

NOUVEAU GUIDE

BUDGET ET DÉCISIONS WEB

Combien coûte un site web d'entreprise au Québec



Mario

Expert senior · GXN

Plus de vingt ans

En implantation technologique

30 juillet 2026

Publié et mis à jour

7 000 \$
à
25 000 \$

FOURCHETTE GÉNÉRALE · PORTÉE
RÉELLE À DÉFINIR

TL;DR

La réponse en une minute

Un site web d'entreprise sérieux au Québec coûte généralement entre 7 000 \$ et 25 000 \$, selon la portée réelle du projet. En dessous, vous achetez un gabarit générique légèrement ajusté. Au dessus, vous êtes dans du sur mesure complexe ou dans une plateforme de commerce électronique élaborée. Le prix varie surtout selon quatre choses : le volume de contenu, les fonctionnalités demandées, le niveau de personnalisation visuelle, et la quantité de travail rédactionnel confié au fournisseur. Une soumission sans détail sur ces quatre points est une soumission incomplète, peu importe le chiffre au bas de la page.

01 • GUIDE DE FOND

Pourquoi les prix varient tant

Vous demandez trois soumissions pour ce qui vous semble être le même projet et vous recevez 3 000 \$, 15 000 \$ et 40 000 \$. Ce n'est presque jamais malhonnête. C'est que les trois fournisseurs ont compris trois projets différents, sans vous le dire clairement.

Le premier a compris un gabarit prêt à l'emploi avec votre logo collé dessus. Le deuxième a compris une conception adaptée à votre entreprise, avec du contenu retravaillé. Le troisième a compris une plateforme complexe avec des fonctionnalités sur mesure. Aucun des trois n'a nécessairement tort. Ils n'ont simplement pas répondu à la même question.

02 • GUIDE DE FOND

Les quatre facteurs qui font vraiment varier le prix

Le nombre de pages compte moins que ce qu'on pense. Voici ce qui compte réellement, dans l'ordre d'impact sur la facture.

Le volume et la complexité du contenu. Dix pages de services bien détaillées coûtent plus cher à produire que trente pages simples, si ces dix pages exigent une vraie réflexion stratégique sur chacune.

Les fonctionnalités demandées. Un site vitrine avec formulaire de contact n'a rien à voir avec un site avec espace membre, portail client ou intégration à un système interne. Chaque fonctionnalité ajoute du développement, des tests et de l'entretien futur.

Le niveau de personnalisation visuelle. Un habillage sur un gabarit existant coûte une fraction d'une conception entièrement pensée pour votre entreprise, avec sa propre identité graphique.

Le travail rédactionnel confié au fournisseur. Si vous fournissez tout le texte prêt à intégrer, le projet coûte moins cher. Si le fournisseur doit interviewer votre équipe, structurer l'information et rédiger, ce travail se facture, et il le devrait.

CADRE DE LECTURE

Les quatre variables qui définissent la portée

01

Contenu

Volume et complexité

02

Fonctions

Intégrations et logique

03

Visuel

Niveau de personnalisation

04

Rédaction

Travail confié au fournisseur

OUTIL INTERACTIF

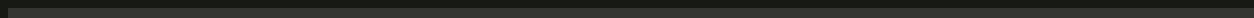
Votre soumission décrit-elle vraiment le projet?

Cochez ce qui est clairement défini. Cet outil évalue la clarté de la portée, pas la qualité du fournisseur.

0 / 4 ÉLÉMENTS DÉFINIS

Portée impossible à comparer

Le total ne permet pas encore de savoir ce que vous achetez réellement.



Les fourchettes réelles, par type de projet

Ces chiffres viennent de projets réels au Québec, pour vous donner un ordre de grandeur, pas un tarif fixe.

Un site vitrine simple, quelques pages, sans fonctionnalité complexe. Généralement dans le bas de la fourchette de 7 000 \$ à 25 000 \$, parfois en dessous pour une très petite entreprise avec des besoins minimes.

Une refonte complète d'un site d'entreprise établie, avec structure repensée, contenu retravaillé et préservation du référencement. Milieu de la fourchette, en montant selon le volume de pages.

Un site avec fonctionnalité sur mesure, comme un espace membre ou un calculateur. Haut de la fourchette, souvent au delà de 25 000 \$ selon la complexité exacte.

