une entreprise sur cinq (22,4 %) a effectué du développement d'applications et de logiciels spécialisés.

Tableau 1.3.7

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont effectué **du développement d'applications et de logiciels spécialisés, selon certaines caractéristiques**

Développement d'applications et de logiciels spécialisés	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	22,4 %	2,3 %	2	465	666
RMR de Montréal	21,2 %	2,6 %	2	346	486
RMR de Québec	31,8 %	7,8 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	22,0 %	6,0 %	2	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	11,0 %	3,8 %	3	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	26,2 %	4,2 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	30,7 %	5,3 %	4	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	18,3 %	8,8 %	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	20,4 %	5,4 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	13,8 %	3,1 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	27,5 %	3,1 %	2	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.3.7 révèle, en outre, que les entreprises de la RMR de Québec se démarquent à cet égard, cette activité ayant été exercée par près du tiers (31,8 %) d'entre elles, alors que, dans la région métropolitaine de Montréal, cette proportion s'établissait à 21,2 %.

Les entreprises dont les revenus se retrouvent dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$ ont été les plus actives dans le secteur du développement d'applications et de logiciels spécialisés avec une proportion de 30,7 %. À l'opposé, seulement 11,0 % des entreprises dont les revenus étaient inférieurs à 50 000 \$ ont déclaré avoir exercé cette activité.

Finalement, on remarque que 27,5 % des entreprises spécialisées ont effectué du développement d'applications et de logiciels contre 13,8 % des entreprises non spécialisées.

1.3.5 Les activités de support aux services électroniques et au multimédia

Les *activités de support aux SEM* consistent en l'ensemble des produits et services qui gravitent autour du domaine d'intérêt de cette enquête. On pense entre autres à la scénarisation/idéation, l'adaptation, l'infographie/animation, la numérisation, etc. Le tableau 1.3.9 permet d'avoir un aperçu plus précis de la teneur de ces activités et de leur prévalence.

Tableau 1.3.8

*Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont accompli des **activités de support**, selon certaines caractéristiques*

Activités de support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	35,2 %	2,6 %	1	465	666
RMR de Montréal	34,5 %	3,0 %	1	346	486
RMR de Québec	36,2 %	8,2 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	38,1 %	7,0 %	2	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	35,6 %	5,6 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	37,7 %	4,6 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	34,7 %	5,5 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	25,7 %	10,1 %	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	33,9 %	6,3 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	24,6 %	3,9 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	41,5 %	3,4 %	1	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.3.8 permet de constater que 35,2 % des entreprises sur lesquelles l'enquête a porté ont exécuté des travaux de support aux SEM lors de leur dernière

année financière. Il n'existe pas de différences significatives à cet égard selon la région où exercent les entreprises ou selon les classes de revenus.

Par contre, les entreprises spécialisées ont été proportionnellement plus nombreuses (41,5 %) à offrir ces services que celles dont l'activité principale est non reliée aux SEM (24,6 %).

Le tableau 1.3.9 permet de préciser la nature des activités de support étudiées par l'enquête. **On y remarque que les services infographie/animation (26,2 %), programmation (25,2 %) et numérisation (24,9 %) sont parmi les activités les plus répandues.** À l'opposé, l'adaptation (10,8 %) et la copie-maîtresse (12,0 %) sont les activités de support les moins pratiquées.

Tableau 1.3.9

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont offert les différents types d'activités de support

Types d'activités de support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Scénarisation / idéeation	16,6 %	2,0 %	2	465	666
Adaptation (localisation)	10,8 %	1,7 %	2	465	666
Infographie / animation	26,2 %	2,4 %	1	465	666
Numérisation	24,9 %	2,4 %	1	465	666
Traitement son / image	22,1 %	2,3 %	2	465	666
Programmation (préparation de contenu)	25,2 %	2,8 %	2	465	666
Intégration	21,5 %	2,3 %	2	465	666
Copie-maîtresse	12,0 %	1,8 %	2	465	666
Autres activités de support	5,6 %	1,3 %	2	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

On remarque finalement qu'une proportion de 5,6 % des entreprises déclarent exécuter d'autres types de travaux de support aux SEM.

1.3.6 Les activités non reliées aux services électroniques et au multimédia

Plus du tiers (36,8 %) des entreprises sur lesquelles l'enquête a porté sont actives dans des domaines qui ne sont pas reliés aux SEM. C'est dans la région métropolitaine de Montréal qu'on retrouve la proportion la plus importante de ces entreprises (40,5 %), alors que cette proportion s'établit à 25,8 % à Québec, et à 26,5 % dans le reste du Québec.

Tableau 1.3.10

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM qui ont accompli des **activités non reliées aux services électroniques et au multimédia** selon certaines caractéristiques

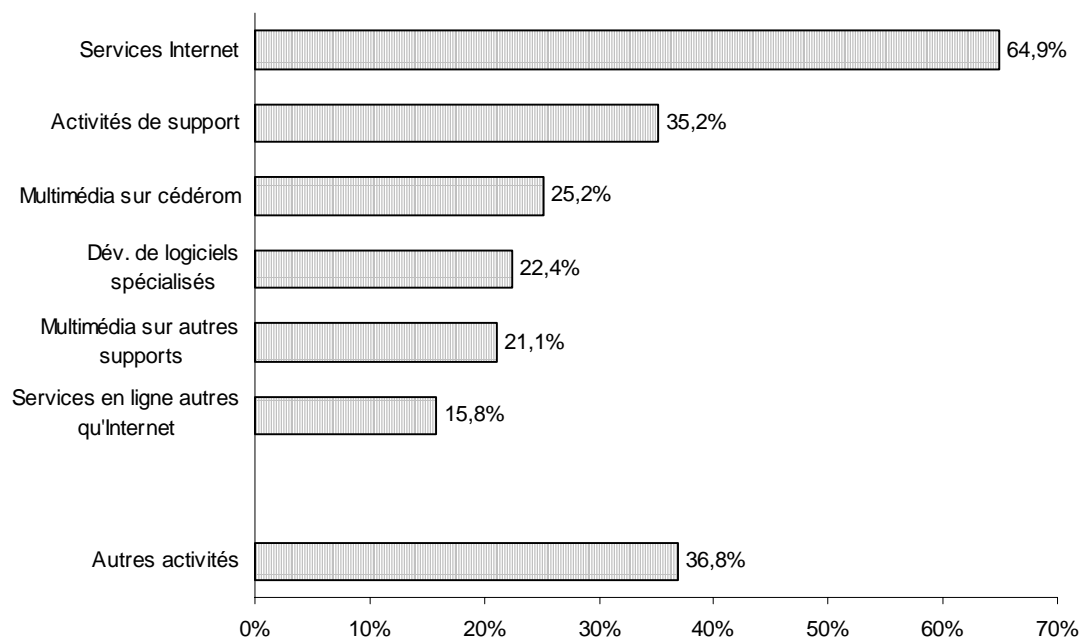
Autres activités non reliées	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	36,8 %	2,6 %	1	465	666
RMR de Montréal	40,5 %	3,1 %	1	346	486
RMR de Québec	25,8 %	7,4 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	26,5 %	6,4 %	2	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	27,7 %	5,3 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	27,8 %	4,3 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	55,8 %	5,8 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	59,3 %	11,3 %	2	28	38
Refus de déclarer le revenu	34,4 %	6,3 %	2	78	112

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Pour ce qui est des revenus, on observe une tendance très claire. Les entreprises dont les revenus sont les **plus élevés** sont proportionnellement **plus actives** dans des domaines non reliés aux SEM. En effet, les entreprises dont les revenus sont supérieurs à 500 000 \$ ont, en majorité, exercé de telles activités. Environ le quart de celles qui se situent sous la barre des 500 000 \$ en ont fait autant.

Figure 1.3

Portrait global des services offerts par les entreprises sur lesquelles l'enquête a porté



La figure 1.3 permet d'avoir une vue d'ensemble des services offerts par les entreprises ciblées par l'enquête. Évidemment, ces activités ne sont pas mutuellement exclusives, une même entreprise pouvant, à la limite, être active dans la plupart, voire dans tous ces secteurs. Les *services Internet* (64,9 %) sont les plus répandus, suivis des *activités de support* (35,2 %), de *l'édition multimédia sur cédérom* (25,2 %), du *développement d'applications et de logiciels spécialisés* (22,4 %), de *l'édition multimédia sur autres supports* (21,1 %) et enfin, des *services en ligne autres qu'Internet* (15,8 %).

Finalement, plus du tiers (36,8 %) des entreprises sur lesquelles l'enquête a porté sont actives dans d'autres secteurs d'activité *non reliés* aux SEM.

1.4 L'emploi

1.4.1 L'emploi actuel au total

Le tableau 1.4.1 révèle que plus de 34 000 travailleurs étaient à l'emploi des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur des SEM au Québec en avril 1997, à raison d'une moyenne de 51,1 employés par entreprise.

Tableau 1.4.1

Répartition (total et moyenne) de l'emploi au sein des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur des SEM, selon certaines caractéristiques

Emploi	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Emploi total (toutes les entreprises)	34 058	8 161	2	459	666
RMR de Montréal	32 401	8 159	2	341	486
RMR de Québec	828	187	2	50	80
Ailleurs au Québec	829	296	3	68	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	425	91	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	1 287	129	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	4 470	843	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	24 322	8 204	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	3 554	1 218	3	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	27 656	8 244	3	173	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	6 401	1 278	2	285	414
Emploi moyen (par entreprise)	51,1	12,3	2	459	666
RMR de Montréal	65,4	16,5	2	341	486
RMR de Québec	11,4	2,2	2	50	80
Ailleurs au Québec	8,4	2,9	3	68	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	2,9	0,6	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	5,8	0,5	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	30,5	5,2	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	630,0	189,7	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	31,7	10,5	3	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	109,7	32,4	3	173	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	15,5	3,0	2	285	414

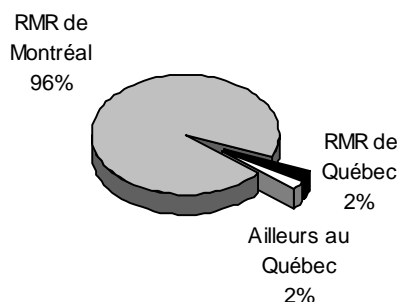
Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.4.1 révèle que la région de Montréal est caractérisée par la presque totalité des emplois avec 32 401 des quelque 34 000 emplois totaux. Les entreprises situées à l'extérieur de cette zone métropolitaine comptent environ 1 600 emplois, répartis également entre la RMR de Québec et le reste du Québec.

