

 EXPORT
OUTAOUAIS

PORTRAIT RÉGIONAL

AVRIL 2024

Ensemble, franchissons les frontières

Mot de la directrice et commissaire à l'exportation d'Export Outaouais

Chers partenaires et entrepreneurs,

Au nom de toute l'équipe d'Export Outaouais, je suis fière de vous présenter notre dernier travail, le Portrait régional des exportations et du commerce électronique de l'Outaouais. Ce document est le fruit d'une étroite collaboration entre les acteurs de notre écosystème régional, les entreprises locales et nos partenaires.

L'objectif de ce portrait n'est pas seulement de dresser un état des lieux. Il vise également à mettre en lumière les défis et les opportunités auxquels les PME locales font face en matière d'exportation et de transformation digitale. Par ce travail, nous souhaitons fournir un outil précieux pour tous les acteurs concernés, un guide pour naviguer dans le paysage économique actuel et futur de notre région.

Au cours de cette enquête, nous avons découvert une toile dynamique composée d'entrepreneurs résilients, innovants et tournés vers l'avenir. Mais nous avons également identifié des défis significatifs - notamment le besoin accru de numérisation et d'automatisation et les obstacles liés au financement et à la main-d'œuvre. Ces défis sont cruciaux non seulement pour notre compétitivité locale, mais aussi pour notre présence sur le marché mondial.

Je tiens à remercier chacun d'entre vous qui avez contribué à cette étude, que ce soit par votre participation, votre soutien ou votre engagement continu envers l'exportation et la numérisation dans l'Outaouais. Votre contribution est essentielle à la prospérité de notre région et au succès de nos entreprises sur la scène internationale.

À travers ce portrait, Export Outaouais réaffirme son engagement à soutenir les entreprises de notre région dans leur démarche d'exportation et de transformation numérique. Nous sommes ici pour vous accompagner, pour partager des connaissances et des ressources, et pour travailler ensemble vers un avenir prospère et connecté.

Ensemble, nous pouvons transformer les défis en opportunités et continuer à faire rayonner l'Outaouais sur les marchés internationaux.



Margareth Pagé

Directrice et commissaire à l'exportation
Export Outaouais

Mot de la présidente d'Export Outaouais et présidente de la Chambre de commerce de Gatineau

Chers membres de la communauté d'affaires de l'Outaouais,

Depuis plus de dix ans, Export Outaouais, en collaboration avec la Chambre de commerce de Gatineau, s'engage activement à soutenir les entreprises locales dans leur croissance sur les marchés hors Québec. Cette collaboration stratégique entre nos deux organisations vise à fournir aux entreprises de l'Outaouais les ressources, les connaissances et le soutien nécessaires pour faire le grand saut à l'international.

Dans cet esprit de partenariat et de soutien mutuel, au cours des 18 derniers mois, nous avons concentré nos efforts pour non seulement comprendre les besoins actuels de notre tissu entrepreneurial, mais aussi pour anticiper les défis futurs et préparer nos entreprises à les relever avec succès. L'exportation, loin d'être un chemin linéaire, nécessite une préparation minutieuse, une stratégie bien définie et un accompagnement adéquat.

Le Portrait régional des exportations et du commerce électronique, que nous sommes fiers de dévoiler, est le résultat de cette collaboration continue et de notre engagement envers le développement économique de l'Outaouais. Il représente une étape importante dans notre démarche d'accompagnement, en offrant une analyse approfondie des réalités et des perspectives de nos entreprises sur les marchés hors Québec.

Nous remercions toutes les entreprises qui ont participé à cette étude et nous nous réjouissons de continuer à travailler ensemble pour bâtir une région forte et compétitive sur la scène internationale. Ensemble, nous avons la capacité de transformer les défis en opportunités et de mener l'Outaouais vers un avenir plus prospère et innovant.



Michelle Robitaille

Présidente d'Export Outaouais

Présidente de la Chambre de commerce de Gatineau

Mot du directeur général de Desjardins Entreprises Outaouais

Il est très important pour moi, de même que pour tout le Mouvement Desjardins, d'être partenaire d'Export Outaouais dans la publication de ce Portrait régional des exportations et du commerce électronique de l'Outaouais.

Desjardins Entreprises Outaouais est fier de soutenir l'entrepreneuriat, la persévérance, l'innovation et l'exportation, et ce, partout en Outaouais et pour tous les secteurs d'activités.

La conjoncture économique toujours en évolution invite les entreprises à se repositionner et à constamment faire preuve de vigilance sur les marchés. Ce travail permet de broser un portrait actuel des entreprises de l'Outaouais en matière d'exportation et de commerce électronique, en plus de recueillir et analyser les besoins, les défis et les attentes de ces entreprises locales.

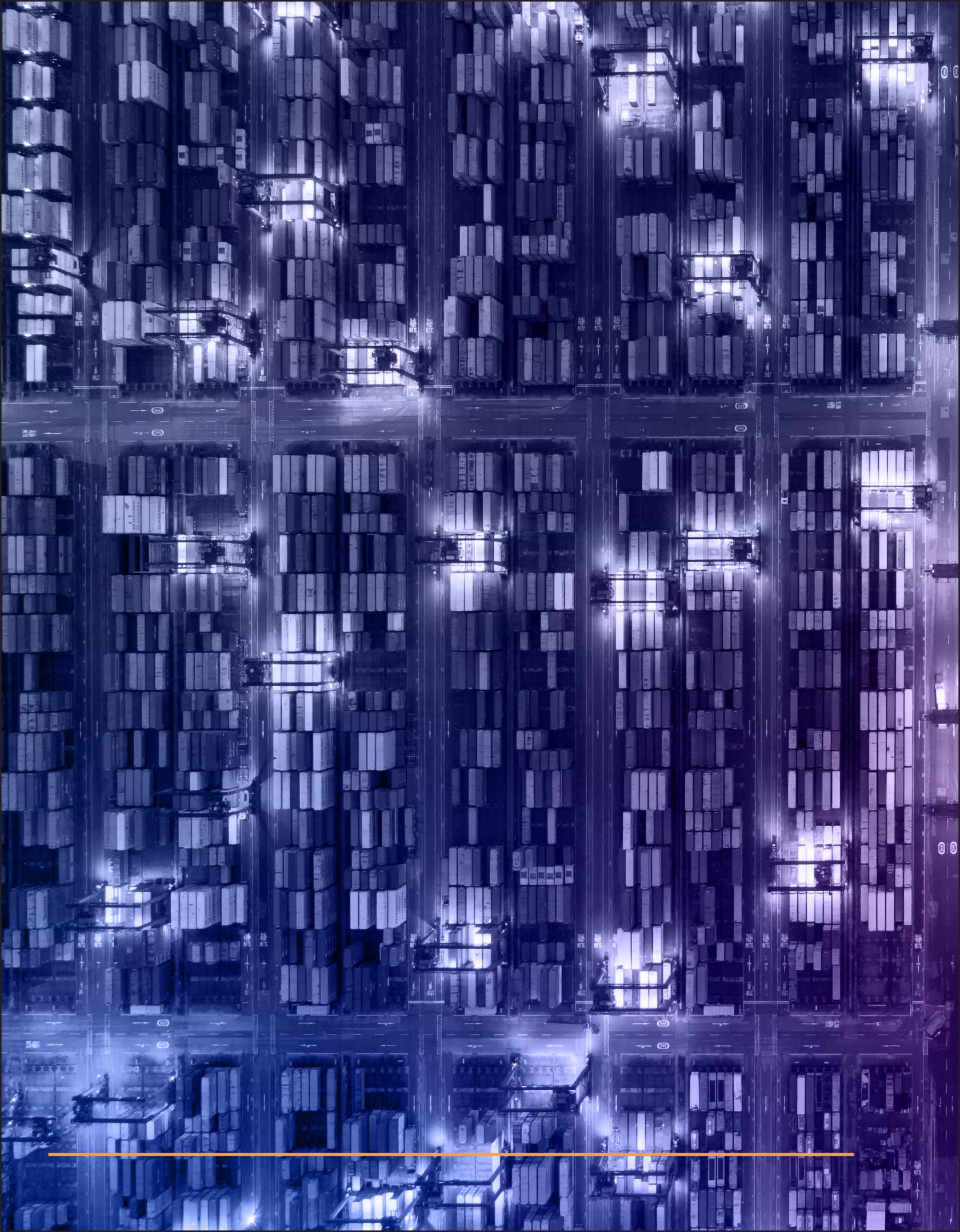
Comme cet outil, votre équipe Desjardins Entreprises désire, en mettant à l'œuvre son expertise, contribuer et participer avec vous à la croissance et à l'évolution de notre communauté d'affaires. Les efforts de collaboration auxquelles nous assistons actuellement sont très impressionnants et il nous fera un réel plaisir de continuer d'y participer activement.

Nous sommes fiers d'accompagner différentes entreprises d'ici et de vous voir rayonner en Outaouais, au Québec, à travers le Canada et partout à travers le monde. Nous croyons qu'énormément d'idées, de produits et de concepts de la région méritent d'être partagés avec le reste du monde. Nous désirons être partie prenante dans ces projets de développement à l'étranger, et notre expertise peut assurément y contribuer.

Il est important pour nous de ne pas simplement être un prêteur financier, mais d'être un partenaire qui appuie concrètement sa communauté d'affaires et surtout un joueur qui fait partie intégrante de votre équipe !



Martin Richer
Directeur général
Desjardins Entreprises Outaouais





CONTEXTE

Dans l'économie globalisée actuelle, l'exportation et le commerce électronique se sont imposés comme des leviers cruciaux pour les entreprises qui cherchent à étendre leur portée et à pérenniser leur croissance. Dans cette optique, la région de l'Outaouais, avec son dynamisme économique et sa position stratégique, détient un potentiel significatif en matière d'exportation.

Cependant, malgré ce potentiel, les entreprises de l'Outaouais font face à des défis complexes et variés qui freinent leur capacité à exploiter pleinement les occasions d'affaires offertes par les marchés internationaux et le commerce électronique. Ces défis, allant du manque de ressources et de connaissances à des obstacles logistiques et réglementaires, soulignent la nécessité d'une approche concertée et ciblée pour soutenir l'exportation et la transformation numérique dans la région.

Le Portrait régional des exportations et du commerce électronique est né de cette nécessité. Il vise à offrir une vision complète et actualisée des capacités, des besoins et des aspirations des entreprises de la région en matière d'exportation et de commerce électronique. Ce travail s'inscrit dans un effort plus large pour renforcer l'écosystème de soutien aux entreprises, favoriser une meilleure compréhension des enjeux actuels et futurs et, en fin de compte, contribuer à la prospérité économique de l'Outaouais.



OBJECTIFS DU PORTRAIT

Le Portrait régional des exportations et du commerce électronique a été élaboré avec trois objectifs stratégiques principaux :

Dresser un état des lieux précis :

Fournir une analyse détaillée de la situation actuelle des entreprises de l'Outaouais en matière d'exportation et de commerce électronique. Cela inclut l'identification des secteurs d'activités clés, des marchés cibles, des défis rencontrés et des opportunités disponibles.

Comprendre les enjeux des entreprises :

Recueillir et analyser les besoins, les attentes et les préoccupations des entreprises locales concernant l'exportation et le commerce électronique. Cet objectif vise à identifier les lacunes au niveau des ressources, des compétences et du soutien nécessaire pour palier à ces besoins de manière ciblée.

