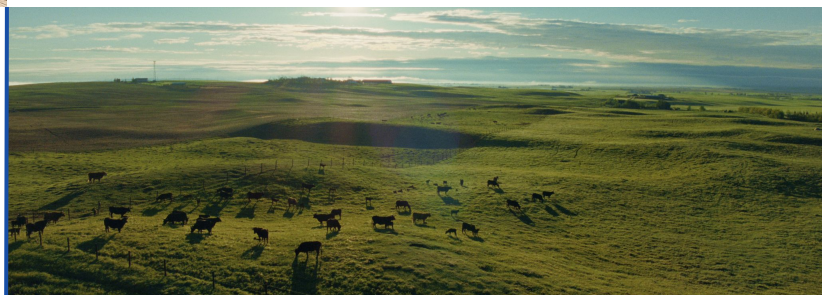


Rapport d'impact économique 2025



À propos de nous

Public First est un cabinet de conseil stratégique mondial qui aide les organisations à mieux comprendre l'opinion publique, à analyser les tendances économiques et à élaborer de nouvelles propositions de politiques.

Adresse : Public First Ltd, Ashleigh Villa, 143 Tamworth Road,
Long Eaton, Nottingham, NG10 1BY

Courriel : info@publicfirst.co.uk
www.publicfirst.co.uk

Le rapport complet est offert en anglais et en français à l'adresse suivante :
g.co/canadianinnovation et g.co/innovationcanadienne

Avant-propos

Depuis 25 ans, Google est fière de se sentir chez elle au Canada. Depuis que nous nous sommes établis ici, nous nous sommes donné pour mission de concevoir des technologies qui favorisent l'épanouissement des citoyens, ainsi que la croissance des entreprises et de l'économie dans son ensemble. Qu'il s'agisse d'aider les petites entreprises à trouver de nouveaux clients, de soutenir notre main-d'œuvre dans l'acquisition de compétences recherchées ou d'aider les communautés locales à saisir de nouvelles occasions, nous avons à cœur de bâtir une économie numérique conçue pour aider tous les Canadiens à réussir.

Pour marquer notre 25^e anniversaire au Canada, nous avons mandaté Public First, un cabinet de conseil indépendant, pour évaluer notre contribution à l'économie canadienne tant en 2025 qu'au cours des 25 dernières années. Les conclusions de ce Rapport d'impact économique soulignent l'ampleur de notre contribution : au cours des 25 dernières années, les produits et services de Google ont aidé à générer plus de 550 milliards de dollars canadiens d'activité économique au Canada, stimulant la productivité, soutenant la croissance internationale et permettant aux entreprises et aux communautés de croître.

Alors que nous nous projetons vers les 25 prochaines années, l'IA offre une occasion exceptionnelle de donner les moyens d'agir aux citoyens et aux entreprises partout au Canada. Concrétiser ce potentiel est un effort collectif, et nous sommes déterminés à agir avec audace et responsabilité, aux côtés de nos partenaires, pour mettre les possibilités de l'IA au service de tous les Canadiens.



Sabrina Geremia

Vice-présidente et Directrice générale,
Google Canada

Célébrons 25 ans de retombées au Canada

Plus de 550 G\$

d'activité économique. Au cours des 25 dernières années, les produits et services de Google ont contribué à générer plus de 550 milliards de dollars canadiens d'activité économique pour les entreprises, les organismes sans but lucratif, les éditeurs, les créateurs et les développeurs canadiens.

410 G\$

en gain de productivité. Depuis que Google s'est implanté au Canada, des services comme Recherche Google et Workspace ont contribué à améliorer la productivité à hauteur d'environ 410 milliards de dollars canadiens pour l'économie canadienne.

Plus de 1,3 G\$

en dons philanthropiques et sociaux. Depuis 2009, Google et les membres de l'équipe Google ont versé plus de 1,3 milliard de dollars canadiens en financement (subventions en espèces, financement à incidence sociale, dons des employés et dons jumelés) à des organisations et à des organismes sans but lucratif au Canada.