Les grosses entreprises (revenus de 10 millions de dollars et plus) ont en moyenne 630 employés chacune et totalisent 24 322 emplois.

Finalement, on remarque que les entreprises non spécialisées en SEM comptent en moyenne 109,7 employés, alors que chez celles qui sont spécialisées dans les secteurs d'intérêt de l'enquête, cette moyenne est de 15,5.

Répartition régionale des emplois totaux



Tel qu'il a été mentionné précédemment, 96 % des emplois au sein des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM sont situées dans la région métropolitaine de Montréal. La RMR de Québec et les autres régions en comptent 2 % chacune.

Tableau 1.4.2
Typologie de l'emploi au sein des entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine des SEM

Type d'emploi	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Total (toutes les entreprises)	34 058	8 161	2	459	666
Temps plein	30 553	7 300	2	459	666
Partiel	3 505	1 312	3	459	666
Moyenne (par entreprise)	51,1	12,3	2	459	666
Temps plein	45,9	11,0	2	459	666
Partiel	5,3	2,0	3	459	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.4.2 révèle que, parmi les 34 058 emplois au sein des entreprises visées par l'enquête, plus de 30 000 sont des emplois à temps plein, pour une moyenne de 45,9 par entreprise.

1.4.2 L'emploi spécialisé dans le domaine des services électroniques et du multimédia

En avril 1997, l'enquête permet d'estimer qu'il y avait au Québec, dans les 666 entreprises ciblées par l'enquête, un total de 8 921 emplois spécialisés en SEM, à raison d'une moyenne de 13,4 employés par entreprise. De ce nombre, 8 136 se trouvaient dans la région métropolitaine de Montréal, 316 dans celle de Québec et 296 ailleurs au Québec.

Tableau 1.4.3

Répartition (totale et moyenne) de l'emploi spécialisé au sein des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM, selon certaines caractéristiques

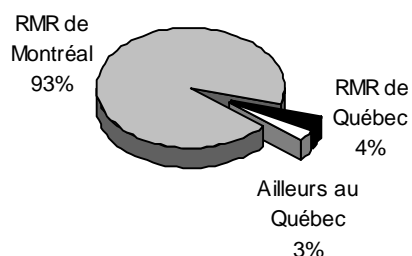
Emploi spécialisé en services électroniques et multimédia	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Emploi total (toutes les entreprises)	8 748	2 095	2	459	666
RMR de Montréal	8 136	2 096	2	341	486
RMR de Québec	316	76	2	50	80
Ailleurs au Québec	296	48	2	68	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	302	66	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	830	78	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	1 507	316	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	4 395	1 876	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	1 714	956	4	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	5 735	2 077	3	173	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	3 012	470	2	285	414
Emploi moyen (par entreprise)	13,1	3,2	2	459	666
RMR de Montréal	16,7	4,3	2	341	486
RMR de Québec	4,3	0,9	2	50	80
Ailleurs au Québec	3,0	0,4	2	68	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	2,1	0,4	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	3,7	0,3	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	10,4	2,0	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	115,6	47,4	3	28	38
Refus de déclarer le revenu	15,2	8,3	4	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	22,8	8,3	3	173	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	7,3	1,1	2	285	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.4.3 permet de constater, qu'à l'instar de la situation observée pour l'emploi en général, les plus grosses entreprises (pour ce qui est des revenus) sont aussi celles qui génèrent le plus d'emplois spécialisés, avec environ la moitié (4 568) des emplois de ce type dans les entreprises dont les revenus excèdent 10 millions de dollars. D'ailleurs, ces entreprises ont en moyenne 126,2 employés spécialisés en SEM.

Ce sont les entreprises qui ne sont pas spécialisées en SEM (qui réalisent moins de 50 % de leurs revenus avec ces activités) qui ont le plus grand nombre d'employés(5908), pour une moyenne de 23,7 par entreprise. **Pour ce qui est de celles qui sont davantage spécialisées dans le secteur d'intérêt de cette enquête, elles comptent en moyenne 7,3 employés pour un total de 3012. Ce résultat peut sembler paradoxal, mais il est facilement explicable si on tient compte du fait que les entreprises non spécialisées sont en moyenne plus grosses que les entreprises spécialisées.**

Répartition régionale des emplois spécialisés en multimédia et services électroniques



On constate que la région de Montréal compte 93 % des emplois spécialisés en SEM. La région de Québec en compte 4 % et les autres régions 3 %.

Quant à la nature des emplois, on constate au tableau 1.4.4 que la plupart sont des emplois à temps plein, à raison de 8 147 sur le total de 8 921. En fait, en moyenne, l'enquête a permis d'estimer que les entreprises ciblées comptent 12,2 employés à temps plein et 1,2 à temps partiel.

Tableau 1.4.4
Typologie de l'emploi spécialisé au sein des entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine des SEM

Type d'emplois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Total (toutes les entreprises)	8 748	2 095	2	459	666
Temps plein	8 147	1 904	2	459	666
Partiel	601	253	3	459	666
Moyenne (par entreprise)	13,1	3,2	2	459	666
Temps plein	12,2	2,9	2	459	666
Partiel	0,9	0,4	3	459	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

1.4.3 L'embauche au cours des six prochains mois

Au cours des six prochains mois, plus de la moitié (53,3 %) des entreprises ciblées par l'enquête croient que leur nombre d'employés spécialisés à temps plein va augmenter. Quatre sur dix (40,9 %) déclarent que l'emploi va demeurer stable, 2,2 % craignent une diminution et 3,6 % ne peuvent se prononcer à cet égard.

Tableau 1.4.5

Perspectives pour l'emploi spécialisé à temps plein au cours des six prochains mois au sein des entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine des SEM

Perspectives sur le nombre d'emplois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Stabilité	40,9 %	2,7 %	1	465	666
Augmentation	53,3 %	2,8 %	1	465	666
Diminution	2,2 %	0,8 %	3	465	666
Ne sait pas	3,6 %	1,0 %	2	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.4.6 présente les proportions d'entreprises qui ont l'intention d'embaucher du personnel spécialisé en SEM au cours des six prochains mois. **Il n'y a pas de différence significative à l'égard des intentions d'embauche entre les entreprises des différentes régions du Québec selon le regroupement analysé.**

Par contre, on remarque que, pour ce qui est des revenus, 67,4 % des entreprises qui se situent dans la classe de 50 000 \$ à 499 999 \$ déclarent des intentions d'embauche au cours des six prochains mois. Les autres classes de revenus ne présentent pas de différences significatives entre elles.

Finalement, on observe que près des deux tiers (61,3 %) des entreprises spécialisées vont procéder à l'embauche de personnel, contre 39,7 % des entreprises non spécialisées.

Tableau 1.4.6

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM et qui ont déclaré prévoir l'embauche de **personnel spécialisé à temps plein** selon certaines caractéristiques

Intentions d'embauche	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	53,3 %	2,6 %	1	465	666
RMR de Montréal	52,7 %	3,2 %	1	346	486
RMR de Québec	56,1 %	8,5 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	54,3 %	7,2 %	2	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	41,5 %	5,9 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	67,4 %	4,5 %	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	51,4 %	5,9 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	47,8 %	11,6 %	2	28	38
Refus de déclarer le revenu	45,0 %	6,7 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	39,7 %	4,5 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	61,3 %	3,4 %	1	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 1.4.7 indique que 1 853 emplois à temps plein devraient être créés au cours des six prochains mois. En presque totalité (1 645), ces emplois seraient créés dans la région métropolitaine de Montréal, 98 le seraient dans la RMR de Québec et 110, ailleurs au Québec.

Il semblerait que ce soit au sein des entreprises qui ont déclaré des revenus excédant 10 millions de dollars que l'intention d'embauche soit la plus forte avec une estimation de 784 nouveaux emplois, sauf que la marge d'erreur associée à cette mesure est relativement importante (366). Il est toutefois certain qu'il y a une différence significative entre les intentions d'embauche dans les entreprises dont les revenus étaient entre 50 000 \$ et 499 999 \$ (418) et celles appartenant respectivement aux classes de moins de 50 000 \$ (154) et de 500 000 \$ à 9 999 999 \$ (288).

Tableau 1.4.7

Répartition (totale et moyenne) des intentions de **création de nouveaux emplois** déclarés au sein des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM, selon certaines caractéristiques

Embauche de personnel spécialisé en services électroniques et en multimédia	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Embauche totale (toutes les entreprises)	1 853	370	2	244	351
RMR de Montréal	1 645	370	2	179	257
RMR de Québec	98	18	2	28	40
Ailleurs au Québec	110	17	2	37	53
Revenus inférieurs à 50 000 \$	154	36	2	42	60
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	418	44	2	104	149
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	288	46	2	51	73
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	784	366	3	13	19
Refus de déclarer le revenu	210	45	2	34	49
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	1 030	365	3	69	99
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	791	64	1	174	250
Embauche moyenne (par entreprise)	5,3	1,0	2	244	351
RMR de Montréal	6,4	1,4	2	179	257
RMR de Québec	2,4	0,2	1	28	40
Ailleurs au Québec	2,1	0,2	1	37	53
Revenus inférieurs à 50 000 \$	2,6	0,5	2	42	60
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	2,8	0,2	1	104	149
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	4,0	0,4	2	51	73
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	41,1	16,2	3	13	19
Refus de déclarer le revenu	4,3	0,7	2	34	49
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	10,4	3,5	3	69	99
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	3,2	0,2	1	174	250

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

1.4.4 Les difficultés de recrutement

Dans un secteur d'activité en émergence, il n'est pas surprenant de constater certains problèmes de recrutement de personnel spécialisé, à plus forte raison lorsque ce domaine est basé sur une technologie qui évolue à vitesse fulgurante. **Le tableau 1.4.8 démontre, en effet, que près de la moitié (43,7 %) des entreprises visées par l'enquête déclarent avoir des problèmes à recruter du personnel spécialisé compétent.**

Tableau 1.4.8

Proportion des entreprises exerçant leurs activités dans le secteur des SEM et qui ont déclaré avoir de **la difficulté à recruter du personnel spécialisé compétent**, selon certaines caractéristiques

Problèmes de recrutement	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	43,7 %	2,8 %	1	465	666
RMR de Montréal	41,6 %	3,2 %	1	346	486
RMR de Québec	37,9 %	8,2 %	2	49	80
Ailleurs au Québec	58,6 %	7,2 %	2	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	31,8 %	5,6 %	2	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	48,5 %	4,8 %	2	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	57,1 %	5,8 %	2	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	40,7 %	11,3 %	2	28	38
Refus de déclarer le revenu	33,6 %	6,4 %	2	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	36,4 %	4,4 %	2	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	47,9 %	3,5 %	1	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Les entreprises sises dans les régions métropolitaines de Montréal (41,6 %) et de Québec (37,9 %) sont proportionnellement moins nombreuses à déclarer éprouver de la difficulté à recruter du personnel spécialisé que celles qui sont situées à l'extérieur de ces deux régions (58,6 %).