Soutenir et stimuler le développement économique :

Le portrait se propose comme un outil stratégique au service des décideurs, des organismes de soutien et de l'ensemble des partenaires de l'écosystème. Son but est d'orienter les décisions et les actions vers un renforcement du développement économique de l'Outaouais, en mettant en lumière les meilleures pratiques et en favorisant des initiatives conjointes entre les différents acteurs du territoire.

STRUCTURE DU RAPPORT

La structure du rapport est articulée autour de deux volets essentiels. Le premier volet examine les faits saillants issus de l'étude menée auprès des entreprises de l'Outaouais, mettant en lumière leurs particularités par rapport aux exportateurs du Québec et du Canada. Plusieurs thèmes y sont analysés tels que les défis à l'exportation, les marchés cibles prioritaires, les besoins en accompagnement et l'adoption des outils numériques.

Dans le second volet, le rapport présente en détail les données recueillies à travers l'enquête réalisée auprès des PME de la région. Il offre une analyse graphique approfondie pour chaque question posée, couvrant des sujets diversifiés comme l'importance des initiatives d'exportation dans la stratégie d'entreprise, l'impact sur le chiffre d'affaires et le type de soutien fourni par des entités externes pour l'internationalisation.

MÉTHODOLOGIE

Pour récolter des informations précises sur les multiples facettes de l'exportation, une méthode de recherche mixte a été mise en œuvre, combinant un questionnaire en ligne avec des entrevues téléphoniques. Cette stratégie avait pour objectif d'optimiser l'engagement des participants et d'enrichir la collecte de données.

Le guide d'entrevue a été conçu pour explorer des éléments essentiels pour une analyse approfondie:

- L'engagement des entreprises dans leurs processus d'exportation a été évalué pour comprendre leur implication.
- La chronologie des processus d'exportation a été identifiée pour déterminer les horizons temporels.
- L'impact des activités d'exportation sur le chiffre d'affaires des entreprises a été mesuré pour mesurer leur influence financière.
- Les marchés actuels et cibles d'exportation ont été explorés pour définir les orientations stratégiques des entreprises.
- Les stratégies et projets internationaux ont été examinés pour saisir les initiatives spécifiques des entreprises en matière de positionnement à l'international.
- Les défis et besoins des entreprises dans leur parcours d'exportation ont été ressortis pour identifier les obstacles et les exigences spécifiques.
- Le rôle du commerce électronique et des stratégies numériques dans l'exportation a été évalué pour estimer son importance dans la stratégie d'expansion.
- La nature des transactions hors Québec a été analysée pour cerner le caractère numérique des ventes.
- Le soutien des organismes locaux a été examiné pour mesurer leur impact sur la croissance des entreprises exportatrices.

Le guide d'entrevue a été conçu de telle manière à pouvoir être utilisée tant dans les enquêtes en ligne que lors des entretiens téléphoniques, assurant ainsi une collecte de données complète et fiable.

ÉCHANTILLONNAGE

L'échantillonnage pour l'étude a été conçu avec rigueur afin de refléter de manière précise le paysage des entreprises exportatrices de l'Outaouais.

Une liste complète d'entreprises de la région a été obtenue auprès de Dun & Bradstreet, comprenant des informations essentielles telles que le secteur d'activité, le code SCIAN, et la répartition géographique par MRC. Ces informations ont été la pierre angulaire de la construction d'un échantillon représentatif pour l'étude.

L'échantillonnage a été affiné pour garantir une meilleure représentativité, en augmentant spécifiquement le nombre de répondants de la MRC Vallée-de-la-Gatineau et celle de Pontiac, à la suite d'une pondération initiale qui avait révélé une sous-représentation dans ces zones.

En définitive, l'étude a bénéficié de la participation de 63 entreprises, avec une pondération soigneusement ajustée pour assurer une représentation équilibrée par MRC. Le tableau ci-dessous offre un aperçu de la distribution des entreprises sondées par territoire :

MRC	Entreprises sondées par MRC
Ville de Gatineau	43
Collines-de-l'Outaouais	6
Vallée-de-la-Gatineau	5
Papineau	4
Pontiac	5
Total	63

Tableau 1 : Nombre d'entreprises sondées par MRC dans le cadre du Portrait régional des exportations et du commerce électronique

Diversité sectorielle :

- La région se caractérise par une forte présence de la fonction publique, du secteur agroalimentaire, de la construction et des technologies de l'information.
- La robustesse du secteur des services et la présence de la fonction publique fédérale contribuent à la stabilité économique de l'Outaouais, lui permettant de mieux résister aux crises économiques.
- Les principaux piliers économiques - administration publique, construction, enseignement, soins de santé, commerce de détail, et services financiers - sont considérés comme les secteurs les plus prometteurs pour l'avenir.
- L'agriculture, la foresterie et la fabrication de produits informatiques et électroniques sont en voie de développement notable.

ENVIRONNEMENT LOCAL

De récentes études permettent de présenter la situation actuelle de l'Outaouais et de ses différents territoires.

État de la situation économique de l'Outaouais

Potentiel de développement des affaires :

- L'Outaouais, avec un nombre croissant d'entrepreneurs et une offre grandissante de services aux entreprises, affiche un dynamisme notable en entrepreneuriat et en développement des affaires.
- La région compte environ 6 300 entrepreneurs, dont plus de 30 % sont des femmes, soulignant une forte présence de l'entrepreneuriat féminin en Outaouais.

Centres d'excellence (TI et universités) :

- La présence d'institutions d'enseignement dans les deux langues officielles, de plusieurs instituts de recherche, et d'un campus collégial en dehors de la région de Gatineau renforce le profil éducatif et technologique de l'Outaouais.

Situation démographique et frontalière de l'Outaouais

Croissance démographique :

- Entre 2006 et 2016, la population de l'Outaouais a augmenté de plus de 8 %, atteignant plus de 385 000 habitants, une croissance comparable à celle de la grande région de Montréal.
- Cette tendance devrait se poursuivre, la population étant estimée à plus de 446 200 habitants d'ici 2041.

Attraction des migrants interprovinciaux et des immigrants :

- L'Est ontarien et l'Outaouais, formant un territoire transfrontalier attractif, attirent une main-d'œuvre importante.
- Environ 10 % de la population de l'Outaouais est composée d'immigrants. Le principal enjeu est d'attirer des immigrants en Outaouais qui regroupe seulement 3 % à 4 % de l'ensemble des immigrants arrivants au Québec, le second est de faire en sorte qu'ils s'installent davantage à l'extérieur de la région de Gatineau (qui attirent plus de 95 % d'entre eux).

Richesse linguistique :

- Avec 14,2 % d'anglophones et plus de 60 % de bilingues, l'Outaouais se distingue par sa diversité linguistique, un atout pour les affaires et le tourisme.

Attraction de la main-d'œuvre :

- Un taux de chômage très bas (entre 4 % et 5 %) et une forte proportion d'emplois à temps plein (plus de 85 %) positionnent l'Outaouais comme un lieu attractif pour la main-d'œuvre.
- L'administration publique, pilier de l'économie régionale, continue d'impacter positivement le marché du travail.
- Le vieillissement de la population et les départs à la retraite sont des enjeux notables pour la région.

Navettage et déplacements transfrontaliers :

- La proximité de l'Est ontarien génère des échanges soutenus avec les entreprises et les institutions publiques de l'Outaouais.
- Bien que ces échanges soient croissants, des défis particuliers sont à signaler comme la rareté des options en matière de transport en commun en zone rurale et la nécessaire expansion du réseau routier.





L'accueil chaleureux et l'approche familiale d'Export Outaouais ont été déterminants pour OrthoCanada. Leur soutien expert nous a ouvert des horizons nouveaux, renforçant notre positionnement et notre visibilité sur le marché international. Grâce à eux, nous avons exploré des opportunités inédites avec confiance et avons gagné une reconnaissance précieuse. Leur accompagnement va bien au-delà du professionnel, c'est une véritable source d'inspiration.

Geneviève Aubrey,
Vice-présidente des opérations,
OrthoCanada



01

Volet 1: **Les faits saillants**

exportoutaouais.ca

IDENTIFIER ET COMPRENDRE LES DÉFIS DE L'EXPORTATION

Bien que **74 % des entreprises participantes considèrent le développement des affaires hors Québec comme crucial**, elles font preuve de prudence, anticipant divers défis et obstacles dans la diversification de leurs marchés. Des études récentes au Québec et au Canada mettent en avant des obstacles tels que les barrières frontalières, logistiques et financières, entravant l'expansion des entreprises canadiennes.

Dans le cadre de cette étude, les entreprises de l'Outaouais signalent principalement les défis suivants en matière de développement de marchés :

- Ressources humaines manquantes
- Ressources financières manquantes
- Manque de connaissances
- Difficultés à constituer et à maintenir un réseau

D'autres éléments ont été évoqués de manière plus marginale durant les entretiens, notamment les contraintes logistiques, l'incertitude économique croissante et la méconnaissance des concurrents sur la scène internationale.

Ressources humaines insuffisantes :

- 19 entreprises ont exprimé que le recrutement représente un frein majeur à leur croissance internationale.
- Elles soulignent l'importance d'évaluer les capacités de production internes, particulièrement si elles sont limitées, avant de s'engager dans des projets d'expansion.
- Plusieurs entreprises envisagent l'automatisation et la robotisation pour pallier le manque de main-d'œuvre.

Ressources financières limitées :

- 14 entreprises ont indiqué une insuffisance de ressources financières pour se lancer sur les marchés internationaux.
- Les coûts de développement de marché, les coûts logistiques fluctuants, particulièrement durant la pandémie, et les coûts d'approvisionnement et de fonctionnement impactés par l'inflation ont été évoqués.
- Le manque de visibilité des programmes et des outils de financement est également une préoccupation.

Manque de connaissances sur les marchés cibles et compétences techniques :

- 9 entreprises ont relevé leur manque de connaissances de certains marchés cibles comme obstacle majeur.
- Le défi réside dans le maintien d'un savoir pertinent en raison de l'évolution constante des marchés et de leurs exigences spécifiques, notamment les connaissances linguistiques et logistiques.

Difficultés à constituer et maintenir un réseau international :

- 8 entreprises ont fait part de difficultés à établir et à entretenir des relations constantes avec des partenaires commerciaux étrangers.
- La sous-estimation des ressources et du temps nécessaire pour soutenir ces partenaires a été soulignée.

Malgré ces défis, de nombreuses entreprises de l'Outaouais expriment leur capacité à les surmonter, en partie grâce au soutien d'organisations.

LES MARCHÉS CIBLES DES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

La majorité des entreprises de l'Outaouais participant à cette étude se concentrent principalement sur les marchés des provinces et territoires canadiens, en dehors du Québec. En effet, 77,8 % d'entre elles déclarent que leur principal marché d'exportation se trouve dans l'est du Canada, incluant l'Ontario, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Île-du-Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador. Néanmoins, leur activité ne se limite pas exclusivement au marché canadien. Comme leurs homologues du reste du Canada et du Québec, ces entreprises explorent également des occasions d'affaires sur les marchés américains et d'autres régions plus éloignées.

Malgré des tendances protectionnistes et les initiatives du gouvernement fédéral canadien visant à promouvoir une diversification plus large des exportations hors de l'Amérique du Nord, les États-Unis restent une destination de choix pour les entreprises québécoises. Plus d'un tiers des entreprises participantes à l'étude ont déjà établi leur présence aux États-Unis et cherchent activement à consolider leur position sur ce marché.