L'incidence de Google en 2025 : investir dans la réussite du Canada et favoriser la croissance économique et l'emploi

81 G\$ en activité économique. En 2025, Recherche Google, Google Play, YouTube, Google Cloud et les outils publicitaires de Google ont contribué à générer plus de 81 milliards de dollars canadiens d'activité économique pour les entreprises, les organismes à but non-lucratif, les éditeurs, les créateurs et les développeurs canadiens.

11 G\$ d'activité économique d'exportation pour les entreprises canadiennes. Notre modélisation estime que Google soutient 11 milliards de dollars canadiens d'exportation pour l'économie canadienne, en permettant aux entreprises canadiennes d'être plus facilement découvertes par les clients internationaux grâce à Recherche Google et aux annonces sur Google Ads.

Aider les Canadiens à trouver des occasions économiques près de 50 M de fois par semaine.

Au Canada, Google aide les gens près de 50 millions de fois par semaine sur des sujets liés aux occasions économiques, comme la recherche d'un programme de certificat ou la façon d'enregistrer une entreprise.



La magie des outils Google, c'est qu'ils sont assez simples pour que des agriculteurs comme nous puissions les utiliser, mais assez performants pour nous relier au monde entier.



Jacob Murray

Copropriétaire et exploitant, Topsy Farms

[Lire son témoignage](#)

Aider les entreprises canadiennes à croître et à rester concurrentielles



Les outils de Google m'ont aidé à me libérer d'une énorme charge mentale. J'ai gagné du temps mais, surtout, j'ai réussi à mieux répartir mon énergie.



Denny Vervae

Cofondateur, Red Barn Brewing Co.
Blenheim, Ontario

[Lire son témoignage](#)



Soutenir plus de 2,8 M d'entreprises canadiennes avec des outils gratuits. En 2025, plus de 2,8 millions d'entreprises canadiennes ont utilisé les outils de Google sans frais pour recevoir des appels téléphoniques, des réservations, des avis, des demandes d'itinéraires ou d'autres interactions directes avec leurs clients.

Plus de 440 M d'interactions directes gratuites entre les entreprises et leurs clients. En moyenne, chaque mois en 2025, Google a contribué à générer plus de 440 millions d'interactions directes sans frais, y compris des appels téléphoniques, des demandes d'itinéraires, des messages, des réservations et des avis pour les entreprises canadiennes.

Plus de 18 M de questions répondues chaque heure. Recherche Google aide les Canadiens à trouver les produits et les services dont ils ont besoin. En 2025, Recherche Google a répondu à plus de 18 millions de questions de Canadiens chaque heure. Du côté des entreprises, 83 % ont affirmé que la recherche en ligne était un moyen important pour les clients de les trouver.

8,9 G\$ d'activité économique pour les PME grâce à Google Cloud. En 2025, Google Cloud a stimulé la productivité des PME canadiennes de 9 %, soutenant ainsi 8,9 milliards de dollars canadiens d'activité économique à l'échelle du pays. Interrogées sur les avantages que l'utilisation des technologies Google Cloud a apportés à leurs activités, les trois principales réponses des PME canadiennes étaient : la réduction des coûts (34 %), l'augmentation des revenus (39 %) et une plus grande capacité de stockage des données (40 %).

Plus de 580 M\$ collectés et 1 400 nouveaux emplois créés pour l'écosystème des entreprises en démarrage du Canada. Depuis 2020, [Google for Startups Accelerator](#) a soutenu 145 entreprises canadiennes en démarrage d'un océan à l'autre. Depuis qu'elles ont terminé le programme, ces entreprises en démarrage ont collectivement collecté plus de 580 millions de dollars canadiens et ont contribué à la création de 1 400 nouveaux emplois.

Générer un effet social ensemble : soutenir les organismes sans but lucratif canadiens

Plus de 1,3 G\$ en dons philanthropiques et en financement avec incidence sociale. Depuis 2009, Google et les membres de l'équipe Google ont versé plus de 1,3 milliard de dollars canadiens en financement (subventions en espèces, financement à incidence sociale, dons des employés et dons jumelés) à des organisations et à des organismes sans but lucratif au Canada.