Pour ce qui est des revenus, près d'une entreprise sur trois (31,8 %) dont les revenus étaient inférieurs à 50 000 \$ a déclaré avoir des problèmes à recruter du personnel compétent alors qu'à l'autre extrême, cette proportion s'établissait à 57,1 % dans les entreprises dont les revenus étaient dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$.

Près de la moitié (47,9 %) des entreprises spécialisées (qui réalisent plus de 50 % de leurs revenus dans le domaine des SEM) ont mentionné avoir de la difficulté dans le cadre du recrutement de personnel spécialisé, contre 36,4 % des entreprises non spécialisées.

La formation inadéquate des candidats est le motif le plus souvent mentionné (53,3 %) pour expliquer les problèmes de recrutement de personnel qualifié. Ensuite, le tableau 1.4.9 permet de constater que près de quatre entreprises sur dix (39,5 %) ont évoqué le *manque d'expérience des candidats* et qu'une proportion semblable (38,3 %) a déploré le *manque de candidats qualifiés disponibles*.

D'autres motifs ont été mentionnés par quelques entreprises : *domaine trop nouveau* (9,4 %), *demande salariale trop élevée* (8,9 %) et *situation géographique de l'entreprise* (3,5 %). Il est à noter que ce dernier motif a été mentionné surtout par les entreprises situées à l'extérieur des régions métropolitaines de Québec et de Montréal.

Tableau 1.4.9

Motifs mentionnés⁷ par les entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine des SEM pour expliquer la difficulté à recruter du personnel spécialisé

Raisons d'avoir de la difficulté à embaucher	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondeurs	Population correspondante
Formation inadéquate des candidats	53,3 %	4,2 %	1	194	290
Manque d'expérience des candidats	39,5 %	4,1 %	2	194	290
Manque de candidats qualifiés disponibles	38,3 %	4,1 %	2	194	290
Domaine trop nouveau	9,4 %	2,5 %	2	194	290
Demande salariale trop élevée	8,9 %	2,4 %	2	194	290
Situation géographique de l'entreprise	3,5 %	0,6 %	2	194	290

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

7. Les entreprises qui avaient déclaré avoir des problèmes au niveau du recrutement pouvaient évoquer plusieurs motifs pour expliquer ces difficultés.

1.5 Les marchés visés

Les entreprises visées par l'enquête sont essentiellement actives à l'intérieur du marché québécois. **En effet, le tableau 1.5.1 révèle que la proportion moyenne de leur volume d'affaires pour des activités reliées aux SEM, venant du marché québécois, s'établit à près de 79,3 %.**

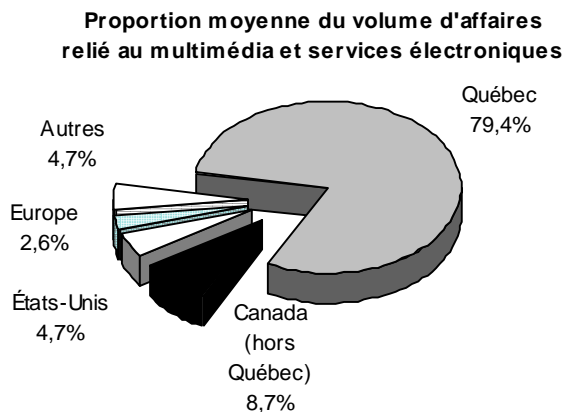
Tableau 1.5.1

Proportion moyenne du volume d'affaires des activités reliées aux SEM, provenant de différents marchés

Marchés	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Marché québécois	79,4 %	1,5 %	1	465	666
Marché canadien hors Québec	8,7 %	0,9 %	2	465	666
Marché américain	4,7 %	0,7 %	2	465	666
Marché européen	2,6 %	0,4 %	2	465	666
Autres marchés	4,7 %	0,9 %	2	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le marché *canadien hors Québec* obtient une proportion moyenne de volume d'affaires de 8,7 %, alors que le marché *américain* compte pour 4,7 % de ce volume d'affaires relié aux SEM. Pour sa part, le marché *européen* représente une moyenne de 2,6 % de celui-ci. Finalement, les *autres marchés* ont permis aux entreprises visées par l'enquête de réaliser 4,7 % de leur volume d'affaires dans le domaine des SEM.



La figure ci-contre permet de visualiser l'importance relative du marché québécois et des marchés extérieurs pour les entreprises visées par l'enquête. Tel qu'il a été mentionné précédemment, le premier est responsable, en moyenne, de près de 80 % du volume d'affaires relié aux SEM dans ces entreprises.

Le tableau 1.5.2 permet de constater que les entreprises situées à l'extérieur de la région métropolitaine de Montréal sont davantage axées sur le marché québécois pour leurs activités reliées aux SEM. En effet, le volume d'affaires moyen attribuable au marché québécois pour les entreprises de la région de Montréal est de 76,7 %, contre 90,3 % pour celles de la région métropolitaine de Québec et 84,4 % pour celles situées ailleurs au Québec.

Tableau 1.5.2

Proportion moyenne du **volume d'affaires** des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur des SEM, attribuable au **marché québécois**, selon certaines caractéristiques

Volume d'affaires du marché québécois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	79,3 %	1,5 %	1	465	666
RMR de Montréal	76,7 %	1,8 %	1	346	486
RMR de Québec	90,3 %	3,2 %	1	49	80
Ailleurs au Québec	84,4 %	3,7 %	1	70	100
Revenus inférieurs à 50 000 \$	94,2 %	1,6 %	1	99	142
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	80,3 %	2,4 %	1	158	227
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	70,8 %	3,4 %	1	102	147
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	66,9 %	7,7 %	2	28	38
Refus de déclarer le revenu	72,5 %	4,8 %	1	78	112
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	78,0 %	2,6 %	1	176	251
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	80,1 %	1,8 %	1	288	414

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Par ailleurs, le tableau précédent permet de constater que la concentration des activités reliées aux SEM à l'intérieur du marché québécois semble décroître à mesure que les revenus augmentent. En effet, si 94,2 % du volume d'affaires moyen des entreprises dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ est attribuable au marché québécois, cette proportion chute à 66,9 % dans les entreprises qui appartiennent à la classe de revenus de 10 millions de dollars et plus.

Il n'y a pas de différences significatives à cet égard selon que le degré de spécialité de l'entreprise.

1.6 La production de titres cédéroms

À toutes les entreprises qui ont déclaré avoir fait de l'édition multimédia au cours de la dernière année financière, le questionnaire demandait de préciser le nombre de titres cédéroms produits.

Le tableau 1.6.1 permet de constater qu'au Québec, il y aurait eu 1 125 titres⁸ cédéroms produits par les entreprises qui font de l'édition multimédia, dont 585 en édition/coédition et 540 exécutés sur commande.

Tableau 1.6.1
Production de titres cédéroms par les entreprises qui ont fait de l'édition multimédia

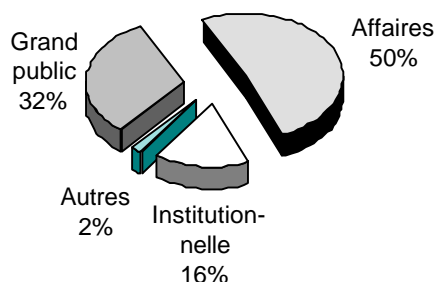
Production de titres cédéroms	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
<i>Depuis le début des activités de l'entreprise</i>					
Édition/coédition	585	155	2	110	156
Sur commande	540	87	2	110	156
Total	1125	175	2	110	156
<i>En 1996</i>					
Édition/Coédition	261	53	2	110	156
Sur commande	290	38	2	110	156
Total	551	62	2	110	156
<i>Nombre de titres au cours de la dernière année financière selon la clientèle</i>					
Grand public	170	45	2	110	156
Affaires	275	38	2	110	156
Institutionnelle	84	19	2	110	156
Autres	9	4	3	110	156

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

En 1996, 551 nouveaux titres ont été produits, dont plus de la moitié (290) ont été exécutés sur commande. De ces nouveaux titres, 170 étaient destinés à une clientèle « grand public », 275 l'étaient à une clientèle d'affaires et 84 l'étaient aux institutions (enseignement, santé, gouvernement, etc.).

8. Il est possible qu'il y ait un double comptage de certains titres qui auraient pu être déclarés par l'entreprise en ayant assuré l'édition et aussi par celle en ayant fait l'exécution sur commande. Par ailleurs, il faut noter que la question portait sur le nombre de titres cédéroms et non pas sur le nombre de titres cédéroms avec un contenu multimédia (trois éléments sur quatre).

Proportion de la production de titres cédéròms selon la clientèle



La clientèle d'affaires a acheté 50 % de la production de titres cédéròms en 1996. Le tiers de la production s'adressait à une clientèle « grand public » et 16 % à une clientèle institutionnelle.

1.7. La présence sur Internet

La presque totalité des entreprises visées par l'enquête sont présentes dans le réseau Internet. En effet, le tableau 1.7.1 révèle que 95,7 % d'entre elles ont une adresse de courrier électronique et que 80,6 % ont leur propre site sur le World Wide Web (WWW). Parmi celles qui n'y sont pas encore, les deux tiers (65,2 %) projettent l'instauration d'un tel site au cours des six prochains mois.

*Tableau 1.7.1
Présence sur Internet des entreprises visées par l'enquête*

Présence sur Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Adresse de courrier électronique	95,7 %	1,1 %	1	465	666
Site Web dédié	80,6 %	2,1 %	1	465	666
Intentions de site Web dédié	65,2 %	6,0 %	1	91	122
Intérêt pour le répertoire en ligne	88,8 %	1,8 %	1	465	666

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Finalement, le tableau 1.7.1 permet de constater que près de neuf entreprises sur dix (88,8 %) seraient intéressées à s'inscrire à un répertoire en ligne interactif qui permettrait de suivre l'évolution du secteur des SEM.