Cette ambition a été clairement exprimée : 60 % des entreprises de l'Outaouais souhaitent augmenter leur présence au Canada (hors Québec), et 44 % ont des visées similaires pour plusieurs régions des États-Unis. Par ailleurs, certaines entreprises de l'Outaouais ont étendu leurs activités au-delà de l'Amérique du Nord :

- 11 répondants sont présents en Europe de l'Ouest
- 5 sont actifs en Europe de l'Est
- 5 ont une présence en Australie
- 4 sont établis en Chine

D'autres marchés, tels que l'Afrique de l'Ouest et l'Amérique latine, sont également explorés, bien que de manière plus marginale.

La diversification des marchés internationaux reste un objectif pour les entreprises exportatrices de l'Outaouais, cependant ce processus en est encore à ses débuts pour la majorité d'entre elles.

LE NUMÉRIQUE DANS L'EXPORTATION : STRATÉGIES ET IMPACTS DES ENTREPRISES

L'enquête révèle que plus de trente entreprises de l'Outaouais ont des projets en cours pour augmenter leur visibilité numérique. L'adaptation de leurs sites Web pour une meilleure exposition sur les marchés internationaux figure parmi les priorités.

Ces entreprises reconnaissent l'importance vitale du commerce électronique pour l'expansion de leurs activités à l'étranger et investissent de manière proactive pour améliorer cet aspect stratégique.

L'utilisation stratégique des outils numériques

- Les entrepreneurs de l'Outaouais ont une vision claire de l'apport des outils numériques :
- 54,3 % des participants estiment que les outils numériques soutiennent ou permettent la réalisation de ventes en ligne.
- 45,7 % considèrent ces outils utiles pour la formation sur leurs produits et services.
- 41,3 % les voient comme un appui pour leur réseau de commercialisation international et le renforcement de la proximité avec la clientèle internationale.

La majorité des entrepreneurs souligne l'importance des outils numériques dans l'expansion de leur clientèle et l'amélioration de l'expérience client, affirmant ainsi le rôle vital de ces technologies dans leur croissance commerciale hors Québec. En effet, les PME mettent l'accent sur l'importance d'une forte présence en ligne. Cette présence en ligne ne se limite pas à la simple possession d'un site Web, mais s'étend à l'utilisation stratégique des médias sociaux, du marketing numérique, et du commerce électronique pour atteindre et engager avec leurs clients d'ici et d'ailleurs.

En exploitant ces canaux numériques, les entreprises de l'Outaouais peuvent non seulement accroître leur portée, mais aussi mieux comprendre les besoins et les comportements de leurs consommateurs, leur permettant ainsi de personnaliser leurs offres et leurs communications de manière plus efficace. Les entreprises exportatrices de la région perçoivent clairement les outils numériques comme un levier clé pour pénétrer de nouveaux marchés, bâtir des relations durables avec des clients internationaux et, finalement, réaliser une expansion réussie au-delà des frontières.



L'impact du commerce électronique sur les ventes internationales

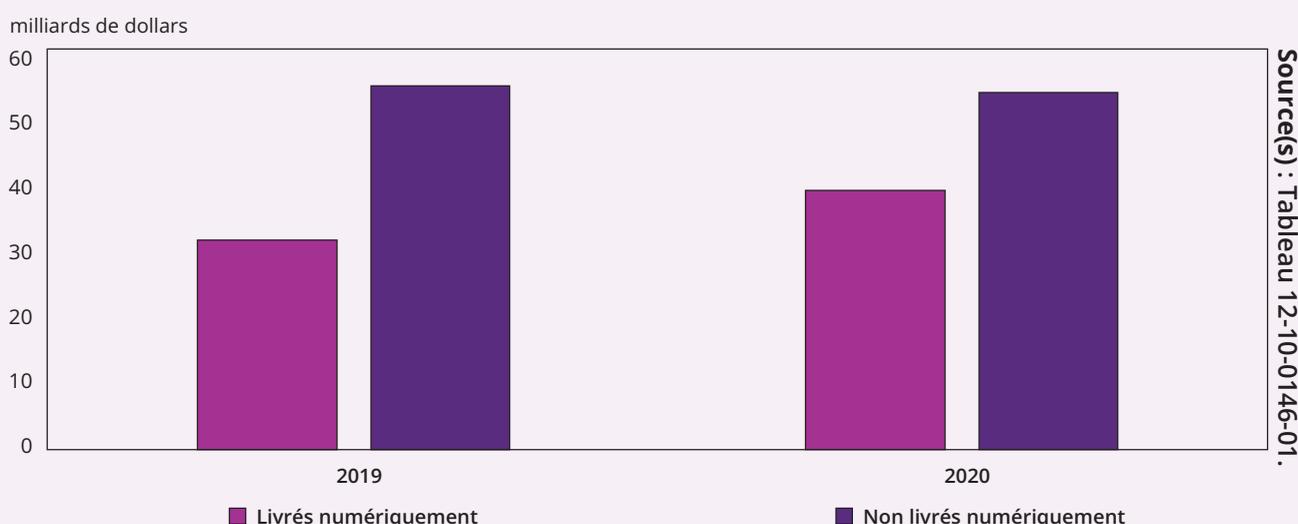
Bien que les outils numériques jouent un rôle significatif dans la génération de revenus pour les entreprises, leur impact varie considérablement.

54,1 % des entreprises participantes rapportent que seule une faible proportion (0 à 25 %) de leur chiffre d'affaires est générée par le commerce électronique suggérant que les canaux traditionnels restent dominants ou que le potentiel numérique n'est pas encore totalement exploité.

Ces données indiquent une tendance à la numérisation croissante dans les affaires internationales, corroborées par les statistiques fédérales récentes, tout en montrant une grande diversité dans l'intégration de nouvelles technologies dans les stratégies de revenus, tant sur les marchés locaux que ceux hors Québec.

Graphique 3

Exportations de services livrés numériquement, 2019 et 2020, milliards de dollars



L'ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

La grande majorité des entreprises de la région s'appuient sur les ressources et les organismes de soutien disponibles pour étendre leurs activités au-delà des frontières provinciales. En effet, sur 63 répondants, seulement 5 n'ont rapporté aucun recours à aide externe pour leur développement international, soulignant ainsi la prévalence et l'importance des multiples formes d'accompagnement évoquées au cours de l'enquête.

Parmi les répondants, 63 % ont bénéficié du soutien d'Export Outaouais. D'autres organismes tels qu'Investissement Québec (37 %) et EDC (20 %) ont également été fréquemment mentionnés pour leur assistance. Des entrepreneurs ont également collaboré avec des acteurs sectoriels, notamment le MAPAQ, ainsi qu'avec des entités régionales comme les SADC, les MRC, ID Gatineau, etc.

Bien que la majorité des répondants soient reconnaissants de l'appui reçu, un nombre significatif d'entre eux reste incertain quant au point de départ ou aux interlocuteurs à contacter pour lancer leurs initiatives d'exportation. Dans cette optique, des ressources comme le Guide des organismes de soutien à l'exportation au Québec qui a été développé par la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) peuvent fournir une orientation claire et efficace aux exportateurs.



LES CLÉS DU SUCCÈS À L'INTERNATIONAL

Les fondements du succès à l'exportation des entreprises de l'Outaouais sont ancrés dans des caractéristiques bien définies. L'étude a révélé des dynamiques spécifiques de ces entreprises, notamment leur réactivité à démarrer promptement des initiatives à court terme au-delà des frontières, leur démarche graduelle et stratégique ainsi qu'une amélioration constante de leurs stratégies de pénétration des marchés.

1. La capacité à entreprendre des projets d'expansion à court terme Face à divers obstacles, un fait remarquable des entrepreneurs de l'Outaouais réside dans leur aptitude à mettre en place des projets d'expansion rapidement. En effet, la majorité des entrepreneurs sondés se démarquent en lançant des projets d'envergure internationale en moins d'un an. Cette rapidité d'action témoigne de leur agilité et de leur volonté d'exploiter pleinement les occasions d'affaires qui se présentent. Ils se concentrent notamment sur le développement de leurs canaux de vente et la participation active à des conférences et salons internationaux, stratégies qui leur permettent de renforcer leur présence et leur influence dans leurs secteurs respectifs.

2. Une approche progressive priorisant les marchés d'Amérique du Nord Dans leur démarche d'internationalisation, les entreprises de l'Outaouais adoptent une stratégie méthodique et réfléchie, en mettant d'abord l'accent sur le renforcement de leur position en Amérique du Nord. Cette approche graduelle est dictée par la reconnaissance de l'importance économique et la proximité géographique de ce marché. La plupart des entreprises de l'étude se concentrent principalement sur l'accroissement de leur influence et de leur réseau de contacts en Amérique du Nord, considérant ce territoire comme un tremplin essentiel pour le succès international.

Cependant, l'intérêt pour des territoires plus lointains n'est pas mis de côté. Après avoir consolidé leur présence nord-américaine, ces entreprises envisagent d'étendre leurs activités sur d'autres marchés avec la même prudence, en évaluant méticuleusement les opportunités et les défis inhérents à chaque marché.

3. Amélioration continue des stratégies de pénétration L'attention est également portée sur la définition et le raffinement constant des stratégies d'entrée sur les marchés internationaux. Les entreprises de l'Outaouais sont conscientes que le succès sur les marchés étrangers exige une compréhension approfondie des réglementations locales, des préférences culturelles et des dynamiques de marché. Malgré les défis liés à ces stratégies, elles restent déterminées à s'adapter et à apprendre continuellement pour optimiser leur présence internationale.



Nous avons eu le plaisir et la chance de bénéficier de l'expertise et de la collaboration d'Export Outaouais dans le cadre de notre programme d'accompagnement Momentum. Grâce à Export Outaouais, nous avons élaboré un plan d'exportation concret pour notre entreprise en Ontario et nos échanges nous ont permis de mieux connaître notre marché cible, les acteurs clés, définir nos objectifs et stratégies. Riche de ce soutien, nous avançons maintenant avec confiance dans nos actions! Merci à toute l'équipe d'Export Outaouais!

Anie Vachon,
Présidente,
Éditions Fortissimo



02

Volet 2: **Analyse et observations**

EXPORTATION

UNE SITUATION PARTICULIÈRE POUR CHAQUE MRC

Cette analyse révèle une répartition hétérogène des entreprises à travers les différentes MRC de l'Outaouais. La Ville de Gatineau se distingue grandement avec 71.40 % des entreprises, suivie par les Collines-de-l'Outaouais (12.49 %), Papineau (7.14 %), la Vallée-de-la-Gatineau (6.34 %) et le Pontiac (2.63 %.) Cette distribution suggère que les dynamiques économiques et les opportunités d'exportation peuvent varier considérablement d'une MRC à l'autre.

MRC	Nombre d'entreprise totales	% d'entreprise	Nombre d'entreprise sondées
Ville de Gatineau	2 521	71.40%	43
Collines-de-l'Outaouais	441	12.49%	6
Vallée-de-la-Gatineau	252	7.14%	4
Papineau	224	6.34%	5
Pontiac	93	2.63%	5
Total	3 531	100%	63

Tableau 2 : Répartition des entreprises en Outaouais

L'analyse des codes SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord) fournit un aperçu de la diversité sectorielle au sein de chaque MRC. Dans le tableau 3 ci-dessous, les données principales pour chaque MRC ont été extraites, mettant en évidence les secteurs d'activité comptant le plus grand nombre d'entreprises. Cette démarche permet de révéler les spécificités et les forces sectorielles de chaque région.