Plus de 112 M\$ en bourses Google Ad Grants pour les organismes à but non-lucratif. En 2025, le programme Google Ad Grants a offert plus de 112 millions de dollars canadiens en publicité gratuite à des organismes à but non-lucratif partout au Canada.

Plus de 26 M\$ en accès à Google Workspace pour des milliers d'organismes à but non-lucratif canadiens. En 2025, Google pour les organismes à but non-lucratif a permis à plus de 20 369 organismes sans but lucratif canadiens d'accéder à Google Workspace for Nonprofits, un service d'une valeur de plus de 26 millions de dollars canadiens.

L'IA au Canada : une occasion à saisir

L'IA générative, un moteur de 230 G\$ pour l'économie. Nos recherches révèlent que l'IA générative pourrait stimuler l'économie canadienne à hauteur de 230 milliards de dollars canadiens et faire gagner au travailleur moyen près de 22 jours de travail par an (soit plus de 175 heures), lui permettant ainsi de se consacrer aux aspects les plus valorisants de son emploi.

8,9 G\$ d'économies grâce à la prévention des cybermenaces. Les outils propulsés par l'IA surveillent et signalent déjà de manière proactive les menaces émergentes pour la sécurité. D'ici 2035, nous estimons que l'IA pourrait permettre d'éviter 8,9 milliards de dollars canadiens de coûts liés aux menaces de cybersécurité et à la fraude.

Les Canadiens et les entreprises canadiennes adoptent l'IA. Selon notre sondage auprès d'entreprises canadiennes pionnières, 88 % d'entre elles estiment que l'IA accroîtra leur productivité, 90 % considèrent que l'IA représente une occasion majeure pour l'économie du pays et 81 % croient que l'IA aura une incidence positive sur leurs activités. Chez les Canadiens, 89 % des moins de 35 ans ont utilisé l'IA générative dans leur vie personnelle.



À l'aide de l'IA de Google, nous offrons aux entreprises et aux gouvernements locaux des données en temps réel qui contribuent à stimuler le tourisme.



Meaghan Ferrigno

Présidente-directrice générale
par intérim, Destination Canada

[Lire son témoignage](#)

Soutenir le développement de la main-d'œuvre canadienne en IA

Plus d'un million de Canadiens ont acquis des compétences numériques et en IA. Depuis 2017, Google a aidé plus d'un million de Canadiens à acquérir des compétences numériques et en IA pour élargir l'accès aux possibilités créées par la technologie.

Un fonds de 13 M\$ pour les occasions liées à l'IA afin de former plus de deux millions de Canadiens. En 2025, par l'intermédiaire de Google.org, nous avons lancé un [fonds de 13 M\\$ pour les occasions liées à l'IA](#) afin de contribuer au développement de la main-d'œuvre canadienne spécialisée en IA. En partenariat avec l'Amii (Alberta Machine Intelligence Institute), le First Nations Technology Council (FNTC), Skills for Change et la Bibliothèque publique de Toronto ce fonds contribue à soutenir et à développer des programmes de développement de la main-d'œuvre en IA, atteignant plus de deux millions de personnes au Canada.

Plus de 64 500 diplômés des Certificats de carrière Google au Canada. Les [Certificats de carrière Google](#), notamment nos [programmes de formation en IA](#) comme Principes essentiels de l'IA, le Certificat professionnel en IA et l'IA générative pour les enseignants, aident les travailleurs, les enseignants et les étudiants à se préparer à un avenir propulsé par l'IA. Au Canada, plus de 75 % des diplômés font état d'un résultat professionnel positif, comme un nouvel emploi, une promotion ou une augmentation, dans les six mois suivant l'obtention de leur certificat.

Plus de 10 000 bourses accordées. Depuis 2017, Grow with Google a accordé plus de 10 000 bourses à des organisations et à des organismes sans but lucratif au Canada afin de s'assurer que les occasions offertes par la technologie sont accessibles à tous.