CHAPITRE 2:

L'ÉDITION MULTIMÉDIA

Ce chapitre présente les résultats de l'enquête pour les entreprises qui ont déclaré faire de l'édition multimédia. Les estimations sont effectuées à partir des réponses de 158 entreprises qui représentent, grâce à la pondération⁹, les 228 entreprises québécoises ciblées par l'étude, et qui ont été actives au cours de leur dernière année d'exploitation dans le domaine de l'édition multimédia.

Les résultats présentés dans ce chapitre sont analysés selon les mêmes trois variables descriptives qui avaient été utilisées au chapitre précédent. Les sujets abordés sont : l'âge des entreprises, leurs revenus, leurs activités dans différents créneaux de l'industrie étudiée, la situation actuelle de l'emploi et les prévisions d'embauche, les marchés visés et la production de cédérom. Enfin, la dernière section traite de leur présence sur Internet.

Il est important de rappeler que les entreprises dont il est question dans le présent chapitre constituent un sous-ensemble des entreprises qui sont visées par l'enquête. C'est pourquoi il ne faudrait alors pas envisager de faire des comparaisons avec les estimations du chapitre précédent sans tenir compte des corrélations qui existent. En ce sens, aucune comparaison systématique n'est effectuée entre les résultats présentés pour les entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur du multimédia et ceux du chapitre précédent.

Par ailleurs, en regard des chapitres suivants, il est primordial de comprendre qu'en majorité les entreprises visées par l'enquête sont **multidisciplinaires**. Parmi celles dont les réponses servent à tracer le portrait des activités de type multimédia, un grand nombre contribueront aux estimations du chapitre suivant qui traitera des services Internet. Ainsi, aucune comparaison systématique ne sera faite entre les résultats de ce chapitre et ceux des chapitres suivants.

Enfin, le présent chapitre reprend les mêmes sections et la même démarche descriptive que précédemment. Cette approche symétrique devrait faciliter la recherche d'information au sein du document et permettre au lecteur de s'y retrouver plus facilement. Ces avantages devraient compenser pour l'apparence de lourdeur et de redondance que pourrait engendrer ce procédé.

9. voir la section 6.7.1

2.1 L'âge des entreprises

En moyenne, les entreprises exerçant leurs activités dans le secteur de l'édition multimédia existent depuis **7,4 années**. Le tableau 2.1.1 révèle que celles qui réalisent plus de 50 % de leurs revenus dans le domaine étudié sont plus jeunes (âge moyen de 5,6 années) que celles qui sont davantage actives dans d'autres secteurs non reliés (12,2 années). Pour ce qui du revenu, plus celui-ci est élevé, plus les entreprises existent depuis longtemps. Les entreprises qui ont enregistré des revenus inférieurs à 50 000 \$ au cours de leur dernière année d'exploitation existent depuis 4,3 années en moyenne, alors que celles qui génèrent des revenus de 500 000 \$ et plus ont, pour leur part, un âge moyen de plus de 12,2 ans.

Tableau 2.1.1

Âge moyen et répartition par classes des entreprises qui font de l'édition multimédia, selon certaines caractéristiques

Âge des entreprises	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Âge moyen	7,4	0,6	1	158	228
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	12,2	1,7	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	5,6	0,5	1	114	164
Revenus inférieurs à 50 000 \$	4,3	0,7	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	6,1	1,1	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	12,2	1,2	1	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	12,2	3,9	3	6	9
Refus de déclarer le revenu	4,5	1,1	2	20	29
Répartition par classes					
Moins de 3 ans	40,1 %	4,5 %	2	158	228
De 3 à 5 ans (-)	17,9 %	3,5 %	2	158	228
De 5 à 10 ans (-)	13,3 %	3,2 %	2	158	228
10 ans ou plus	28,7 %	4,2 %	2	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.1.1 permet de constater que 40,1 % des entreprises qui sont actives en édition multimédia ont moins de 3 ans d'existence, que 17,9 % d'entre elles ont un âge situé entre 3 et 5 ans et qu'une proportion semblable (13,3 %) ont entre 5 et 10 ans. Enfin, près d'une sur trois (28,7 %) a 10 ans ou plus d'existence.

2.2 Les revenus

Mesurer les revenus de la dernière année d'exploitation¹⁰ des entreprises dans un secteur d'activité comme l'édition multimédia n'est pas une tâche facile. En effet, la répartition des réponses est très étendue, certaines entreprises n'étant ni plus ni moins que des travailleurs autonomes gagnant moins de 50 000 \$ par année, alors que d'autres ont des revenus qui dépassent les 100 millions de dollars. Les estimations présentées dans cette section sont donc accompagnées d'une variance élevée; par conséquent, elles doivent être considérées avec prudence. Elles ne devraient pas être reprises hors contexte sans leur marge d'erreur.

2.2.1 Les revenus totaux

Tableau 2.2.1

Revenus totaux et moyens pour **toutes les activités** des entreprises qui font de l'édition multimédia

Revenu	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Revenu total	1 108 792 985 \$	662 188 480 \$	4	140	228
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	911 908 824 \$	659 990 362 \$	4	36	62
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	196 884 160 \$	59 553 152 \$	3	104	177
RMR de Montréal	1 046 174 636 \$	660 849 262 \$	4	109	182
RMR de Québec	55 402 280 \$	43 795 819 \$	4	17	26
Ailleurs au Québec	7 216 069 \$	3 355 652 \$	3	14	20
Revenu moyen	4 650 715 \$	2 753 061 \$	4	140	228
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	14 799 270 \$	10 393 521 \$	4	36	62
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	1 113 630 \$	324 717 \$	2	104	177
RMR de Montréal	5 639 652 \$	3 522 789 \$	4	109	182
RMR de Québec	1 915 185 \$	1 447 642 \$	4	17	26
Ailleurs au Québec	300 893 \$	115 002 \$	3	14	20

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

10. Pour faciliter la tâche des entreprises répondantes, le montant de leurs revenus était déclaré pour la dernière année complète d'exploitation, plutôt que pour l'année 1996. Pour les 38 entreprises qui n'avaient pas encore terminé leur première année d'activité, mais qui étaient en mesure d'indiquer les revenus de leurs premiers mois d'activité, une extrapolation basée sur ces résultats partiels a été utilisée.

Les résultats présentés dans le tableau 2.2.1 ainsi que le texte d'analyse qui suit ne devraient être considérés qu'à titre indicatif étant donné les problèmes évidents de précision des estimations en cause.

Comme le révèle le tableau 2.2.1, au cours de la dernière année d'exploitation, les entreprises qui font de l'édition multimédia ont généré des revenus bruts totaux estimés à un peu plus de 1,1 milliard de dollars, pour une moyenne de 4,6 millions de dollars par entreprise.

Les entreprises situées sur le territoire de la région métropolitaine de Montréal ont généré près de 95 % de ce revenu total, avec un montant estimé à un peu plus de 1 milliard de dollars, pour une moyenne de 5,6 millions de dollars par entreprise. Les entreprises situées à l'extérieur de Montréal présentent des revenus sensiblement plus faibles : une moyenne située à environ 1,9 million de dollars par entreprise de la RMR de Québec et de 300 000 \$ pour les entreprises des autres régions, le tout pour un total d'un peu plus de 60 millions de dollars.

Les entreprises dont la majorité des revenus n'est pas reliée aux SEM sont responsables de plus de 911 millions de dollars, à raison d'une **moyenne de près de 15 millions de dollars** par entreprise. Celles qui se spécialisent surtout dans le domaine d'intérêt de la présente enquête ont réalisé des revenus de près de 200 millions de dollars, pour une **moyenne de 1,1 millions de dollars**.

2.2.2 Les revenus des activités de multimédia

Les entreprises qui étaient actives dans le secteur de l'édition multimédia ont réalisé des revenus totaux d'environ 68 millions de dollars pour des activités reliées à ce domaine au cours de la dernière année financière, comme l'indique le tableau 2.2.2. En moyenne, par entreprise, des revenus d'environ 289 000 \$ ont ainsi été générés.

Les entreprises de la région métropolitaine de Montréal ont réalisé près de 90 % des revenus totaux pour les activités de multimédia de l'ensemble des entreprises québécoises, avec un montant estimé à plus de 61 millions de dollars, ce qui correspond à une moyenne de près de 333 000 \$ par entreprise. Pour leur part, les entreprises de la région de Québec ont réalisé des revenus moyens pour ces activités de l'ordre de 229 000 \$, alors que pour celles qui sont situées à l'extérieur de ces deux régions, cette moyenne est de 19 000 \$.

Les entreprises spécialisées dans le domaine (qui réalisent plus de 50 % de leurs revenus dans le domaine des SEM), ont généré des revenus totaux pour ces activités de près de 53 millions de dollars, pour une moyenne de 302 000 \$.

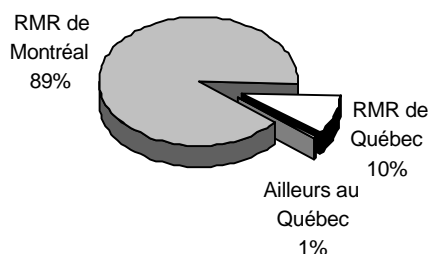
Tableau 2.2.2

Revenus totaux et moyens pour **les activités reliées au multimédia** des entreprises qui font de l'édition multimédia, selon certaines caractéristiques

Revenu des activités reliées au multimédia	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Revenu total	68 813 156 \$	18 247 543 \$	2	140	228
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	15 403 775 \$	5 956 941 \$	3	36	62
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	53 409 381 \$	17 458 597 \$	3	104	177
RMR de Montréal	61 725 641 \$	18 145 886 \$	2	109	182
RMR de Québec	6 624 373 \$	2 691 946 \$	3	17	26
Ailleurs au Québec	463 141 \$	168 493 \$	3	14	20
Revenu moyen	288 629 \$	75 196 \$	2	140	228
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	249 986 \$	90 780 \$	3	36	62
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	302 097 \$	96 590 \$	3	104	177
RMR de Montréal	332 746 \$	95 502 \$	2	109	182
RMR de Québec	228 996 \$	77 442 \$	3	17	26
Ailleurs au Québec	19 311 \$	4 741 \$	2	14	20

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Répartition régionale des revenus de l'édition multimédia



Les entreprises de la région métropolitaine de Montréal ont réalisé plus de 89 % des revenus attribuables aux activités dans le secteur de l'édition multimédia. Celles qui sont situées dans la région de Québec contribuent pour 10 % du total de 68 millions de dollars, alors que les autres, situées à l'extérieur des deux régions métropolitaines, ont réalisé des revenus de 463 141 \$, soit moins de 1 % du total.