RÉPARTITION SECTORIELLE PAR MRC EN FONCTION DES CODES SCIAN

MRC	Secteur d'activité	Nombre d'entreprises
MRC des Collines-de-l'Outaouais	Conception de systèmes informatiques et services connexes	20
	Services de génie	14
	Préfabrication de bâtiments en bois	7
	Fabrication d'armoires et de comptoirs de cuisine en bois	5
	Activités de soutien à l'extraction minière, pétrolière et gazière	3
MRC de Papineau	Exploitation forestière	6
	Fabrication d'autres menuiseries préfabriquées	6
	Activités de soutien à la foresterie	7
	Scieries	3
Ville de Gatineau	Conception de systèmes informatiques et services connexes	188
	Fournisseurs d'infrastructures informatiques, traitement de données, hébergements de données et services connexes	43
	Services de génie	41
	Fabrication d'armoires et de comptoirs de cuisine en bois	13
	Éditeurs de logiciels	9
	Fabrication d'autres menuiseries préfabriquées	9
MRC Vallée-de-la-Gatineau	Activités de soutien à la foresterie	16
	Exploitation forestière	10
	Fabrication d'armoires et de comptoirs de cuisine en bois	4
MRC Pontiac	Exploitation forestière	3
	Fabrication d'autres menuiseries préfabriquées	3

Tableau 2 : Répartition des codes SCIAN par MRC en Outaouais



La MRC des Collines-de-l'Outaouais

se distingue par une concentration significative dans les services de génie et la conception de systèmes informatiques et services connexes, indiquant une forte inclination vers les services spécialisés et le secteur technologique. La préfabrication de bâtiments en bois et la fabrication d'armoires et de comptoirs de cuisine en bois soulignent également une expertise notable dans le secteur manufacturier lié au bois.

La MRC de Papineau

est marquée par une prédominance des activités liées à l'exploitation forestière (la coupe, la production et le transport du bois) et à des activités de soutien à la foresterie, reflétant l'importance de cette industrie sur ce territoire.

La Ville de Gatineau

présente une concentration exceptionnelle dans les services informatiques, avec 188 entreprises spécialisées dans la programmation informatique sur mesure. Cette concentration indique un pôle d'activité dynamique dans le secteur des TIC. Les services de génie et les secteurs liés à la fabrication de produits en bois démontrent également une diversité économique notable.

La MRC Vallée-de-la-Gatineau

montre une forte orientation vers les activités de soutien à la foresterie (services de soutien particuliers relatifs à la récolte du bois) ainsi qu'à l'exploitation forestière, soulignant l'importance de l'industrie du bois.

La MRC de Pontiac

illustre une spécialisation dans l'exploitation forestière et la fabrication d'autres menuiseries préfabriquées (sécher et dégauchir du bois acheté ailleurs pour fabriquer des ouvrages de menuiserie), mettant en avant l'importance du secteur forestier.

L'ÉLAN EXPORTATEUR DES ENTREPRISES RÉGIONALES

73 % des entreprises sondées sont déjà engagées dans des activités d'exportation, tandis que 19 % manifestent un intérêt pour le développement futur de leurs activités hors Québec. Cela indique un fort intérêt vers l'exportation parmi les entreprises de l'Outaouais. Cependant, il est important de noter que certaines entreprises, en particulier les manufacturiers et celles du secteur tertiaire, peuvent ne pas viser les marchés extérieurs. En effet, alors que certaines entreprises montrent un fort intérêt pour l'expansion hors Québec, d'autres restent concentrées sur le marché local, souvent limitées par des défis tels que le manque de ressources.

Cette variation dans les ambitions et les capacités d'exportation souligne l'importance d'offrir des stratégies d'accompagnement adaptées pour soutenir les entreprises à différents stades de leur développement.

L'EXPORTATION : UNE PRIORITÉ POUR LES ENTREPRISES

La majorité des entreprises participantes, soit 74 %, accordent une grande importance à l'exportation hors de la province. Ce chiffre témoigne clairement de l'orientation stratégique des entreprises de la région vers les marchés extérieurs, démontrant que l'exportation représente un levier considérable pour leur croissance et leur diversification.

Êtes-vous actuellement engagé dans des activités d'exportation de vos produits ou services hors Québec?

(À noter que les provinces et territoires canadiens sont également considérés comme des marchés d'exportation.)

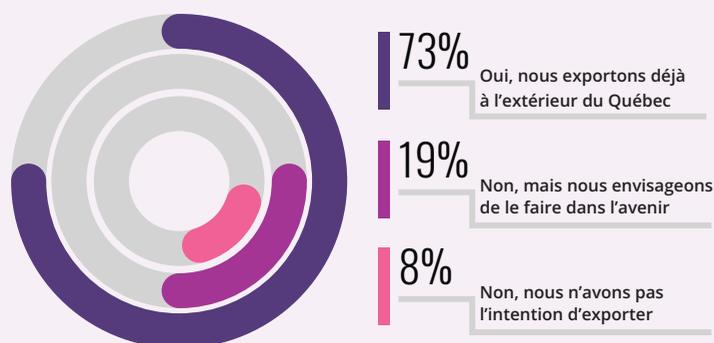


Figure 1 : La participation des entreprises sondées dans des activités d'exportation

Pour votre entreprise, quel niveau d'importance accordez-vous à l'exportation hors Québec?

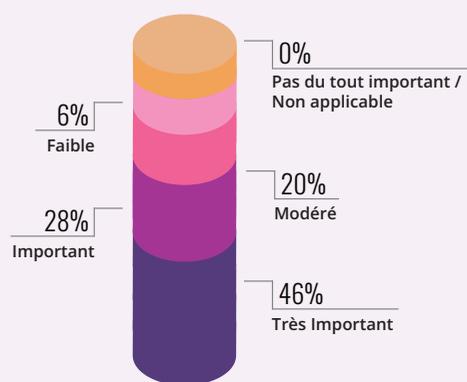


Figure 2 : Niveau d'importance de l'exportation hors Québec des entreprises participantes

DES PROJETS D'EXPORTATION À COURT TERME

Plus de la moitié des entreprises interrogées planifient lancer leurs projets d'exportation à court terme, d'ici moins d'un an. Cela suggère une volonté pressante d'élargir leur portée commerciale et indique probablement une réactivité aux conditions de marché actuelles ou aux opportunités immédiates qu'elles ont identifiées. Cette tendance à l'action rapide exige un accès adéquat au soutien et aux ressources de l'écosystème, soulignant le besoin d'une assistance réactive et ciblée pour aider ces entreprises à concrétiser leurs objectifs de croissance.

Il est également crucial de noter que les entreprises ne se contentent pas de planifier de manière abstraite ; elles ont des destinations précises en tête pour leur expansion. Cela démontre une stratégie de diversification concrète et orientée vers des objectifs clairs, reflétant une approche méthodique et réfléchie. L'identification de marchés et l'établissement d'un calendrier pour ces projets témoignent d'une planification stratégique qui est essentielle pour réussir dans un environnement commercial mondial compétitif.

L'EXPORTATION : UN IMPACT ENCORE MODESTE SUR LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES ENTREPRISES

Les données révèlent que pour une large part des entreprises sondées, l'exportation représente un segment relativement faible de leur chiffre d'affaires total. En effet, la moitié des PME rapportent que les ventes réalisées dans les autres provinces canadiennes représentent entre 0 % et 25 % de leur chiffre d'affaires. Ce constat se répète également pour les revenus générés par les activités à l'échelle internationale. Il en ressort que, pour ces entreprises, les ventes effectuées à l'extérieur des frontières québécoises ne constituent pas leur source de revenus principale.

Bien que les entreprises participantes aient une empreinte modeste en matière d'exportation, elles manifestent une volonté marquée de se développer sur de nouveaux territoires. Avec des ressources et un soutien adéquat, ces entreprises pourraient augmenter leur chiffre d'affaires de manière considérable.

Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaires réalisé au Canada, hors Québec (province et territoires canadiens)?

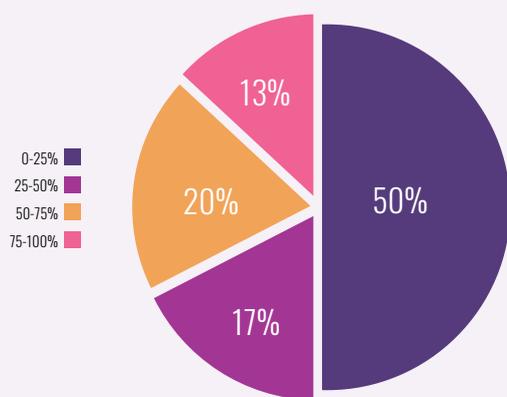


Figure 4 : Répartition du chiffre d'affaires à l'exportation sur les marchés canadiens, hors Québec

Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaires réalisé à l'international (hors Canada)?

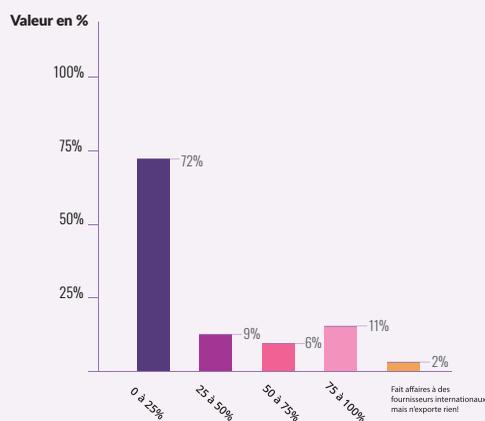


Figure 5 : Répartition du chiffre d'affaires à l'exportation sur les marchés internationaux, hors Canada

Quel est votre horizon de temps pour vos projets d'exportation / développement de marchés?

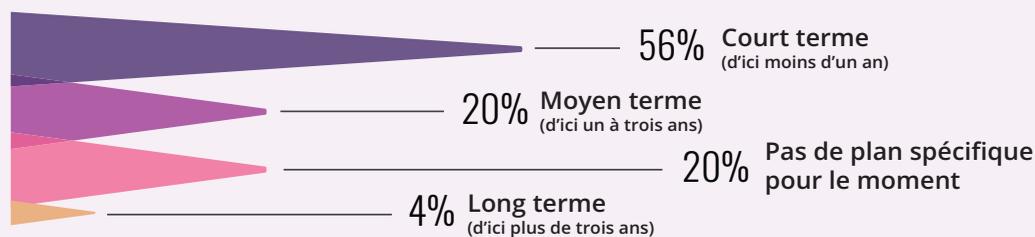


Figure 3 : Horizon temporel des projets d'exportation des entreprises participantes