Lorsque l'IA a commencé à être plus présente dans nos vies, je ne savais pas comment elle pouvait m'aider à gagner du temps dans mon entreprise familiale. Le Certificat de carrière de Google sur l'IA a tout changé. Grâce aux ateliers pratiques, j'ai pu appliquer des concepts, étape par étape, à ma réalité. Et la flexibilité de la formation m'a permis de la suivre très facilement malgré mon emploi du temps chargé.



Brandy Wilde

Diplômée du certificat professionnel
en IA de Google
Medicine Hat, Alberta
[Lire son témoignage](#)

Collaboration de recherche sur l'IA de 1 M\$ avec l'Université de Waterloo. En 2025, l'Université de Waterloo et Google ont annoncé une [collaboration de recherche de 1 million](#) de dollars canadiens pour explorer comment l'IA peut façonner l'avenir de l'apprentissage et pour créer la chaire Google sur l'avenir du travail et de l'apprentissage.

10 M\$ pour aider à la création de la chaire Hinton en IA à l'Université de Toronto. En 2025, afin d'honorer l'héritage de Geoffrey Hinton, lauréat d'un prix Nobel, Google a versé 10 millions de dollars canadiens pour aider à la création de la chaire de recherche Hinton en intelligence artificielle. La chaire de recherche soutiendra la recherche fondamentale et contribuera au recrutement des meilleurs chercheurs pour bâtir la future main-d'œuvre canadienne en IA.

Propulser une nouvelle ère d'innovation dans le secteur public

Le gouvernement de l'Alberta modernise son infrastructure numérique grâce à l'IA de Google.

Le gouvernement de l'Alberta renforce sa collaboration avec Google Cloud afin de moderniser son infrastructure numérique et d'améliorer la prestation des services publics. Grâce à la plateforme d'agents Gemini Enterprise qui alimente son infrastructure agentique de base, la province déploie des outils d'IA avancés pour aider les équipes gouvernementales à gagner en efficacité. Ces travaux sont hébergés dans une zone Google Cloud sécurisée et conforme au niveau Protégé B, ce qui garantit la protection des données publiques sensibles tout en assurant le maintien de services essentiels.



En tant que l'une des municipalités les plus à l'avant-garde en matière de mobilité intelligente en Amérique du Nord, s'associer à une entreprise technologique de premier plan comme Google était un choix logique et responsable. Un projet novateur comme Green Light nous permet d'optimiser concrètement et rapidement notre réseau routier, et ainsi d'offrir plus de fluidité et d'efficacité dans les déplacements.



Bruno Marchand

Maire de Québec

[Lire son témoignage](#)

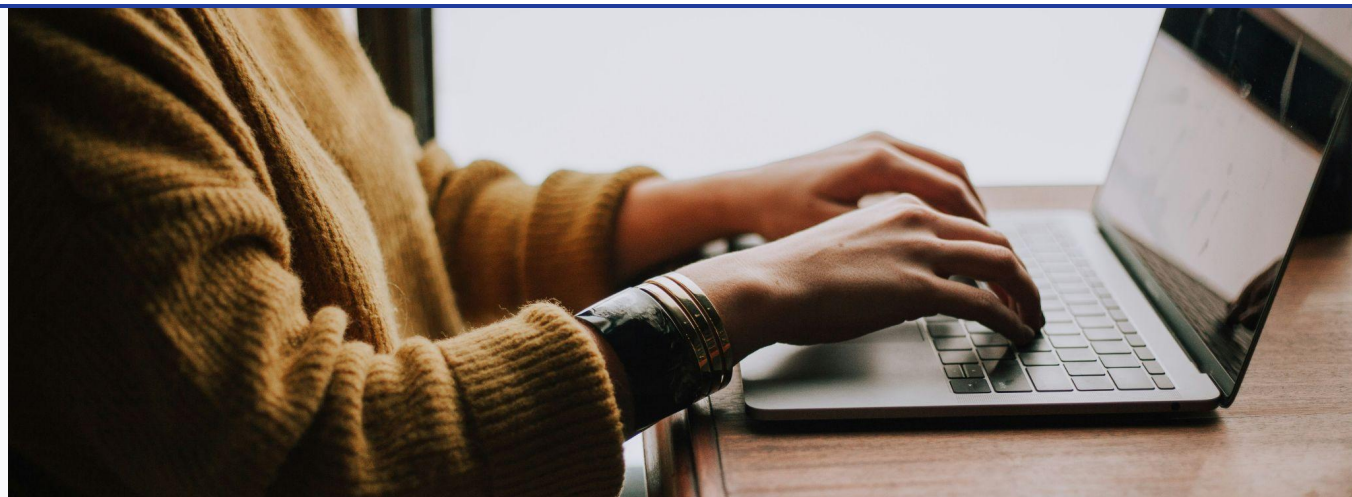
Québec réduit la circulation et les émissions grâce à l'IA de Google.