2.3 Les services offerts

La section 2.3 présente le profil des différentes activités exercées par les entreprises qui font de l'édition multimédia. Tel qu'il a été mentionné en introduction, ces entreprises sont, en grande majorité, multidisciplinaires et offrent plusieurs des activités étudiées dans le cadre de cette enquête.

2.3.1 L'édition multimédia

Comme spécifié dans le cadre du chapitre précédent, il n'a pas été jugé nécessaire de définir spécifiquement ce qu'on entendait par *édition multimédia* à l'aide d'une définition rigide et possiblement restrictive.

Les trois quarts (73,4 %) des entreprises qui effectuent de l'édition multimédia ont exercé cette activité sur support de type cédérom. Il n'y a pas de différences significatives à cet égard selon la région où sont situées ces entreprises.

Tableau 2.3.1

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont réalisé cette activité **sur cédérom** selon certaines caractéristiques

Édition multimédia sur cédérom	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	73,4 %	4,1 %	1	158	228
RMR de Montréal	74,4 %	4,6 %	1	126	182
RMR de Québec	73,6 %	12,2 %	2	18	27
Ailleurs au Québec	64,4 %	15,1 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	49,6 %	10,3 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	79,5 %	6,3 %	1	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	80,5 %	7,2 %	1	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	72,4 %	20,0 %	2	6	9
Refus de déclarer le revenu	79,3 %	11,1 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	70,3 %	8,2 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	74,4 %	4,7 %	1	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Pour ce qui est du revenu, le tableau 2.3.1 révèle que les plus petites entreprises (moins de 50 000 \$ de revenus pour la dernière année d'exploitation) qui font de l'édition multimédia ont été relativement peu actives (49,6 %) sur support cédérom. En comparaison, plus des trois quarts (79,5 %) des entreprises dont les revenus s'échelonnent entre 50 000 \$ et

499 999 \$ et une proportion semblable (80,5 %) de celles se situant dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$ ont exercé l'activité sur ce support.

Finalement, on constate qu'il n'y a pas de différences significatives à l'égard de la production sur cédérom selon le degré de spécialité des entreprises dont il est question dans le présent chapitre.

Au tableau 2.3.2, on remarque que parmi les entreprises qui étaient actives dans le domaine de l'édition multimédia, près des deux tiers (61,6 %) ont effectué de la production sur d'autres supports que le cédérom. Ces supports pouvaient être la borne interactive, la console, les disquettes ou toute autre forme de support numérique.

Tableau 2.3.2

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont fait de l'édition de type multimédia sur supports autres que cédérom selon certaines caractéristiques

Édition multimédia sur autre support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	61,6 %	4,5 %	1	158	228
RMR de Montréal	60,3 %	5,1 %	1	126	182
RMR de Québec	68,4 %	12,8 %	2	18	27
Ailleurs au Québec	64,1 %	15,1 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	62,3 %	10,0 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	62,8 %	7,4 %	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	60,9 %	8,6 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	41,9 %	22,3 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	65,7 %	12,5 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	55,3 %	8,8 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	63,7 %	5,3 %	1	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Quant aux tendances observées pour les différentes variables de croisement, il n'y a pas de différences significatives selon la région, le revenu de l'entreprise ou le degré de spécialité de celle-ci.

2.3.2 Les services Internet

La majorité des entreprises actives dans le domaine de l'édition multimédia ont aussi offert des services Internet. **En effet, le tableau 2.3.3 révèle que 70,0 % d'entre elles ont exercé des activités dans ce secteur.**

Tableau 2.3.3

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont aussi offert des **services Internet** selon certaines caractéristiques

Services Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	70,0 %	4,2 %	1	158	228
RMR de Montréal	67,8 %	4,8 %	1	126	182
RMR de Québec	73,7 %	11,8 %	2	18	27
Ailleurs au Québec	85,5 %	11,0 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	65,4 %	9,9 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	82,9 %	5,8 %	1	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	48,3 %	9,0 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	70,3 %	21,1 %	3	6	9
Refus de déclarer le revenu	84,7 %	9,6 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	44,0 %	8,8 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	79,8 %	4,3 %	1	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Les entreprises de la RMR de Montréal qui font de l'édition multimédia sont proportionnellement moins nombreuses (67,8 %) à offrir des services Internet que celles qui sont situées hors des deux régions métropolitaines (85,5 %).

Pour ce qui est des revenus, celles qui se situent dans la classe de 50 000 \$ à 499 999 \$ ont été les plus nombreuses (82,9 %) à offrir à la fois de l'édition multimédia et des services Internet. À l'autre extrême, seulement 48,3 % de celles dont les revenus sont entre 500 000 \$ et 9 999 999 \$ et qui font de l'édition multimédia ont exercé les deux activités.

Huit entreprises sur dix (79,8 %) qui font de l'édition multimédia et qui réalisent plus de la moitié de leurs revenus dans le domaine d'intérêt de l'enquête ont offert des *services Internet*, contre 44,0 % parmi les entreprises moins spécialisées.

Le tableau 2.3.4 révèle que la *production de contenus* est le service Internet le plus offert par les entreprises étudiées dans le présent chapitre. En effet, 61,8 % d'entre elles déclarent offrir ce service.

Moins du tiers (29,4 %) des entreprises qui exercent leurs activités dans le secteur du multimédia offrent des services d'hébergement de sites alors que 14,6 % d'entre elles agissent comme fournisseurs d'accès. Finalement, on remarque qu'une proportion de 34,6 % déclarent effectuer d'autres types de services reliés à Internet (commercialisation, support à la clientèle, etc.).

Tableau 2.3.4

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont offert **les différents types de services Internet**

Types de services Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Production de contenu	61,8 %	4,4 %	1	158	228
Services d'accès	14,6 %	3,3 %	2	158	228
Services d'hébergement	29,4 %	4,2 %	2	158	228
Autres services (commercialisation, support à la clientèle, etc.)	34,6 %	4,4 %	2	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

2.3.3 Les services en ligne autres qu'Internet

Les services en ligne autres qu'Internet comprennent le *commerce électronique et l'EDI*, la *téléconférence*, la *formation à distance*, la *télé médecine* ainsi que la *domotique*. Il s'agit en fait de tous les services **interactifs** disponibles en ligne.

Moins d'une entreprise sur cinq (17,0 %), actives dans le domaine de l'édition multimédia offre de tels services. Il n'y a pas de différences significatives entre les différentes régions du Québec à cet égard. Par contre, le tableau 2.3.5 révèle que la tendance à offrir des services en ligne autres qu'Internet semble être davantage l'apanage des entreprises dont les revenus sont les plus élevés. De fait, si moins d'une entreprise sur vingt (3,2 %) dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ offre ces services, cette proportion est de 21,6 % dans les entreprises qui ont généré des revenus entre 500 000 \$ et 10 millions de dollars au cours de leur dernière année d'exploitation. Il n'y a pas de différence significative selon le degré de spécialité de l'entreprise.

Tableau 2.3.5

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont offert des **services en ligne autres qu'Internet**, selon certaines caractéristiques

Services en ligne autres qu'Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	17,0 %	3,5 %	2	158	228
RMR de Montréal	15,1 %	3,8 %	2	126	182
RMR de Québec	15,7 %	10,0 %	4	18	27
Ailleurs au Québec	35,8 %	15,1 %	3	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	3,2 %	3,6 %	4	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	17,1 %	5,9 %	3	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	21,6 %	7,5 %	3	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	27,6 %	20,0 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	25,2 %	11,4 %	3	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	11,7 %	5,9 %	4	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	18,3 %	4,3 %	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.3.6 précise la nature des *services en ligne autre qu'Internet* offerts par les entreprises québécoises qui font de l'édition multimédia. **Le commerce électronique et l'EDI s'avèrent les services de ce type les plus répandus, car 8,8 % des entreprises déclarent les offrir.** Les autres services étudiés par l'enquête se sont révélés très peu répandus : la *formation à distance* (5,1 %), la *téléconférence* (2,6 %), la *domotique* (1,9 %) et la *télé médecine* (1,3 %). Finalement, quelques entreprises (1,9 %) déclarent offrir d'autres types de services en ligne.

Tableau 2.3.6

Proportion des entreprises effectuant de l'édition multimédia qui ont offert **les différents types de services en ligne autres qu'Internet**

Types de services en ligne autres qu'Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Commerce électronique et EDI	8,8 %	2,7 %	3	158	228
Téléconférence	2,6 %	1,5 %	4	158	228
Formation à distance	5,1 %	2,1 %	3	158	228
Télé médecine	1,3 %	1,0 %	4	158	228
Domotique	1,9 %	1,3 %	4	158	228
Autres services	1,9 %	1,3 %	4	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

2.3.4 Le développement d'applications et de logiciels spécialisés

Une entreprise sur trois (33,9 %), actives dans le domaine de l'édition multimédia, a effectué du développement d'applications et de logiciels spécialisés.

Tableau 2.3.7

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont effectué du développement d'applications et de logiciels spécialisés, selon certaines caractéristiques

Développement de logiciels et d'applications spécialisés	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	33,9 %	4,4 %	2	158	228
RMR de Montréal	29,3 %	4,8 %	2	126	182
RMR de Québec	47,3 %	13,7 %	2	18	27
Ailleurs au Québec	57,3 %	15,5 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	15,7 %	7,5 %	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	39,0 %	7,5 %	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	45,9 %	8,9 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	13,8 %	15,4 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	30,2 %	12,2 %	3	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	22,8 %	7,4 %	3	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	37,6 %	5,3 %	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.3.7 révèle, en outre, que les entreprises situées à l'extérieur des régions de Québec et de Montréal se démarquent à cet égard, cette activité ayant été exercée par la majorité (57,3 %) d'entre elles, alors que, dans la région métropolitaine de Montréal, cette proportion s'établissait à 29,3 %.