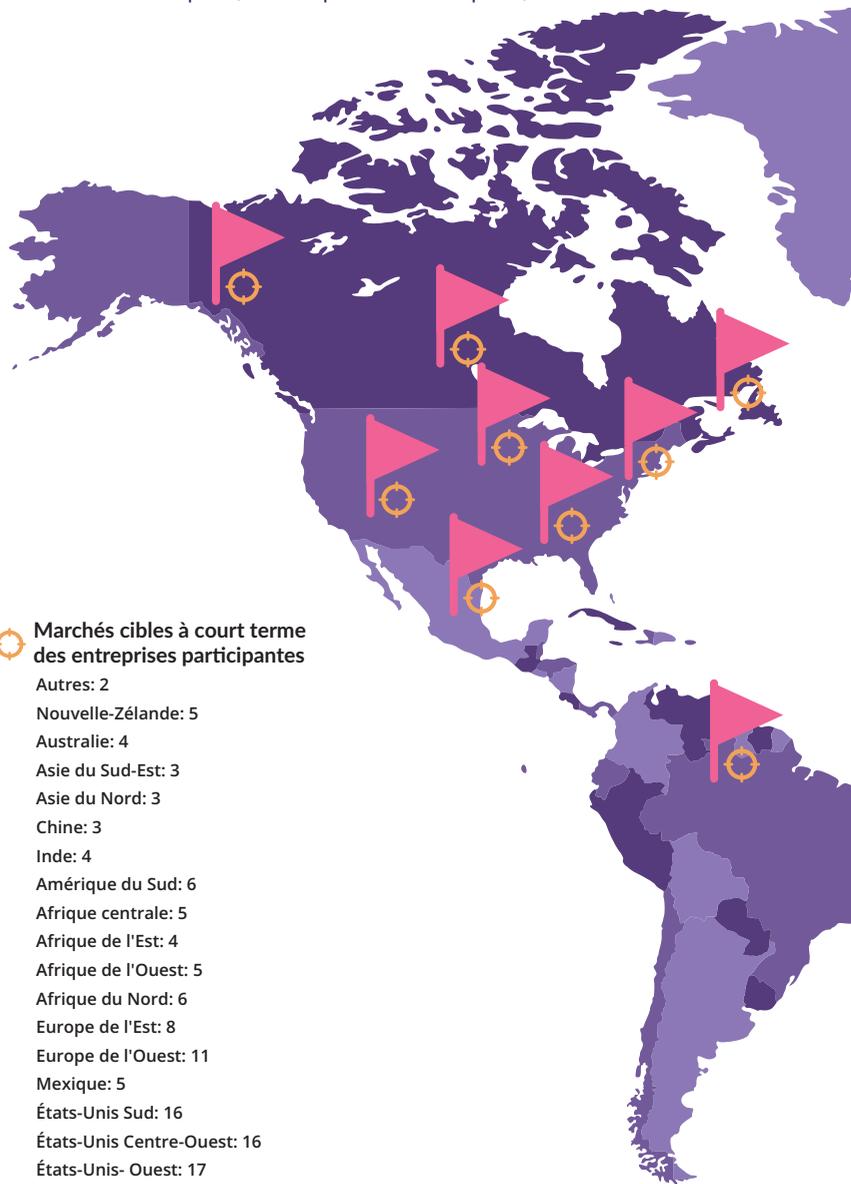
LE RÔLE PRÉDOMINANT DE L'AMÉRIQUE DU NORD ET L'EXPANSION PROGRESSIVE VERS D'AUTRES MARCHÉS

L'analyse des marchés actuels des entreprises de l'Outaouais montre une forte concentration en Amérique du Nord, avec une majorité des répondants opérant principalement au Canada et aux États-Unis. Néanmoins, un nombre non négligeable d'entreprises ont élargi leurs activités en Europe ainsi qu'en Asie, et dans une moindre mesure en Afrique et en Océanie. Ceci révèle un intérêt croissant pour des marchés au-delà des frontières traditionnellement desservies, suggérant une reconnaissance de la demande pour leurs produits et services sur des territoires plus éloignés.

Cependant, les entreprises de la région sont confrontées à divers défis. Les entrevues ont révélé que, bien que certaines d'entre elles réussissent à réaliser des transactions initiales à l'extérieur de l'Amérique du Nord, les PME éprouvent des difficultés à établir un flux commercial durable. Ce défi s'explique notamment au sein des entreprises ayant des ressources limitées. En effet, gérer simultanément le développement des affaires sur leur marché local et l'expansion internationale peut s'avérer particulièrement complexe pour des équipes restreintes. De plus, les entreprises doivent naviguer à travers un éventail d'obstacles techniques, tels que le transport, des contraintes

logistiques, des différences de fuseaux horaires, des réglementations de plus en plus exigeantes, etc.

Cette situation met en lumière la nécessité d'une stratégie d'expansion internationale bien structurée et d'un soutien ciblé pour les PME. Il est essentiel de fournir aux entreprises de l'Outaouais les ressources et les connaissances nécessaires pour surmonter ces défis. Un partenariat étroit entre divers acteurs et partenaires clés de l'écosystème permettrait de stimuler la diversification et de consolider la pérennité des activités des PME au-delà des frontières du marché nord-américain.



Marchés actuels des entreprises participantes

Autres: 3
 Nouvelle-Zélande: 3
 Australie: 6
 Asie du Sud-Est: 4
 Asie du Nord: 3
 Chine: 4
 Inde: 3
 Amérique du Sud: 3
 Afrique centrale: 2
 Afrique de l'Est: 1
 Afrique de l'Ouest: 3
 Afrique du Nord: 3
 Europe de l'Est: 6
 Europe de l'Ouest: 20
 Mexique: 3
 États-Unis Sud: 16
 États-Unis Centre-Ouest: 15
 États-Unis- Ouest: 16
 États-Unis- Est: 16
 Canada-Centre: 31
 Canada-Ouest: 23
 Canada-Est (provinces maritimes inclusivement): 40

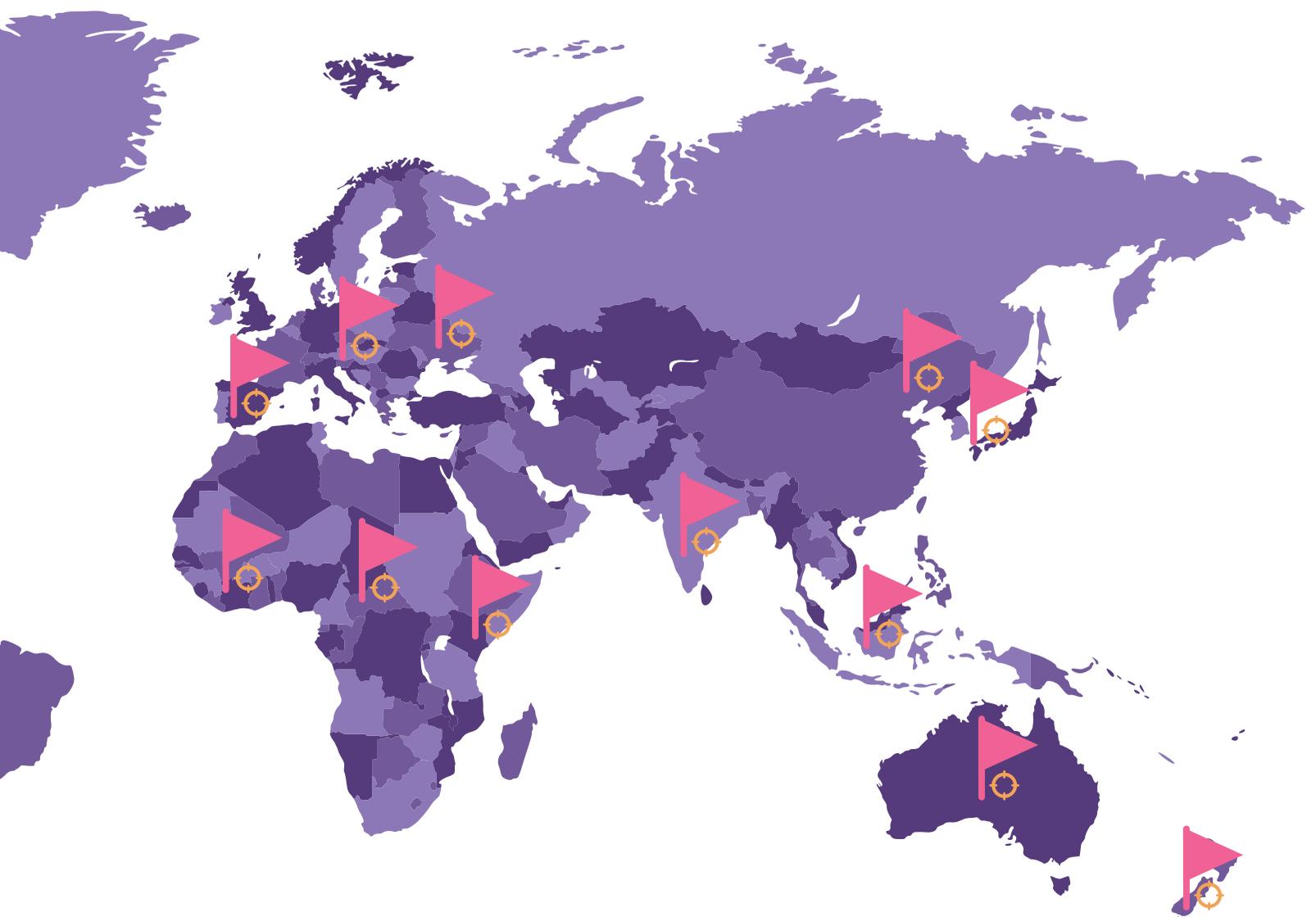
Marchés cibles à court terme des entreprises participantes

Autres: 2
 Nouvelle-Zélande: 5
 Australie: 4
 Asie du Sud-Est: 3
 Asie du Nord: 3
 Chine: 3
 Inde: 4
 Amérique du Sud: 6
 Afrique centrale: 5
 Afrique de l'Est: 4
 Afrique de l'Ouest: 5
 Afrique du Nord: 6
 Europe de l'Est: 8
 Europe de l'Ouest: 11
 Mexique: 5
 États-Unis Sud: 16
 États-Unis Centre-Ouest: 16
 États-Unis- Ouest: 17
 États-Unis- Est: 20
 Canada-Centre: 20
 Canada-Ouest: 21
 Canada-Est (provinces maritimes inclusivement): 29

BÂTIR SUR DU SOLIDE : L'APPROCHE DES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

La stratégie prédominante parmi les entreprises sondées repose sur la consolidation de leurs marchés existants avant de s'aventurer vers des destinations plus éloignées. Cela se reflète notamment dans les données qui montrent que les deux tiers des répondants préfèrent développer leurs activités commerciales dans les provinces canadiennes adjacentes au Québec et aux États-Unis.

La préférence pour les marchés voisins est une approche pragmatique qui permet aux entreprises d'exploiter des liens culturels et logistiques existants et de minimiser les risques associés à l'entrée sur des marchés étrangers. En se concentrant d'abord sur les marchés de proximité, ces entreprises peuvent développer des bases solides qui serviront de tremplin pour une expansion ultérieure en Amérique du Nord et au-delà.



Les entreprises de l'Outaouais semblent adopter une stratégie mesurée et stratégique en matière d'expansion internationale, en cherchant à renforcer leur présence dans les territoires familiers avant de se lancer dans des aventures commerciales plus lointaines. Cette approche prudente, mais déterminée est probablement une réaction à la fois aux opportunités perçues et aux défis inhérents à l'exportation.

Les entreprises de l'Outaouais démontrent une approche pragmatique dans leurs stratégies d'expansion hors Québec. En effet, elles privilégient diverses mesures :

Le développement d'un réseau de commercialisation : Cette approche, la plus couramment adoptée, souligne l'importance de construire des relations commerciales robustes pour garantir une présence durable sur de nouveaux marchés.

Le développement numérique : L'adoption de stratégies de commercialisation numérique reflète l'agilité des entreprises à se moderniser et à s'adapter aux tendances actuelles du marché.

Participation à divers événements : La participation à des foires et salons est une méthode éprouvée pour accroître la visibilité de l'entreprise et établir des contacts professionnels pertinents. Dans un monde de plus en plus numérisé, l'importance de ces interactions en face à face demeure cruciale, offrant des occasions uniques d'échange et de collaboration.