En 2025, la ville de Québec est devenue la première municipalité au Canada à lancer le projet Green Light de Google afin d'optimiser la synchronisation des feux de circulation et de réduire les émissions des véhicules grâce à l'IA. À l'échelle mondiale, chaque mois, plus de 55 millions de véhicules traversent des intersections qui ont été optimisées grâce au projet Green Light. Depuis son lancement en 2023, l'initiative a démontré son potentiel pour réduire le trafic intermittent jusqu'à 30 % et les émissions de CO₂ estimées jusqu'à 10 % aux intersections urbaines.

La Commission scolaire catholique d'Ottawa donne aux enseignants les moyens d'agir grâce à l'IA de Google.

La Commission scolaire catholique d'Ottawa a compris que l'IA pouvait soutenir les enseignants dans leurs tâches quotidiennes. Grâce à Gemini, ils personnalisent leurs plans de cours et réduisent le temps consacré aux tâches administratives, ce qui leur permet d'offrir à chaque élève le soutien dont il a besoin.





Note méthodologique

Cette note détaille la méthodologie et les sources utilisées pour chacun des points de données figurant dans le rapport sur les retombées économiques de Google Canada en 2025.

Potentiel de l'IA

Pour estimer l'ampleur des retombées économiques de l'IA, nous procédons comme suit :

- Nous nous appuyons sur la [base de données américaine sur les professions O*Net](#), qui contient des informations sur 51 types d'activités professionnelles pour environ 800 types de métiers.
- Nous utilisons une série de catégorisations par LLM pour déterminer dans quelle mesure chaque activité professionnelle est susceptible d'être automatisée ou optimisée par l'IA générative, ce qui nous permet d'estimer la proportion de tâches susceptibles d'automatisation pour chaque profession.
- Nous regroupons ces résultats en catégories économiques plus larges en fonction de la part de chaque profession dans l'emploi et de la masse salariale moyenne du Canada, et nous créons notre propre table de correspondance pour convertir les résultats de chaque profession O*Net en la profession correspondante dans la Classification internationale type des professions (CITP-08).
- Nous regroupons les données par masse salariale, par profession et par secteur pour estimer l'amélioration totale possible de la productivité du travail.
- En supposant que l'intensité capitaliste demeure constante, nous convertissons ce gain de productivité du travail en une augmentation globale de la valeur ajoutée brute (VAB).

Incidence de l'IA sur la cybersécurité

Nous estimons les coûts liés aux menaces de cybersécurité et à la fraude que l'IA pourrait prévenir au Canada d'ici 2035 selon deux volets : les violations de données touchant les entreprises et la fraude par carte de paiement touchant les consommateurs.

Pour les entreprises, nous utilisons les données du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada concernant le nombre annuel de violations signalées en vertu de la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (LPRPDE). Nous nous appuyons également sur l'étude d'IBM sur le coût d'une violation de données pour déterminer le coût moyen par incident au Canada ainsi que la part des coûts que les solutions de sécurité basées sur l'IA permettent d'éviter.