Les entreprises « multimédia » dont les revenus se retrouvent dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$ ont été les plus actives dans le secteur du développement d'applications et de logiciels spécialisés avec une proportion de 45,9 %. À l'opposé, seulement 15,7 % de celles dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ ont déclaré avoir exercé cette activité.

Finalement, on remarque que 37,6 % des entreprises spécialisées ont effectué du développement d'applications et de logiciels contre 22,8 % des entreprises non spécialisées.

2.3.5 Les activités de support aux services électroniques et au multimédia

Les *activités de support aux SEM* consistent en l'ensemble des services qui gravitent autour du domaine d'intérêt de cette enquête. On pense entre autres à la scénarisation/idéation, l'adaptation, l'infographie/animation, la numérisation, etc. Le tableau 2.3.9 permet d'avoir un aperçu plus précis de la teneur de ces activités et de leur prévalence chez les entreprises actives en édition multimédia.

Tableau 2.3.8

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont réalisé des **activités de support**, selon certaines caractéristiques

Activités de support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	47,4 %	4,6 %	1	158	228
RMR de Montréal	44,7 %	5,2 %	2	126	182
RMR de Québec	42,2 %	13,6 %	3	18	27
Ailleurs au Québec	78,4 %	13,1 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	40,1 %	10,2 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	47,2 %	7,7 %	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	48,2 %	8,9 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	28,1 %	20,4 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	64,6 %	12,7 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	34,4 %	8,5 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	51,9 %	5,5 %	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.3.8 permet de constater que **47,4 % des entreprises offrant des services d'édition multimédia ont exécuté des travaux de support aux SEM au cours de leur dernière année financière**. Il n'existe pas de différences significatives à cet égard selon les classes de revenus. Par contre, les entreprises qui sont situées dans la RMR de Montréal (44,7 %) ou celle de Québec (42,2 %) ont été proportionnellement moins actives dans ce créneau que celles qui se trouvent à l'extérieur de ces deux régions (78,4 %).

Les entreprises spécialisées ont été proportionnellement plus nombreuses (51,9 %) à offrir ces services que celles dont les revenus proviennent de sources non reliées aux SEM (34,4 %).

Le tableau 2.3.9 permet de préciser la nature des activités de support étudiées dans l'enquête. **On y remarque que les services infographie/animation (40,4 %), program-**

mation (39,8 %) et numérisation (37,2 %) sont parmi les activités les plus répandues. À l'opposé, la *copie-maîtresse* (22,8 %) et l'*adaptation* (17,2 %) sont les activités de support les moins pratiquées.

Tableau 2.3.9

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont offert les différents types d'activités de support

Types d'activités de support	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Infographie / animation	40,4 %	4,6 %	2	158	228
Programmation (préparation de contenu)	39,8 %	4,5 %	2	158	228
Numérisation	37,2 %	4,5 %	2	158	228
Traitement son / image	34,1 %	4,4 %	2	158	228
Intégration	32,9 %	4,4 %	2	158	228
Scénarisation / idéeation	28,4 %	4,1 %	2	158	228
Copie-maîtresse	22,8 %	3,8 %	2	158	228
Adaptation (localisation)	17,2 %	3,4 %	2	158	228
Autres activités de support	5,1 %	2,1 %	3	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

On remarque finalement qu'une proportion de 5,1 % des entreprises déclarent accomplir d'autres types de travaux de support aux SEM.

2.3.6 Les activités non reliées aux services électroniques et au multimédia

Plus du tiers (35,9 %) des entreprises qui font de l'édition multimédia sont aussi actives dans des domaines qui ne sont pas reliés aux SEM. C'est dans la région métropolitaine de Montréal qu'on retrouve la proportion la plus importante de ces entreprises (40,5 %), alors que cette proportion s'établit à 15,6 % dans la RMR de Québec et à 21,3 % ailleurs au Québec.

Tableau 2.3.10

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont réalisé des **activités non reliées aux SEM**, selon certaines caractéristiques

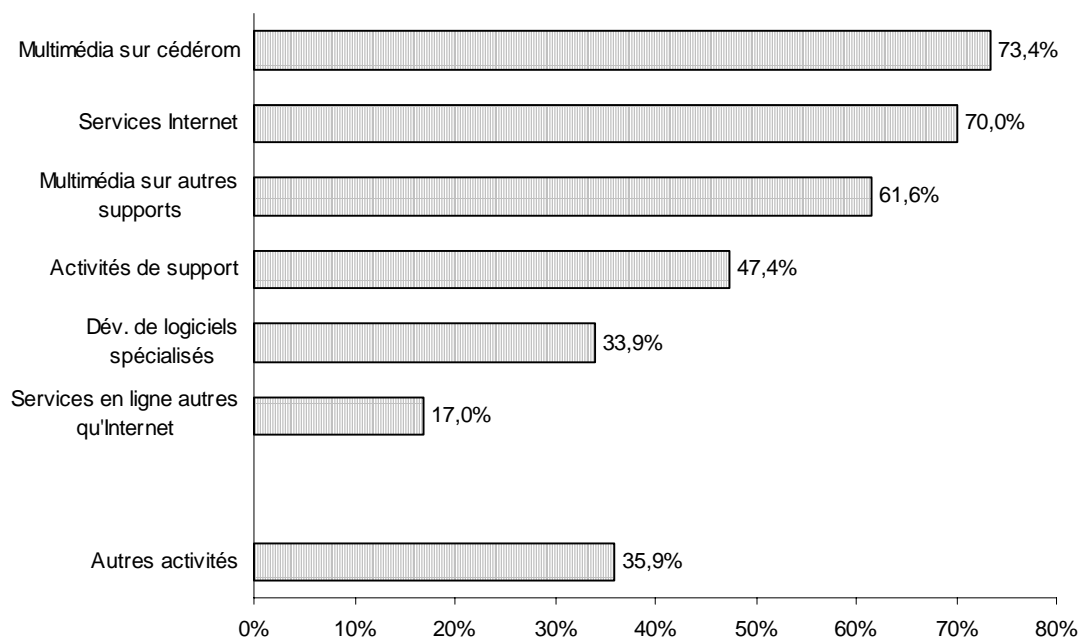
Autres activités non reliées	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	35,9 %	4,4 %	2	158	228
RMR de Montréal	40,5 %	5,1 %	2	126	182
RMR de Québec	15,6 %	9,9 %	4	18	27
Ailleurs au Québec	21,3 %	12,7 %	4	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	28,4 %	9,5 %	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	22,2 %	6,4 %	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	52,7 %	8,9 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	57,8 %	22,5 %	3	6	9
Refus de déclarer le revenu	44,9 %	13,0 %	2	20	29

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Pour ce qui est des revenus, on observe une tendance très claire. Les entreprises dont les revenus sont les **plus élevés** sont proportionnellement **plus actives** dans des domaines non reliés au multimédia et aux services électroniques. En effet, les entreprises dont les revenus sont supérieurs à 500 000 \$ ont, en majorité, exercé de telles activités, contre le quart de celles qui se situent sous la barre des 500 000 \$.

Figure 2.3

Portrait global des services offerts par les entreprises exerçant leurs activités dans le secteur de l'édition multimédia



La figure 2.3 permet d'avoir une vue d'ensemble des services offerts par les entreprises qui font de l'édition multimédia. Évidemment, ces activités ne sont pas mutuellement exclusives, une même entreprise pouvant, à la limite, être active dans la plupart, voire dans tous ces secteurs. L'édition multimédia sur cédérom (73,4 %) se révèle le service le plus offert avec les *services Internet* (70,0 %) et l'édition multimédia sur autres supports (61,6 %). Ces activités sont suivies des *activités de support* (47,4 %), du *développement d'applications et de logiciels spécialisés* (33,9 %), et, enfin, des *services en ligne autres qu'Internet* (17,0 %).

Finalement, plus du tiers (35,9 %) des entreprises qui font de l'édition multimédia sont actives dans d'autres secteurs d'activité *non reliés* aux SEM.

2.4 L'emploi

2.4.1 L'emploi actuel au total

Le tableau 2.4.1 révèle que plus de 12 000 travailleurs étaient à l'emploi des entreprises qui font de l'édition multimédia au Québec en avril 1997, à raison d'une moyenne de 54,9 employés par entreprise.

Tableau 2.4.1

Répartition (totale et moyenne) de l'emploi au sein des entreprises qui font de l'édition multimédia, selon certaines caractéristiques

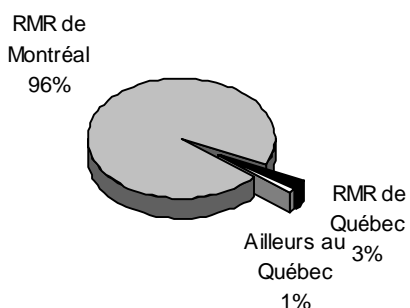
Emploi	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Emploi total (Toutes les entreprises)	12 686	6 828	4	158	228
RMR de Montréal	12 177	6 828	4	126	182
RMR de Québec	345	132	3	18	27
Ailleurs au Québec	163	51	3	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	193	79	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	560	81	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	1 366	231	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	9 145	6 754	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	1 421	999	4	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	10 875	6 827	4	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	1 809	262	2	114	164
Emploi moyen (par entreprise)	54,9	29,3	4	158	228
RMR de Montréal	66,4	36,9	4	126	182
RMR de Québec	12,5	4,1	3	18	27
Ailleurs au Québec	8,1	1,7	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	4,2	1,6	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	6,6	0,6	1	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	22,5	2,6	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	889,8	580,9	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	48,9	32,9	4	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	169,4	103,8	4	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	10,9	1,4	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.4.1 révèle que la région de Montréal est caractérisée par la presque totalité des emplois avec 12 177 du total de 12 686. Les entreprises situées à l'extérieur de cette zone métropolitaine comptent environ 500 emplois, à raison de 345 dans la RMR de Québec et de 163 ailleurs au Québec.

Finalement, on remarque que les entreprises non spécialisées en SEM comptent en moyenne 169,4 employés, alors que dans les entreprises spécialisées, cette moyenne est de 10,9.

Répartition régionale des emplois



Lorsqu'on exprime en pourcentage, il ressort que 96 % des emplois au sein des entreprises qui font de l'édition multimédia sont dans la région métropolitaine de Montréal. La RMR de Québec en compte 3 % et le reste du Québec, 1 %.