L'établissement de partenariats stratégiques : La formation d'alliances stratégiques avec d'autres entités commerciales et organisations est un moyen efficace pour les entreprises d'étendre leur portée tout en partageant les risques et en tirant parti de connaissances locales.

Les entreprises semblent opter pour des stratégies prudentes et réversibles dans leur démarche d'expansion, comme en témoigne le peu de projets d'acquisition ou d'implantation directe à l'international. Cette prudence reflète une approche mesurée du risque, souvent caractéristique des PME soucieuses de préserver leurs ressources tout en explorant de nouvelles occasions d'affaires.

De surcroît, de nombreux répondants ont exprimé leur intention de s'appuyer sur des informations stratégiques, telles que la veille et les études de marché, pour affiner leurs plans de développement international. Cela souligne l'importance de la connaissance approfondie des marchés cibles avant de s'engager dans des initiatives d'expansion.



MANQUE DE RESSOURCES HUMAINES ET FINANCIÈRES : DEUX FREINS MAJEURS POUR LES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

La Figure 8 ci-dessous illustre les obstacles auxquels se heurtent les entreprises de l'Outaouais lorsqu'elles s'aventurent au-delà des frontières provinciales. Deux problématiques majeures ressortent :

Manque de main-d'œuvre qualifiée : Ce point a été fréquemment mentionné dès le début des entretiens, mettant en exergue l'obstacle considérable que représente le déficit de main-d'œuvre qualifiée. Les témoignages des entrepreneurs soulignent la complexité de jongler entre les multiples rôles nécessaires à l'exportation, surtout pour les microentreprises.

Insuffisance des ressources financières : Également identifié comme un défi prépondérant, le manque de financement restreint la capacité des entreprises à investir dans l'expansion de leurs activités hors Québec.

Outre ces problèmes fondamentaux, d'autres défis importants ont été identifiés :

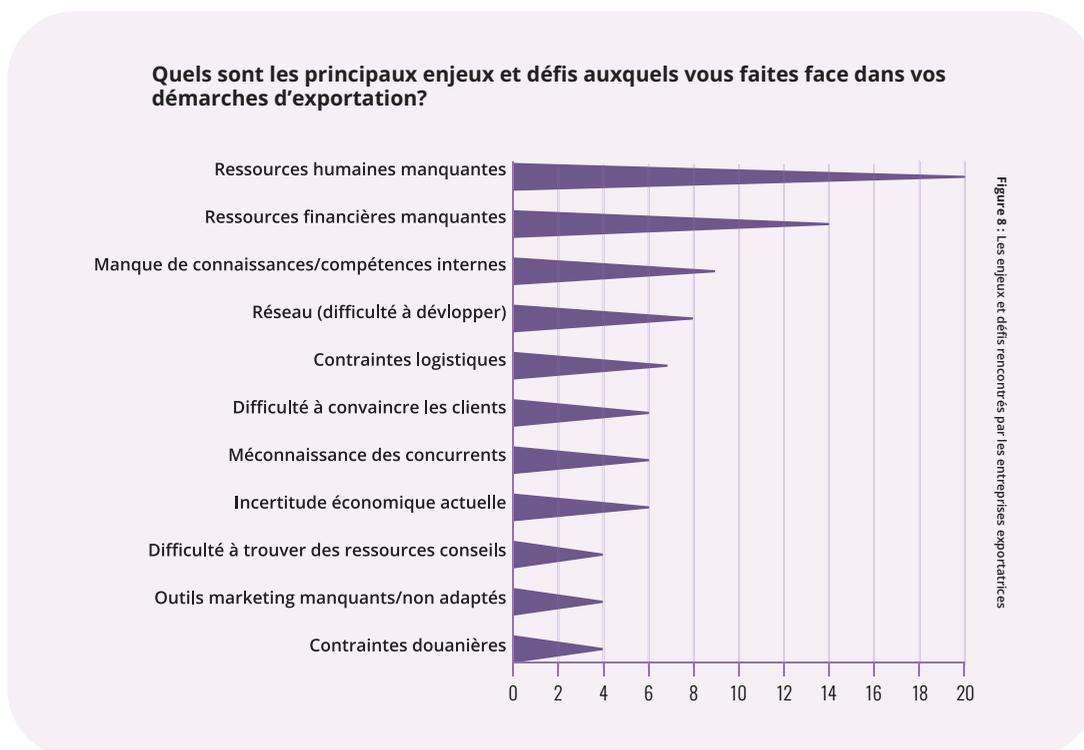
Manque de connaissances et compétences internes : Pour plusieurs répondants, le déficit de savoir-faire spécialisé en matière d'exportation limite l'expansion de leur entreprise sur de nouveaux marchés.

Contraintes logistiques : Dans des contextes internationaux variés, les entreprises sont confrontées à des enjeux dans la gestion de leurs chaînes d'approvisionnement et dans le maintien d'une efficacité.

Développement de réseaux et de partenariats : L'établissement et le maintien de relations commerciales à l'international sont jugés particulièrement complexes, posant ainsi un défi majeur pour de nombreuses entreprises dans leur quête d'expansion.

Moins fréquemment, mais tout aussi important, l'incertitude économique et la méconnaissance des concurrents internationaux ont été signalées comme des défis supplémentaires, reflétant la complexité du paysage commercial mondial.

Ces données mettent en lumière la réalité multidimensionnelle des défis de l'exportation et l'importance d'une approche globale pour y faire face. Pour les entreprises de l'Outaouais, l'exportation n'est pas seulement une question de volonté, mais aussi de capacité à surmonter une série de défis qui nécessitent des solutions adaptées et un soutien continu.



DIVERSITÉ ET CHOIX STRATÉGIQUES DES ORGANISMES DE SOUTIEN POUR LES ENTREPRISES DE L'OUTAOUAIS

Les entreprises exportatrices de la région font appel à plusieurs partenaires de l'écosystème pour les soutenir dans leur expansion hors Québec et à l'international, comme le démontre la Figure 9. En effet, les entretiens ont révélé une corrélation entre les besoins des entreprises et leur recours aux ressources d'accompagnement disponibles.

Il est notable de souligner que 63 % des entreprises sondées ont bénéficié du soutien d'Export Outaouais, tandis que 37 % ont fait appel à Investissement Québec et près de 20 % à EDC. Également, il est important de souligner que certains entrepreneurs ont tiré parti de l'appui d'organismes sectoriels ou régionaux, tels que le MAPAQ, les SADC, les MRC et ID Gatineau, soulignant l'importance de ces ressources dans les stratégies d'expansion des entreprises de la région.

Bien que la majorité exprime sa gratitude pour l'appui reçu, il est intéressant de constater que quelques répondants, de manière plus marginale, indiquent ne pas avoir été accompagnés, ni dans le passé ni actuellement.

En définitive, si la reconnaissance de l'aide et des ressources offertes est claire, les répondants ne savent pas toujours vers qui se tourner ou par où commencer pour entreprendre leurs démarches d'exportation. Cela souligne le besoin d'une orientation plus claire et d'une meilleure communication sur les voies d'accès aux différents programmes de soutien disponibles pour les entreprises souhaitant se développer à l'international.

Avez-vous déjà bénéficié, actuellement ou par le passé, du soutien d'un ou plusieurs des partenaires ci-dessous pour votre expansion sur les marchés hors Québec ou à l'international ?

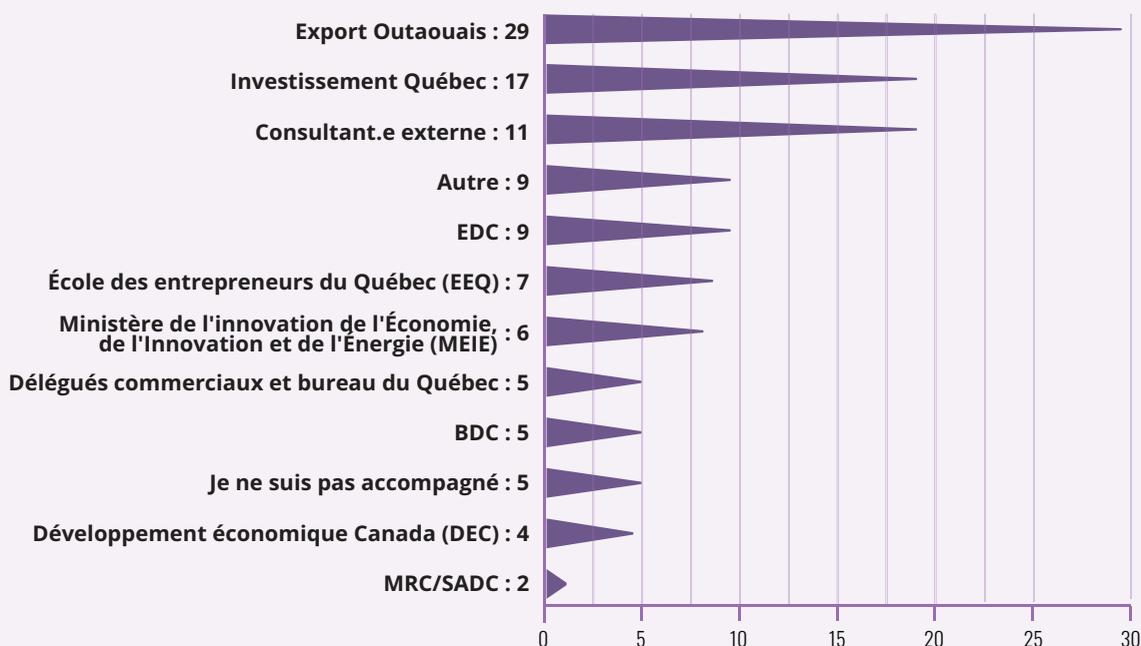


Figure 9 : Partenaires et organismes de soutien avec lesquels les entreprises participantes ont fait appel pour leur expansion sur les marchés hors Québec

CATALYSER LA CROISSANCE DES ENTREPRISES : COMBLER LES BESOINS D'ACCOMPAGNEMENT

L'enquête auprès des entreprises a révélé un paysage contrasté en ce qui concerne les besoins d'accompagnement des entreprises. Un segment significatif des entreprises, représentant 39 %, indique avoir des besoins encore non satisfaits en matière de soutien à l'exportation. Ce chiffre illustre un espace considérable pour l'amélioration des services d'aide et la mise en place de ressources supplémentaires destinées à faciliter le commerce international.

D'un autre côté, 42 % des entreprises sondées considèrent que leurs besoins actuels en accompagnement sont comblés, reflétant une utilisation efficace des ressources existantes ou une stratégie d'autonomie. Cependant, l'existence d'une minorité significative qui reste incertaine ou qui n'a pas encore engagé de démarches pour obtenir du soutien suggère un potentiel sous-exploité pour les organismes de soutien.

L'analyse indique que, malgré les contacts et les réseaux développés par les entrepreneurs, une partie d'entre eux pourrait bénéficier d'une aide supplémentaire, qu'il s'agisse d'informations sur le marché, de conseils en stratégie, de financement ou d'autres formes d'assistance. Il est donc essentiel que les entités d'accompagnement ainsi que les partenaires institutionnels renforcent leurs efforts de communication et d'engagement auprès de la communauté d'affaires pour s'assurer que les besoins de chaque entreprise en matière d'exportation soient bien compris et activement adressés.

Ceci met en lumière la nécessité de renforcer les dispositifs d'accompagnement et d'assurer que l'information concernant les services disponibles parvienne à toutes les entreprises, notamment celles qui sont encore en phase de réflexion ou qui n'ont pas encore pleinement exploré les possibilités d'aide à l'exportation.