Pour les consommateurs, nous estimons les pertes annuelles liées à la fraude par carte en nous appuyant sur les données de base de l'Association des banquiers canadiens, auxquelles nous appliquons les taux de croissance du Nilson Report. Nous estimons ensuite la part supplémentaire des pertes évitées liées à la fraude grâce à la détection par IA par rapport à un modèle de référence fondé sur des règles. Pour ce faire, nous nous appuyons sur les données comparatives de Danske Bank/Teradata (IA contre règles) ainsi que sur les publications scientifiques traitant de l'apprentissage automatique appliqué à la fraude par carte.

Nous extrapolons ces deux volets au fil du temps en nous appuyant sur la courbe en S d'adoption de l'IA définie pour le projet, puis nous calculons la somme des coûts cumulés évités entre 2026 et 2035. Le titre est lu comme un total cumulatif sur la période plutôt que comme un chiffre pour une seule année.

Réponses de Recherche Google

Nous estimons le nombre de questions auxquelles Recherche Google répond chaque heure pour les Canadiens. Nous nous appuyons sur les sondages de Public First auprès des adultes canadiens pour établir le nombre moyen de recherches personnelles effectuées par jour et par personne. Nous extrapolons ensuite ce chiffre à l'ensemble de la population adulte connectée, en combinant les données de l'Organisation internationale du Travail (OIT) sur les personnes de 15 ans et plus avec l'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet de Statistique Canada pour déterminer la proportion d'adultes en ligne. Nous divisons le total quotidien obtenu par une estimation de huit heures de temps personnel par jour pour obtenir un chiffre horaire, en considérant chaque recherche comme une question.

Nous répartissons ce chiffre national entre les provinces et les territoires selon la part du produit intérieur brut (PIB) national de chaque région, en nous appuyant sur les données de Statistique Canada relatives au PIB provincial.





Incidence de Google Cloud sur la productivité des PME

Nous estimons l'activité économique générée par le gain de productivité que Google Cloud apporte aux petites et moyennes entreprises canadiennes. Nous nous appuyons sur les données de l'International Data Corporation (IDC) concernant le gain de productivité des PME utilisant Google Cloud, en appliquant une pondération à l'échantillon d'utilisateurs intensifs d'IDC afin d'obtenir un profil d'utilisateur plus représentatif.

Nous extrapolons ces données à l'ensemble des PME canadiennes utilisant Google Cloud en combinant les données de Statistique Canada sur l'adoption de l'infonuagique par les petites entreprises avec la part de marché de Google Cloud, tirée de StatCounter et de Statista. Nous estimons également la part des PME dans la valeur ajoutée brute du secteur des entreprises à l'aide des données du PIB de Statistique Canada et de la part de la valeur ajoutée des PME fournie par Innovation, Sciences et Développement économique Canada (ISDE). La part de marché de Google Cloud sert d'indicateur pour estimer la proportion de PME qu'elle rejoint.

Retombées économiques des produits Google

Nous estimons les retombées économiques des produits et services de Google en mesurant l'activité économique directe générée pour les entreprises, les éditeurs, les créateurs et les développeurs au moyen de Recherche Google, de Google Ads, d'AdSense, de YouTube, de Play, de Google Cloud et de Workspace.

Nous estimons les retombées totales en additionnant celles des produits suivants.

Recherche et Google Ads

Nous multiplions la taille du marché des recherches commanditées par la part de marché de Google dans le secteur des moteurs de recherche et par un rendement estimé des dépenses publicitaires. Nous nous appuyons sur les estimations de tiers concernant la taille du marché des recherches commanditées provenant du Global Entertainment, Media & Telecoms Outlook de PwC, de Statista Market Insights et d'eMarketer, et utilisons les données de StatCounter pour la part de marché de Google dans le secteur de la recherche. Nous appliquons un rendement des dépenses publicitaires de 8 pour 1, selon la [méthodologie de Google](#).

Cloud et Workspace

Nous multiplions la taille totale du marché des produits infonuagiques et Workspace par la part de marché de Google dans le secteur de l'infonuagique. Nous nous appuyons sur Statista Market Insights pour la taille totale du marché du nuage et pour la part de marché de Google Cloud.