Tableau 2.4.2
Typologie de l'emploi au sein des entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine de l'édition multimédia

Type d'emploi	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Total (toutes les entreprises)	12 686	6 828	4	158	228
Temps plein	10 396	5 770	4	158	228
Partiel	2 290	1 266	4	158	228
Moyenne (par entreprise)	54,9	29,3	4	158	228
Temps plein	45,0	24,8	4	158	228
Partiel	9,9	5,4	4	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.4.2 révèle que, parmi les 12 686 emplois au sein des entreprises qui réalisent de l'édition multimédia, plus de 10 000 sont des emplois à temps plein, pour une moyenne de 45,0 par entreprise.

2.4.2 L'emploi spécialisé dans le domaine du multimédia

En avril 1997, l'enquête permet d'estimer qu'il y avait, au Québec, dans les 228 entreprises qui font de l'édition multimédia, un total de 3 929 emplois spécialisés en SEM, à raison d'une moyenne de 17,0 employés par entreprise. De ce nombre, 3 640 étaient dans la région métropolitaine de Montréal, 187, dans celle de Québec et 103, ailleurs au Québec.

Tableau 2.4.3

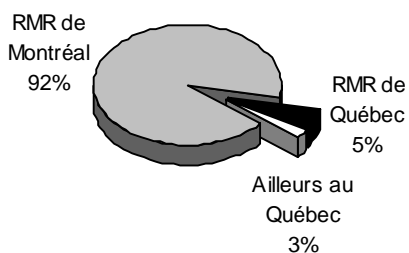
Répartition (totale et moyenne) de l'emploi spécialisé au sein des entreprises qui font de l'édition multimédia, selon certaines caractéristiques

Emploi spécialisé en SEM	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Emploi total (toutes les entreprises)	3 929	1 553	3	158	228
RMR de Montréal	3 640	1 552	3	126	182
RMR de Québec	187	72	3	18	27
Ailleurs au Québec	103	33	3	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	154	63	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	439	69	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	592	115	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	1 494	1 234	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	1 251	938	4	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	2 761	1 548	4	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	1 167	170	2	114	164
Emploi moyen (par entreprise)	17,0	6,6	3	158	228
RMR de Montréal	20,0	8,4	3	126	182
RMR de Québec	6,6	2,2	3	18	27
Ailleurs au Québec	5,0	1,1	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	3,4	1,3	3	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	5,2	0,6	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	9,6	1,4	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	166,5	122,5	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	42,3	30,6	4	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	43,3	23,5	4	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	7,1	0,9	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Les entreprises « multimédia » qui réalisent les revenus les plus importants et celles qui ne sont pas spécialisées en SEM sont caractérisées par des estimations de nombre d'employés, dont les marges d'erreurs sont très importantes, ce qui ne facilite pas l'analyse des résultats en cause. Il semble que l'on puisse quand même conclure que plus l'entreprise est grosse (selon les revenus), plus elle compte d'employés spécialisés en SEM. De la même façon, il apparaît que les entreprises non spécialisées (moyenne de 43,3) comptent davantage d'employés spécialisés que leurs contreparties (moyenne de 7,1).

Répartition régionale des emplois spécialisés en multimédia et services électroniques



On constate que les entreprises qui font de l'édition multimédia et étant situées dans la région métropolitaine de Montréal comptent 92 % des emplois spécialisés en SEM. La région de Québec en compte 5 % et le reste du Québec, 3 %.

Quant à la nature des emplois, on constate au tableau 2.4.4 que la plupart sont des emplois à temps plein, à raison de 3 518 sur le total de 3 929. En fait, l'enquête a permis d'estimer qu'en moyenne, les entreprises qui offrent des services d'édition multimédia comptent 15,3 employés à temps plein et 1,8 à temps partiel.

Tableau 2.4.4
Typologie de l'emploi spécialisé au sein des entreprises qui exercent dans le domaine du multimédia

Type d'emplois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Total (toutes les entreprises)	3 929	1 553	3	158	228
Temps plein	3 518	1 409	3	158	228
Partiel	411	146	3	158	228
Moyenne (par entreprise)	17,0	6,6	3	158	228
Temps plein	15,3	2,9	2	158	228
Partiel	1,8	0,6	3	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

2.4.3 L'embauche au cours des six prochains mois

Au cours des six prochains mois, plus de la moitié (66,1 %) des 228 entreprises québécoises qui exercent leurs activités dans le domaine de l'édition multimédia croient que leur nombre d'employés spécialisés à temps plein va augmenter. Une sur trois (32,1 %) déclare que l'emploi va demeurer stable, et 1,9 % de ces entreprises craignent une diminution.

Tableau 2.4.5

Perspectives pour l'emploi spécialisé à temps plein au cours des six prochains mois au sein des entreprises exerçant leurs activités dans le domaine du multimédia

Perspectives sur le nombre d'emplois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Stabilité	32,1 %	4,4 %	2	158	228
Augmentation	66,1 %	4,5 %	1	158	228
Diminution	1,9 %	1,3 %	4	158	228
Ne sait pas	0,0 %	-	-	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.4.6 présente les proportions d'entreprises qui ont l'intention d'embaucher du personnel spécialisé en SEM au cours des six prochains mois. Proportionnellement, davantage d'entreprises qui font de l'édition multimédia et qui sont situées hors des RMR de Montréal et de Québec (85,6 %) vont embaucher du personnel spécialisé par rapport à celles qui se trouvent dans la région métropolitaine de Montréal (63,6 %).

Par contre, on observe que pour ce qui est des revenus, 77,7 % des entreprises qui se situent dans la classe 50 000 \$ à 499 999 \$ déclarent des intentions d'embauche au cours des six prochains mois. Les autres classes de revenus ne présentent pas de différences significatives entre elles.

Finalement, on observe que plus des deux tiers (70,3 %) des entreprises spécialisées vont procéder à l'embauche de personnel, contre 54,2 % des entreprises non spécialisées.

Tableau 2.4.6

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont déclaré prévoir l'embauche de **personnel spécialisé à temps plein**, selon certaines caractéristiques

Intentions d'embauche	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	66,1 %	4,5 %	1	158	228
RMR de Montréal	63,6 %	5,1 %	1	126	182
RMR de Québec	68,3 %	12,9 %	2	18	27
Ailleurs au Québec	85,6 %	11,3 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	55,8 %	10,5 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	77,7 %	6,5 %	1	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	61,7 %	8,7 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	42,3 %	22,6 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	65,9 %	12,5 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	54,2 %	9,0 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	70,3 %	5,1 %	1	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le tableau 2.4.7 indique que 779 emplois spécialisés à temps plein devraient être créés au cours des six prochains mois par les entreprises qui offrent des services d'édition multimédia. En presque totalité (685), ces emplois seraient créés dans la région métropolitaine de Montréal, 54 le seraient dans la RMR de Québec et 40 le seraient dans les autres régions.

Il semblerait que ce soit au sein des entreprises qui ont déclaré des revenus excédant 10 millions de dollars que l'embauche soit la plus forte, avec une estimation de 299 nouveaux emplois, sauf que la marge d'erreur associée à cette mesure est importante (267).

En moyenne, les entreprises qui ont déclaré des intentions d'embauche prévoient la création de 5,2 nouveaux emplois spécialisés à temps plein. Dans les entreprises spécialisées en SEM, cette moyenne s'établit à 3,1.

Tableau 2.4.7

Répartition (totale et moyenne) de la **création de nouveaux emplois** déclarés au sein des entreprises qui font de l'édition multimédia, selon certaines caractéristiques

Embauche de personnel spécialisé en SEM	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondeurs	Population correspondante
Embauche totale (toutes les entreprises)	779	272	3	104	149
RMR de Montréal	685	272	3	79	113
RMR de Québec	54	14	2	13	19
Ailleurs au Québec	40	11	2	12	17
Revenus inférieurs à 50 000 \$	83	33	3	18	26
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	179	28	2	45	64
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	127	23	2	25	35
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	299	267	4	3	4
Refus de déclarer le revenu	92	34	3	13	19
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	395	268	4	24	34
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	352	46	2	79	113
Embauche moyenne (par entreprise)	5,2	1,8	3	104	149
RMR de Montréal	6,1	2,3	3	79	113
RMR de Québec	2,9	0,3	2	13	19
Ailleurs au Québec	2,3	0,3	2	12	17
Revenus inférieurs à 50 000 \$	3,2	1,1	3	18	26
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	2,8	0,3	1	45	64
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	3,6	0,3	1	25	35
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	68,9	48,8	4	3	4
Refus de déclarer le revenu	4,9	1,3	2	13	19
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	11,5	7,5	4	24	34
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	3,1	0,3	1	79	113

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

2.4.4 Les difficultés de recrutement

Dans un secteur d'activité en émergence, il n'est pas surprenant de constater certains problèmes de recrutement de personnel spécialisé, à plus forte raison lorsque ce domaine est basé sur une technologie qui évolue à vitesse fulgurante. **Le tableau 2.4.8 démontre en effet que près de la moitié (48,1 %) des entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine de l'édition multimédia déclarent avoir des problèmes à recruter du personnel spécialisé compétent.**

Tableau 2.4.8

Proportion des entreprises qui font de l'édition multimédia et qui ont déclaré éprouver de la difficulté à recruter du personnel spécialisé compétent selon certaines caractéristiques

Problèmes de recrutement	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	48,1 %	2,8 %	1	158	228
RMR de Montréal	48,1 %	5,3 %	2	126	182
RMR de Québec	36,6 %	13,2 %	3	18	27
Ailleurs au Québec	64,3 %	15,2 %	2	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	34,6 %	10,0 %	2	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	48,8 %	7,8 %	2	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	57,2 %	9,0 %	2	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	28,4 %	20,6 %	4	6	9
Refus de déclarer le revenu	55,8 %	13,1 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	45,6 %	9,0 %	2	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	48,6 %	5,5 %	2	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Les entreprises situées dans la région métropolitaine de Québec (36,6 %) sont proportionnellement moins nombreuses à déclarer éprouver de la difficulté à recruter du personnel spécialisé que celles qui sont situées à l'extérieur des RMR de Québec et de Montréal (64,3 %).

Pour ce qui est des revenus, plus d'une entreprise sur trois (34,6 %) dont les revenus étaient inférieurs à 50 000 \$ a déclaré avoir des problèmes à recruter du personnel compétent, alors qu'à l'autre extrême, cette proportion s'établissait à 57,2 % dans les entreprises dont les revenus étaient dans la classe de 500 000 \$ à 9 999 999 \$. Il n'y a pas de différence significative à cet égard selon le degré de spécialité des entreprises.