Une boutique en ligne complète avec paiements et intégrations comptables. Généralement au delà de 15 000 \$, avec une variation importante selon le nombre de produits et de systèmes à connecter.

ORDRES DE GRANDEUR

La portée déplace le projet dans la fourchette

Vitrine simple BAS DE FOURCHETTE
Refonte complète MILIEU, SELON LE CONTENU
Fonction sur mesure HAUT OU AU-DELÀ

Boutique complète

SOUVENT AU-DELÀ DE 15 000 \$

04 · GUIDE DE FOND

Ce qu'on oublie de budgéter

Une liste tirée de projets réels, des postes qui n'apparaissent pas toujours dans une soumission initiale.

L'hébergement mensuel après le lancement, qui n'est pas inclus dans le prix du projet lui même.
L'entretien et les mises à jour de sécurité, qui continuent après la mise en ligne. La rédaction ou la révision du contenu, si elle n'est pas explicitement prévue. Les photos professionnelles, si vos images actuelles ne suffisent pas. La formation de votre équipe pour gérer le site après la livraison.

05 · GUIDE DE FOND

Comment lire une soumission sans se faire surprendre

Quelques vérifications simples avant de comparer des chiffres.

Le nombre exact de pages est-il précisé, ou parle-t-on vaguement d'un site complet. Les fonctionnalités sont-elles nommées une par une, ou regroupées dans une phrase floue comme fonctionnalités avancées. Qui rédige le contenu, vous ou le fournisseur, et est-ce chiffré séparément. L'hébergement et l'entretien sont-ils inclus dans le prix ou facturés à part, et à quel rythme. Le référencement de base est-il mentionné, ou complètement absent de la portée.

Une soumission qui répond clairement à ces cinq points mérite votre confiance, peu importe si elle est la plus chère ou la moins chère des trois que vous avez reçues.

Ce que je vois sur le terrain

L'écart de prix le plus fréquent que je constate vient d'une seule chose : la définition de ce que veut dire terminer un projet. Un fournisseur livre un site qui existe. Un autre livre un site qui fonctionne, qui se charge vite, qui protège votre référencement et que votre équipe peut mettre à jour sans appeler personne. L'écart de prix entre les deux est parfaitement normal. L'écart de valeur aussi.

Méfiez vous particulièrement de la soumission nettement moins chère qui ne mentionne ni hébergement, ni entretien, ni qui rédige le contenu. Ce ne sont pas des oublis. Ce sont des factures qui arriveront plus tard.

Quand ce guide ne s'applique pas

Si votre besoin est vraiment minimal, une simple page de présentation sans ambition de croissance, les fourchettes de ce guide sont probablement excessives pour vous. Une solution beaucoup plus simple peut suffire, et il vaut mieux le reconnaître honnêtement que de payer pour un projet que votre situation ne justifie pas encore.

Questions fréquentes

01 **Quel est le budget minimum réaliste pour un site professionnel.**

Assez pour couvrir la structure, un contenu qui vous représente vraiment, et la préservation de votre référencement si vous en avez déjà. En dessous de ça, vous financez généralement un gabarit qui se démodera vite.

02 **Pourquoi une soumission est elle trois fois plus chère qu'une autre pour le même besoin apparent.**

Presque toujours parce que les deux fournisseurs ont compris des portées différentes. Comparez les livrables ligne par ligne avant de comparer les totaux.

03 **Le prix le plus bas est il toujours une mauvaise affaire.**

Non, s'il correspond à un besoin réellement simple. C'est une mauvaise affaire seulement quand il cache des postes qui reviendront plus tard sous forme de factures surprises.

04 **Faut il toujours refaire tout le site d'un coup.**

Pas nécessairement. Une intervention ciblée peut parfois régler l'essentiel du problème pour une fraction du prix d'une refonte complète.

MÉTHODE ÉDITORIALE

Guide de fond écrit par Mario pour GXN. Les fourchettes servent à cadrer une décision; seule une portée définie permet d'établir un prix réel.



À PROPOS DE L'AUTEUR

Mario

Expert senior directement accessible, avec plus de vingt ans d'expérience en implantation technologique.

[Voir le profil de Mario ↗](#)

PROCHAINE ÉTAPE

Vous voulez un chiffre réel pour votre situation, pas une fourchette générale.

L'évaluation gratuite vous donne une première lecture honnête de votre besoin, sans obligation.

Pas d'appel obligatoire. Pas de séquence de vente.