AdSense

Nous estimons les bénéfices des éditeurs provenant des annonces diffusées par Google sur des sites Web et des applis tiers en multipliant les revenus du réseau Google (tirés des rapports de revenus d'Alphabet) par la part versée aux éditeurs partenaires au titre des coûts d'acquisition du trafic.

Nous répartissons ensuite ces revenus mondiaux des éditeurs entre les pays en fonction de la part de chaque pays dans les dépenses mondiales en publicité par annonce, en nous appuyant sur les données de l'étude Global Entertainment, Media & Telecoms Outlook de PwC.

YouTube

Nous estimons les bénéfices des créateurs provenant de la publicité sur YouTube en multipliant les revenus des annonces YouTube tirés des rapports trimestriels sur les revenus d'Alphabet par la part des revenus de YouTube versée aux créateurs. Nous utilisons une part des revenus par défaut de 55 % pour les créateurs, selon la [documentation de YouTube sur l'économie des créateurs](#). Nous répartissons ensuite les bénéfices des créateurs à l'échelle mondiale entre les pays en fonction de la part de chaque pays dans les dépenses publicitaires vidéo mondiales, en nous appuyant sur les données de l'étude Global Entertainment, Media & Telecoms Outlook de PwC.

Google Play

Nous utilisons les données de Sensor Tower pour estimer les revenus générés par les développeurs d'applis au sein de l'écosystème Play.

Nous présentons également une ventilation provinciale, en répartissant le total national entre les provinces et les territoires selon la part du PIB national de chaque région, d'après les données de Statistique Canada.

Retombées économiques des produits Google sur 25 ans

Nous estimons l'activité économique cumulative générée par les produits de Google au Canada depuis le début de nos activités en 2001. Pour les années où des données tierces sont disponibles, nous estimons les retombées économiques annuelles produit par produit selon la méthode décrite plus haut. Pour les années antérieures, nous avons estimé les retombées annuelles par rétrospection en ajustant une courbe d'adoption logistique (courbe en S) basée sur des indicateurs de diffusion technologique, en utilisant les données de la Banque mondiale sur le taux de pénétration d'Internet et celles de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur les achats en ligne. Nous additionnons ensuite la série annuelle complète.

Exportations à partir de Recherche et de Google Ads

Nous estimons la valeur des revenus générés à l'étranger par les entreprises canadiennes grâce à Recherche Google et à Google Ads en appliquant une part des exportations aux retombées économiques de ces deux services.

Pour établir notre estimation principale de la part des exportations, nous avons élaboré une mesure pondérée par mots clés de la part du trafic de recherche canadien provenant d'utilisateurs à l'étranger. Cette mesure croise les données de SEMrush sur les domaines classés pour un panier de mots clés commerciaux à forte valeur avec les données de Similarweb sur l'origine des visiteurs de chaque domaine, le tout pondéré en fonction du volume des mots clés. Nous validons ces données en les comparant aux estimations publiées par Similarweb sur la part du trafic provenant de l'étranger pour Recherche Google au Canada.

Exportations de Recherche et de Google Ads sur 25 ans

Nous estimons les revenus commerciaux cumulés provenant de l'étranger que Recherche et Google Ads ont favorisés au Canada depuis 2001 en appliquant une part des exportations variable dans le temps à notre analyse rétrospective des retombées économiques de Recherche et de Google Ads sur cette même période.

Nous établissons notre estimation de la part du trafic provenant de l'étranger pour Recherche Google au Canada en nous appuyant sur notre projection pondérée par mots clés pour 2025. Nous retraçons ensuite son évolution historique à l'aide du ratio de la Banque mondiale entre les exportations de services commerciaux et la valeur ajoutée des services, tout en validant les données des premières années par rapport aux parts historiques du trafic étranger de Similarweb extraites d'archives. Pour chaque année, nous multiplions la part du trafic provenant de l'étranger par notre estimation des retombées économiques de Recherche et de Google Ads pour cette même année.