La **formation inadéquate des candidats (56,3 %)** est le motif le plus souvent mentionné pour expliquer les problèmes de recrutement de personnel qualifié. Ensuite, le tableau 2.4.9 permet de constater que plus de quatre entreprises sur dix (42,6 %) ont déploré le *manque d'expérience des candidats*, et qu'une proportion semblable d'entreprises (36,3 %) ont évoqué le *manque de candidats qualifiés disponibles*.

D'autres motifs ont été mentionnés par quelques entreprises : *demande salariale trop élevée* (10,2 %), *domaine trop nouveau* (8,3 %) et *situation géographique de l'entreprise* (4,8 %). Il est à noter que ce dernier motif a été mentionné surtout par les entreprises situées hors des régions métropolitaines de Québec et de Montréal.

Tableau 2.4.9

Motifs mentionnés¹¹ par les entreprises qui exercent leurs activités dans le domaine du multimédia pour expliquer la difficulté à recruter du personnel spécialisé

Raisons d'avoir de la difficulté à embaucher	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Formation inadéquate des candidats	56,3 %	7,6 %	2	76	110
Manque d'expérience des candidats	42,6 %	7,5 %	2	76	110
Manque de candidats qualifiés disponibles	36,3 %	7,2 %	2	76	110
Domaine trop nouveau	8,3 %	3,8 %	3	76	110
Demande salariale trop élevée	10,2 %	4,1 %	3	76	110
Situation géographique de l'entreprise	4,8 %	2,0 %	3	76	110

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

11. Les entreprises qui avaient déclaré éprouver des difficultés sur le plan du recrutement pouvaient évoquer plusieurs motifs pour expliquer ce fait.

2.5 Les marchés visés

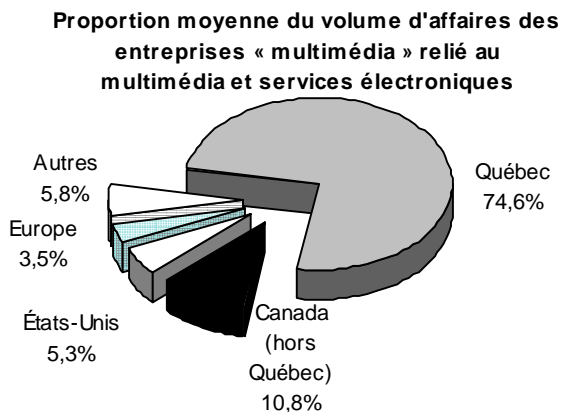
Les entreprises qui font de l'édition multimédia sont essentiellement actives sur le marché québécois. **En effet, le tableau 2.5.1 révèle que la proportion moyenne de leur volume d'affaires pour des activités reliées aux SEM, venant du marché québécois, s'établit à près de 74,6 %.**

Tableau 2.5.1
Proportion moyenne du volume d'affaires des activités reliées aux SEM provenant de différents marchés

Marchés	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Marché québécois	74,6 %	2,5 %	1	158	228
Marché canadien hors Québec	10,8 %	1,5 %	2	158	228
Marché américain	5,3 %	1,1 %	2	158	228
Marché européen	3,5 %	0,7 %	2	158	228
Autres marchés	5,8 %	1,6 %	2	158	228

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Le marché *canadien hors Québec* obtient une proportion moyenne de volume d'affaires de 10,8 %, alors que le marché *américain* ne compte que pour 5,3 % du volume d'affaires relié aux SEM. Pour sa part, le marché *européen* représente une moyenne de 3,5 % de ce volume. Finalement, les *autres marchés* ont permis aux entreprises qui offrent des services d'édition multimédia de réaliser 5,8 % de leur volume d'affaires dans le domaine des SEM.



La figure ci-contre illustre l'importance du marché québécois et des marchés extérieurs pour les entreprises qui font de l'édition multimédia. Tel qu'il a été mentionné précédemment, le premier est responsable, en moyenne, de près de 75 % du volume d'affaires relié aux SEM dans ces entreprises.

Le tableau 2.5.2 permet de constater que les entreprises « multimédia » situées à l'extérieur de la région métropolitaine de Montréal sont davantage axées sur le marché québécois pour leurs services reliés aux SEM. En effet, le volume d'affaires moyen attribuable au marché québécois pour les entreprises de la région métropolitaine de Montréal est de 70,0 %, contre 83,9 % pour celles de la région métropolitaine de Québec et 95,1 % chez celles situées ailleurs au Québec.

Tableau 2.5.2

Proportion moyenne du **volume d'affaires** des entreprises qui font de l'édition multimédia attribuable au **marché québécois**, selon certaines caractéristiques

Volume d'affaires du marché québécois	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Toutes les entreprises	74,6 %	2,5 %	1	158	228
RMR de Montréal	70,9 %	2,9 %	1	126	182
RMR de Québec	83,8 %	6,6 %	1	18	27
Ailleurs au Québec	95,1 %	3,2 %	1	14	20
Revenus inférieurs à 50 000 \$	93,5 %	2,7 %	1	31	45
Revenus de 50 000 \$ à 499 999 \$	75,3 %	3,9 %	1	59	85
Revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$	61,5 %	5,4 %	1	42	60
Revenus de 10 000 000 \$ et plus	90,8 %	2,8 %	1	6	9
Refus de déclarer le revenu	64,6 %	9,1 %	2	20	29
Entreprises non spécialisées (Les SEM représentent 50 % ou moins des revenus.)	74,5 %	5,2 %	1	44	64
Entreprises spécialisées (Les SEM représentent plus de 50 % des revenus.)	74,6 %	2,9 %	1	114	164

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Par ailleurs, le tableau précédent permet de constater que la concentration des activités reliées aux SEM dans le marché québécois semble décroître à mesure que les revenus augmentent. En effet, si 93,5 % du volume d'affaires moyen des entreprises dont les revenus sont inférieurs à 50 000 \$ est attribuable au marché québécois, cette proportion chute à 61,5 % dans les entreprises qui appartiennent à la classe de revenus de 500 000 \$ à 9 999 999 \$. Les entreprises dont les revenus sont supérieurs à 10 millions de dollars semblent contredire cette tendance, mais il ne faut pas ignorer qu'il n'y a que six répondants dans ce sous-groupe.

Par ailleurs, il n'y a pas de différences significatives à cet égard selon le degré de spécialité de l'entreprise.

2.6 La production de titres cédéroms¹²

À toutes les entreprises qui ont déclaré avoir fait de l'édition multimédia au cours de la dernière année financière, le questionnaire demandait de préciser le nombre de titres cédéroms produits.

Le tableau 2.6.1 permet de constater qu'au Québec, il y aurait eu 1 125 titres¹³ cédéroms produits par les entreprises qui font de l'édition multimédia, dont 585 en édition/coédition et 540 exécutés sur commande.

Tableau 2.6.1
Production de titres cédéroms par les entreprises qui ont fait de l'édition multimédia

Production de titres cédéroms	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
<i>Depuis le début des activités de l'entreprise</i>					
Édition/coédition	585	155	2	110	156
Sur commande	540	87	2	110	156
Total	1125	175	2	110	156
<i>Production en 1996</i>					
Édition/coédition	261	53	2	110	156
Sur commande	290	38	2	110	156
Total	551	62	2	110	156
<i>Nombre de titres au cours de la dernière année financière selon la clientèle</i>					
Grand public	170	45	2	110	156
Affaires	275	38	2	110	156
Institutionnelle	84	19	2	110	156
Autres	9	4	3	110	156

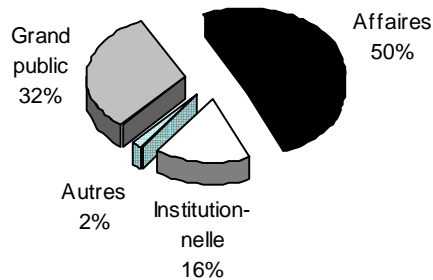
Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

En 1996, 551 nouveaux titres ont été produits, dont plus de la moitié (290) ont été exécutés sur commande. De ces nouveaux titres, 170 étaient destinés à une clientèle « grand public », 275 l'étaient à une clientèle d'affaires et 84, aux institutions (enseignement, santé, gouvernement, etc.).

12. La section 2.6 est exactement la même que la section 1.6, les mêmes entreprises étant utilisées pour réaliser les estimations.

13. Il est possible qu'il y ait un double comptage de certains titres qui auraient pu être déclarés par l'entreprise qui en a assuré l'édition et aussi par celle qui en a fait l'exécution sur commande. Par ailleurs, il faut noter que la question portait sur le nombre de titres cédéroms et non pas sur le nombre de titres cédéroms avec un contenu multimédia (trois éléments sur quatre).

**Proportion de la production de titres
cédéroms selon la clientèle**



La clientèle d'affaires a acheté 50 % de la production de titres cédéroms en 1996. Le tiers (32 %) de la production s'adressait à une clientèle « grand public » et 16 % à une clientèle institutionnelle.

2.7. La présence sur Internet

Les entreprises offrant des services d'édition multimédia sont présentes, en presque totalité, sur le réseau Internet. En effet, le tableau 2.7.1 révèle que 98,1 % d'entre elles ont une adresse de courrier électronique et que 82,8 % ont leur propre site sur le World Wide Web (WWW). Parmi celles qui n'y sont pas encore, sept sur dix (71,9 %) projettent l'instauration d'un tel site au cours des six prochains mois.

*Tableau 2.7.1
Présence sur Internet des entreprises « multimédia »*

Présence sur Internet	Estimation	Marge d'erreur	Cote	Nombre de répondants	Population correspondante
Adresse de courrier électronique	98,1 %	1,3 %	1	158	228
Site Web dédié	82,8 %	3,5 %	1	158	228
Intentions de site Web dédié	71,9 %	10,6 %	2	25	38
Intérêt pour le répertoire en ligne	96,1 %	1,9 %	1	194	290

Cote : 1 (très bonne précision); 2 (bonne précision); 3 (précision passable); 4 (précision faible).

Finalement, le tableau 2.7.1 permet de constater que plus de neuf entreprises sur dix (96,1 %) seraient intéressées à s'inscrire à un répertoire en ligne interactif, lequel permettrait de suivre l'évolution du secteur des services électroniques et du multimédia.