Avez-vous des besoins non couverts en matière d'accompagnement pour votre croissance hors Québec?

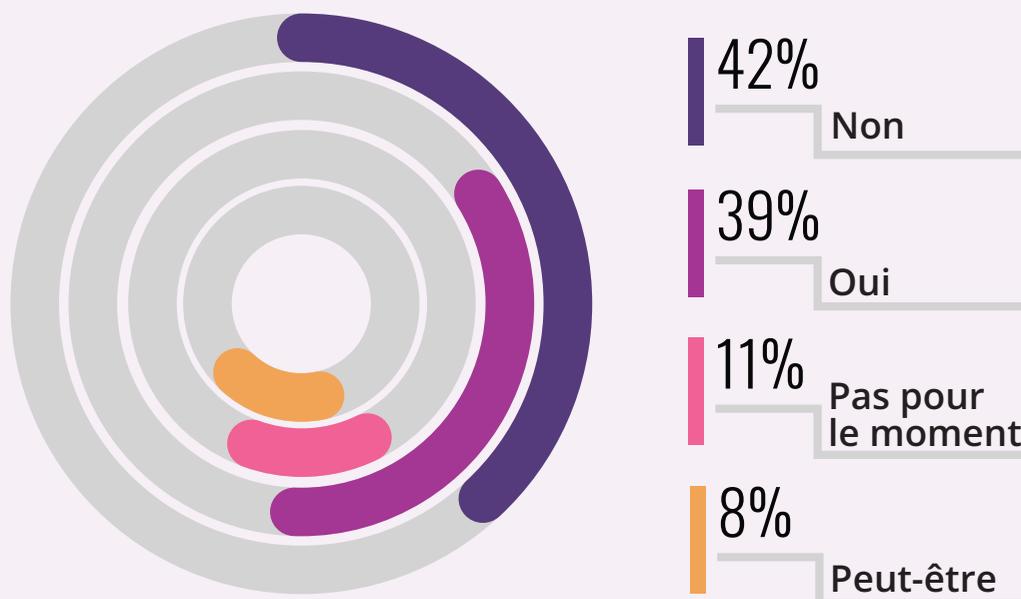


Figure 10 : Besoins d'accompagnement non satisfaits des entreprises dans la région



WORLD CONNECTION

Q W E R T Y U I O P
A S D F G H J K L SEARCH
Z X C V B N M ?
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

World map and data visualization interface.

World map and data visualization interface.



COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET STRATÉGIES NUMÉRIQUES

L'ESSOR DU DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE DANS LA STRATÉGIE D'INTERNATIONALISATION DES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

Dans le cadre de l'étude, les entreprises ont été interrogées sur leurs initiatives de développement numérique pour la commercialisation hors Québec. La majorité des dirigeants ont affirmé avoir des projets en cours, principalement concentrés sur l'amélioration de leur présence en ligne via des refontes ou des mises à jour de leur site Web. Comme le démontre la Figure 11, 71 % des entreprises ont déjà mis en place ou planifient des stratégies numériques pour renforcer leur commercialisation à l'international. Les projets évoqués englobent notamment des stratégies de marketing digital, d'optimisation pour les moteurs de recherche, et d'utilisation des plateformes de commerce électronique et des réseaux sociaux pour toucher des clients internationaux.

Ce fort pourcentage révèle une prise de conscience généralisée de l'importance vitale du numérique dans l'exploration et le développement de nouveaux marchés. Seulement une faible part des entreprises, représentant 11 %, n'envisagent pas actuellement de telles initiatives, soulignant que la transformation numérique n'est pas encore une priorité.

Le développement de projets numériques au sein des PME suggère une tendance à l'adoption de technologies avancées pour rester compétitives sur la scène mondiale. Pourtant, il reste un défi à surmonter : transformer cette prise de conscience en actions concrètes et en résultats mesurables, en veillant à ce que les entreprises disposent des compétences et des ressources nécessaires pour mettre en œuvre efficacement leurs stratégies numériques.

Avez-vous des projets de développement numérique pour la commercialisation hors Québec/à l'international?

Si oui, pourriez-vous nous fournir des détails sur les projets envisagés?

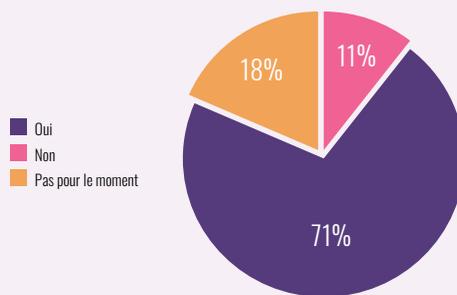


Figure 11 : Projets de développement numérique des entreprises exportatrices de l'Outaouais

LES OUTILS NUMÉRIQUES AU SERVICE DES ENTREPRISES EXPORTATRICES DE L'OUTAOUAIS

L'impact des outils numériques sur le développement commercial est devenu indéniable. Selon les données recueillies, 54,3 % des entreprises participantes affirment que ces outils représentent un levier pour augmenter leurs ventes en ligne. Par ailleurs, près de la moitié des répondants reconnaissent l'apport significatif des technologies dans la formation des consommateurs sur leurs produits et services, tandis que 41,3 % valorisent ces outils pour améliorer les points de vente et la proximité avec leur clientèle.

La figure ci-dessous met en évidence l'éventail des rôles que les outils numériques peuvent jouer dans le développement d'affaires. Des aspects comme la gestion de la relation client (CRM), l'intelligence d'affaires, et même le remplacement des foires commerciales par des événements virtuels sont explorés.

Cette adoption généralisée des technologies souligne leur rôle essentiel. Il est devenu clair que pour les entreprises de l'Outaouais, l'investissement dans des outils numériques transcende la simple tendance ; il représente une stratégie impérative pour rester compétitif et croître dans un environnement commercial de plus en plus numérisé. Les outils numériques sont considérés non seulement comme un atout, mais comme une composante cruciale de la stratégie d'affaires, et ce, sur tous les fronts, de la vente en ligne à l'optimisation logistique. Les entreprises de l'Outaouais s'orientent ainsi vers une numérisation complète, marquant un tournant stratégique vers l'innovation et la performance commerciale à l'échelle mondiale.

De quelle façon les outils numériques peuvent-ils jouer un rôle dans votre développement d'affaires ?

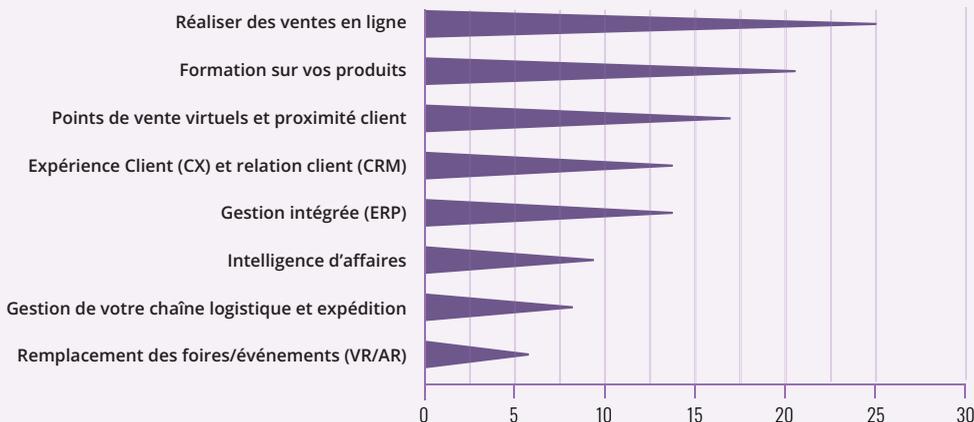


Figure 12 : L'impact des outils numériques sur le développement des affaires des entreprises

NUANCES ET POTENTIEL DU NUMÉRIQUE DANS LES REVENUS DES EXPORTATEURS DE L'OUTAOUAIS

L'analyse de l'impact des outils numériques sur les revenus des entreprises exportatrices de l'Outaouais révèle un tableau varié. Selon la Figure 13, 54 % des entreprises génèrent une portion relativement faible (0 à 25 %) de leur chiffre d'affaires total grâce au commerce électronique, indiquant une prédominance des canaux de vente traditionnels ou une exploitation partielle du potentiel du cybercommerce. Néanmoins, un segment notable, 29 %, tire une part majeure (75 à 100 %) de son chiffre d'affaires des canaux numériques, soulignant une adoption réussie de ces outils pour le commerce et le marketing local et international.

En ce qui concerne spécifiquement l'exportation, les données de la Figure 14 montrent que pour 69 % des répondants, le cybercommerce ne représente qu'une contribution modeste (0 à 25 %) du chiffre d'affaires à l'exportation. Cela suggère que les pratiques d'exportation traditionnelles sont encore largement en vigueur. Toutefois, 21 % des répondants rapportent que le commerce électronique constitue la source principale (75 à 100 %) de leur chiffre d'affaires à l'exportation, ce qui démontre l'importance vitale de ces outils pour leur pénétration et leur croissance sur les marchés étrangers.

Ces informations mettent en évidence une tendance à l'adoption progressive des outils numériques. Il devient clair que, tandis que certains exportateurs de l'Outaouais tirent profit des stratégies numériques, d'autres n'ont pas encore saisi toute l'étendue de son potentiel. Les résultats invitent à une réflexion stratégique sur la manière dont les entreprises peuvent maximiser son utilisation pour renforcer non seulement leur présence sur le marché local, mais aussi pour accroître leur compétitivité à l'extérieur du Québec.

Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaires total qui provient d'opportunités générées par le numérique?

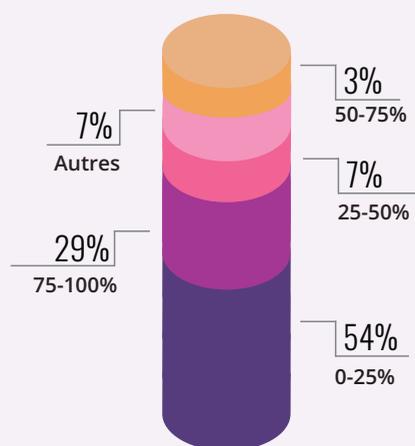


Figure 13 : Chiffre d'affaires total provenant du numérique

Quel est le pourcentage de votre chiffre d'affaires à l'exportation (Canada, hors Québec et international) qui provient d'opportunités générées par le numérique?

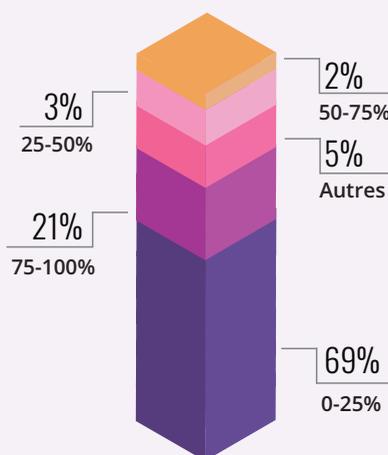


Figure 14 : Chiffre d'affaires à l'exportation provenant du numérique

LES OBSTACLES DU NUMÉRIQUE EN OUTAOUAIS

L'intégration de solutions numériques s'avère cruciale pour la croissance des entreprises de l'Outaouais. Toutefois, l'enquête met en lumière un défi prépondérant : le financement. Plus de la moitié des entreprises sondées, 51,1%, identifient le manque de capitaux comme un frein considérable, entravant leur capacité à investir dans des technologies pertinentes ou à recruter des spécialistes.