Temps de trajet et émissions économisés grâce à Google Maps et Waze

Nous estimons le temps de conduite et les émissions polluantes des véhicules économisés grâce à Google Maps et Waze au Canada. Nous estimons le nombre d'utilisateurs de services de navigation en combinant les sondages de Public First sur l'utilisation de Maps avec les données de Sensor Tower sur le nombre d'utilisateurs actifs de Waze, tout en évaluant la distance parcourue à partir des données de Statistique Canada sur les véhicules-kilomètres parcourus.

Nous déterminons la proportion de trajets urbains effectués dans des conditions de circulation dense (là où les systèmes avancés d'information aux voyageurs permettent de réaliser les gains de temps les plus importants) en nous appuyant sur les données de Statistique Canada et de TomTom, puis en appliquant un gain de temps par trajet tiré de la littérature spécialisée sur ces systèmes (DLR).

Nous convertissons la distance économisée en réduction d'émissions de CO₂ à l'aide des facteurs d'émission de l'OCDE et d'Environnement et Changement climatique Canada. Nous exprimons ensuite ce résultat en équivalents de vols autour du monde, en nous basant sur les émissions par passager fournies par Our World in Data. L'estimation ne tient pas compte d'un éventuel effet de rebond découlant de la réduction des temps de trajet.

Productivité issue de Recherche Google et de Workspace

Nous estimons l'amélioration annuelle de la productivité que Recherche Google et Workspace apportent à l'économie canadienne.

Recherche

Nous nous appuyons sur les sondages de Public First pour établir la proportion de travailleurs utilisant Recherche chaque jour et le nombre de questions qu'ils posent. Nous utilisons également le cadre de Hal Varian pour déterminer le temps gagné par question répondue, la part de questions pouvant obtenir une réponse et un ajustement selon la « règle de moitié » pour la valeur des recherches marginales.

Nous évaluons le temps gagné en nous appuyant sur les données de l'OIT relatives aux gains horaires moyens et à l'emploi, ajustées selon le taux de pénétration d'Internet.

Workspace

Nous nous appuyons sur les sondages de Public First pour établir la proportion de travailleurs utilisant Workspace chaque jour, ainsi que sur l'estimation de Forrester concernant le nombre d'heures gagnées par utilisateur chaque semaine.

Productivité cumulative sur 25 ans grâce à Recherche Google et à Workspace

Nous estimons la productivité cumulative générée par Recherche Google et Workspace au Canada depuis 2001. Nous nous appuyons sur les estimations annuelles de productivité de Public First pour la période 2021-2025 et effectuons une analyse rétrospective pour les années antérieures en suivant une courbe d'adoption de la diffusion technologique. Nous maintenons les paramètres structurels constants tout en ajustant les salaires réels et l'emploi d'après les données de la Banque mondiale sur le PIB par habitant et la population active. Nous additionnons ensuite la série annuelle complète.



Déclarations relatives aux sondages

Nous avons interrogé 4 010 adultes en ligne et 751 dirigeants d'entreprise canadiens au Canada en mai 2026. Les résultats de notre sondage auprès des consommateurs sont pondérés selon la méthode de l'ajustement proportionnel itératif (« ratissage ») afin d'assurer une représentativité nationale par tranche d'âge, par genre et par niveau de scolarité. Nous ne pondérons pas les résultats de notre sondage auprès des entreprises en raison de la rareté des données de recensement de qualité sur le profil démographique des entreprises et sur celui des chefs d'entreprise en tant que population.

Nous avons fait appel à plusieurs fournisseurs de panels qui ont contacté les répondants en notre nom, et ces derniers ont reçu une incitation financière en échange de leur participation. Comme pour toutes les données de sondage, les études de marché peuvent être faussées par les trous de mémoire ou le manque de sincérité des répondants. Pour réduire ce risque, nous avons effectué une série de vérifications standards de qualité afin de nous assurer que les répondants étaient attentifs. Nous avons notamment exclu ceux qui répondaient trop rapidement, qui donnaient des réponses uniformes (en ligne droite), qui échouaient à un test d'attention, dont les réponses étaient identiques à celles d'un autre répondant, ou dont les réponses en texte libre étaient incohérentes ou semblaient avoir été générées par un robot.



© Public First
Tous droits réservés 2026