La technicité requise pour le déploiement et la maintenance des solutions technologiques représente également un obstacle majeur pour 31,9 % des entreprises, pointant vers un déficit de compétences et d'expertise technique spécialisée. Cette lacune peut compliquer la capacité des entreprises à s'orienter dans l'écosystème numérique.

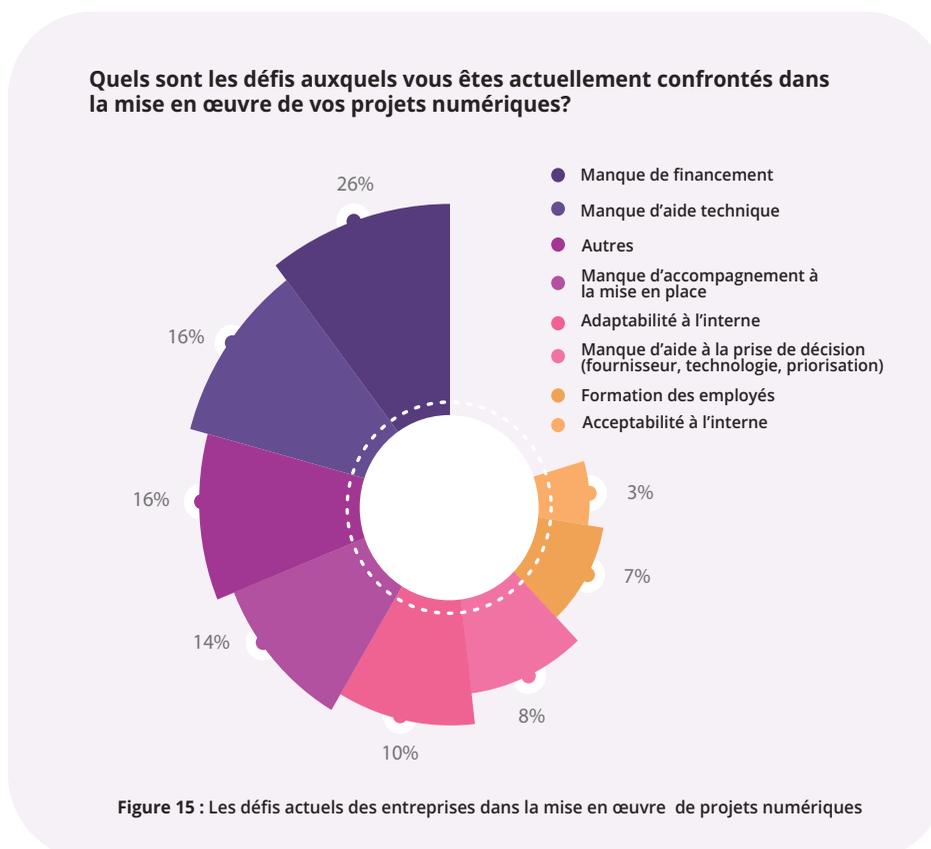
En outre, environ un tiers des entrepreneurs ressentent un déficit d'accompagnement dans leur virage numérique. Ils soulignent le besoin d'un soutien stratégique et opérationnel plus robuste pour leur transformation, incluant des conseils en stratégie, une aide à la mise en œuvre et un suivi après déploiement.

Par ailleurs, 14,9 % des répondants expriment des incertitudes quant à la prise de décision, indiquant des hésitations ou des difficultés à sélectionner les outils numériques adaptés et à élaborer des stratégies efficaces pour leur intégration.

La formation du personnel est signalée comme un enjeu par 12,8 % des entreprises, soulignant l'importance de l'éducation et de l'acclimatation des équipes aux nouvelles technologies pour maximiser l'utilisation et l'efficacité des outils numériques.

Enfin, les défis de l'acceptation interne et de l'adaptation aux réalités internes sont respectivement mentionnés par 6,4 % et 19,1 % des entreprises, reflétant des réticences au changement et la complexité d'intégrer les outils numériques aux processus établis.

Ces données illustrent non seulement l'urgence d'un soutien financier accru pour catalyser le passage au numérique, mais aussi la nécessité d'une approche holistique qui adresse les multiples facettes de la transformation numérique, depuis la base technique jusqu'à la culture d'entreprise.



EXPORT OUTAOUAIS

EXPORT OUTAOUAIS : UN PILIER POUR LES ENTREPRISES DE LA RÉGION

L'enquête menée auprès des entreprises de l'Outaouais révèle que 72 % des entrepreneurs sont familiers avec les services offerts par Export Outaouais, démontrant l'influence et la reconnaissance de l'organisme dans le paysage entrepreneurial régional. Cette connaissance des services d'Export Outaouais suggère que l'organisme joue un rôle essentiel dans l'accompagnement des entreprises locales dans leurs efforts d'exportation.

Les témoignages recueillis lors de l'étude révèlent une appréciation profonde pour le soutien apporté par les divers membres de l'équipe de l'ORPEX. En effet, les entrepreneurs partagent des expériences positives diversifiées, depuis l'utilisation des services de l'organisme jusqu'à la participation à des formations et à des programmes spéciaux, sans oublier la valorisation apportée par la participation des Prix MercadOr de l'Outaouais.

Les commentaires mettent aussi en lumière la valeur des formations proposées par Export Outaouais. La familiarité et l'implication des entrepreneurs avec les différents projets de l'ORPEX soulignent la présence importante de l'organisme dans l'écosystème entrepreneurial.

Même les personnes moins familières avec Export Outaouais, ayant pris connaissance de ses services de manière indirecte par l'entremise d'autres acteurs de l'écosystème, reconnaissent son rôle et son potentiel de soutien. Les résultats de l'enquête confirment ainsi la perception d'Export Outaouais comme une ressource bien ancrée dans le réseau d'affaires et fortement impliquée dans le soutien à l'exportation et au développement économique de la région.

Connaissez-vous les services d'Export Outaouais?

72%   28%

Figure 16 : Connaissance d'Export Outaouais



Grâce à l'accompagnement sur mesure d'Export Outaouais, Cochlea Team a pu naviguer avec succès dans les complexités de l'exportation. Leur expertise et leur soutien ont été cruciaux dans l'expansion de notre marché au-delà des frontières québécoises. Un partenaire indispensable pour toute entreprise visant la croissance internationale.

Céline Solmini,
Cofondatrice,
Cochlea Team



CONCLUSION

Le Portrait régional des exportations et du commerce électronique dévoile un écosystème dynamique, caractérisé par des entrepreneurs à la fois résilients et innovants. Il met également de l'avant les défis auxquels sont confrontées les entreprises locales dans leur démarche d'expansion et de numérisation. L'étude souligne l'importance de l'intégration de solutions numériques comme vecteur de développement. En effet, bien que les entreprises participantes soient à des stades variés d'adoption du numérique, la majorité reconnaissent la nécessité stratégique d'intégrer celles-ci dans leurs opérations pour demeurer compétitives sur les marchés internationaux.

Les données recueillies ont également permis de souligner que l'absence de financement et le manque de main-d'œuvre qualifiée représentent les principaux obstacles à la mise en œuvre de stratégies de développement de marchés. Cependant, avec l'accompagnement d'organismes et l'appui de ressources clés, les entreprises manifestent une capacité et une volonté croissante d'adresser ces défis.

Les entreprises de l'Outaouais sont à un tournant stratégique, conscientes de l'impact transformateur des outils numériques et motivées par des ambitions de croissance hors Québec. Le soutien des partenaires de l'écosystème est crucial pour franchir les obstacles à la numérisation et à l'exportation. En renforçant ces collaborations et en continuant à tirer parti des technologies, les entreprises de l'Outaouais peuvent espérer non seulement réussir à naviguer dans le paysage commercial actuel, mais également à façonner celui de demain.

RECOMMANDATIONS ET PISTES D'ACTION POUR MIEUX SOUTENIR LES ENTREPRISES DE L'OUTAOUAIS

Face aux défis et aux opportunités identifiés dans le Portrait régional des exportations et du commerce électronique de l'Outaouais, il devient impératif d'élaborer des stratégies ciblées pour soutenir efficacement les entreprises dans leur démarche d'expansion et de transformation numérique. Les recommandations suivantes s'appuient sur l'analyse et les liens effectués entre les faits saillants du volet 1 et les observations des entrevues du volet 2.

1. Offrir davantage de support financier pour le développement de marchés : Mettre en place des programmes de subventions et de financement plus accessibles et adaptés aux besoins des entreprises exportatrices ou celles désireuses d'exporter. L'objectif serait de diversifier et d'élargir les options de financement pour surmonter les barrières financières actuelles, facilitant ainsi l'accès à de nouveaux marchés étrangers pour les PME.

2. Mettre en place des solutions financières supplémentaires pour le développement numérique des entreprises : Plus de la moitié des entreprises interrogées ont souligné le manque de financement comme obstacle majeur à leur évolution technologique. Il est crucial de faciliter le développement numérique au sein des entreprises en proposant des subventions et des financements pour celles-ci.

3. Renforcer les compétences numériques au sein des PME : Lancer et promouvoir des activités de formation et des programmes visant à combler le manque de compétences numériques auprès des membres des équipes. Ces initiatives aideraient les employés à s'adapter aux exigences du marché actuel et à exploiter pleinement les avantages de la numérisation. De plus, il serait intéressant d'envisager la mise en place d'un programme pouvant financer l'embauche d'un spécialiste numérique interne, s'inspirant de l'ancien modèle du Programme de soutien à la commercialisation et à l'exportation (PSCE.) Ceci renforcerait encore cette dynamique en dotant les PME d'une ressource dédiée et experte pour guider leur transformation numérique.

4. Maintenir et renforcer tous les programmes d'appui à l'attraction et l'embauche de main-d'œuvre qualifiée
Le manque de main-d'œuvre qualifiée demeure un frein à la croissance locale des entreprises de l'Outaouais, mais aussi à leurs projets de croissance à l'international. Face à des capacités de production déjà souvent limitées, il est crucial de soutenir les entreprises dans leur quête de recrutement. Les initiatives devraient inclure des programmes d'incitation à l'embauche, des mesures facilitant l'intégration de talents étrangers, et des partenariats avec les institutions éducatives pour aligner les programmes de formation avec les besoins spécifiques des industries locales.

CE RAPPORT A ÉTÉ RÉALISÉ SOUS LA COORDINATION DE PHAR VEILLE STRATÉGIQUE.

RECHERCHE ET RÉDACTION

Mathieu Lapointe
Guillaume Cariou
Lilia Benbelaid
Audrey Caron

RÉVISION

Audrey Caron
Margareth Pagé

GRAPHISME ET MISE EN PAGE

Vacarm

LES ACTIVITÉS ET L'OFFRE DE SERVICE D'EXPORT OUTAOUAIS NE POURRAIENT EXISTER SANS L'APPORT DE SES PARTENAIRES ESSENTIELS :



Développement
économique Canada
pour les régions du Québec

Canada Economic
Development
for Quebec Regions

Québec 

AVEC LA PARTICIPATION FINANCIÈRE DE :

*Affaires municipales
et Habitation*

Québec 

 ÉCOLE DES
ENTREPRENEURS
DU QUÉBEC
| OUTAOUAIS

 Desjardins
Entreprises

bdc 

MERCI À NOTRE PARTENAIRE COCKTAIL :

DISTILLERIE  SQUARE

MERCI À NOTRE PARTENAIRE MÉDIA :





EXPORT
OUTAOUAIS
exportoutaouais.ca

Là-bas commence ici.