



LE POINT

SUR...

61F0019XIF

Vol. 3, N° 2

CHANGEMENT DANS LA PART DE L'EMPLOI SELON LA TAILLE DES ENTREPRISES PENDANT LA PÉRIODE 1989 – 1996

Selon les données de l'Enquête sur la population active, l'emploi total a diminué de 1,9 % de 1989 à 1992, surtout en raison d'une diminution du nombre d'emplois à temps plein dans le secteur des biens. De plus, cette chute de l'emploi dans le secteur des biens ne s'est pas arrêtée avant 1993, et l'emploi dans ce secteur n'a toujours pas retrouvé son niveau de 1989. La diminution de la part d'emplois à temps plein pour tous les secteurs par rapport à l'emploi total a atteint son niveau le plus bas en 1993 (80,9 %), et le pourcentage de l'emploi à temps plein dans le secteur des biens a atteint son point le plus bas (29,5 %) en 1995 et 1996.

Tableau 1 : Emploi par secteur et type d'emploi, 1989-1998 (en milliers)

Année	Emploi* total	Tous les secteurs		Secteur des biens		Secteur des services	
		Temps plein	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel	Temps plein	Temps partiel
1989	13 086,0	10 917,4	2 168,6	3 566,4	254,3	7 351,1	1 914,3
1990	13 165,1	10 929,0	2 236,2	3 465,9	244,9	7 463,1	1 991,3
1991	12 916,1	10 573,6	2 342,5	3 210,5	258,8	7 363,1	2 083,8
1992	12 842,0	10 467,2	2 374,8	3 066,5	273,4	7 400,7	2 101,4
1993	13 014,7	10 534,4	2 480,3	3 067,7	273,2	7 466,7	2 207,2
1994	13 291,7	10 798,4	2 493,5	3 170,2	267,5	7 628,3	2 225,8
1995	13 505,5	10 996,8	2 508,8	3 244,2	274,3	7 752,6	2 234,5
1996	13 676,2	11 087,2	2 589,0	3 276,6	271,6	7 810,6	2 317,4
1997	13 940,6	11 291,3	2 649,3	3 367,4	260,8	7 923,9	2 388,4
1998	14 326,4	11 642,4	2 684,0	3 482,2	259,5	8 160,2	2 424,5

* inclus le travail autonome
Source : Enquête sur la population active, Statistique Canada

LE POINT SUR...

Dans le présent numéro...

Changement dans la part de l'emploi selon la taille des entreprises pendant la période 1989 – 1996

Les habitudes alimentaires des canadiens

Enquêtes sur les entreprises de Statistique Canada

Quoi de neuf?

Information provenant des différentes divisions

Enquête sur les anticipations à court terme

Juin 1999

Also available in English

Prochain numéro disponible le 25 septembre 1999

Tandis que le changement relatif au nombre et à la part d'emplois à temps plein dans le secteur des biens est bien connu pendant cette période, nous savons peu de choses concernant le nombre d'employés par entreprise. Le présent article utilise l'ensemble de données de la Variation de l'emploi pour cerner les changements dans la part de l'emploi selon les différentes tailles des entreprises. Nous y examinerons le nombre d'entreprises et le nombre moyen d'employés par entreprise dans chaque tranche de taille.

Avant de discuter des données, il est important de comprendre l'ensemble des données. Les données de la Variation de l'emploi diffèrent de celles de l'Enquête sur la population active sous les rapports suivants : leur source, la méthode utilisée et les concepts sous-jacents. Les données de la Variation de l'emploi sont produites à partir du fichier du Programme des analyses longitudinales de l'emploi (PALE). Les données du PALE sont dérivées de l'appariement longitudinal des feuillets T4 (salaires et traitements) du fichier de l'impôt des entreprises, la plus récente année disponible étant 1996 et la plus ancienne, 1983. Elles ne portent que sur les entreprises comptant au moins un employé, c'est-à-dire qu'elles ne tiennent pas compte des travailleurs autonomes dont l'entreprise n'est pas constituée et qui n'ont pas d'employé, lesquels comptent pour une part plus importante de l'emploi dans les années 90. Les données des tableaux 1 et 2 sont basées sur l'Enquête sur la population active. L'Enquête sur la population active couvre tout le Canada excluant les territoires. Dans la Variation de l'emploi, la notion d'emploi est l'unité moyenne de main-d'œuvre (UMM). On obtient le nombre

Tableau 2 : Emploi par secteur et type d'emploi, 1989-1998 (en milliers)

Année	Nombre total d'employés et de travailleurs autonomes	Employés dans le secteur des biens	Employés dans le secteur des services	Travailleurs autonomes constitués et non constitués avec des employés rémunérés	Employés à l'exception des travailleurs autonomes non constitués et sans employé rémunéré	Travailleurs autonomes non constitués et sans employé rémunéré
1989	13 086,0	3 167,4	8 109,6	987,2	12 264,1	821,9
1990	13 165,1	3 047,0	8 228,8	1 018,2	12 294,0	871,1
1991	12 916,1	2 797,5	8 198,7	1 045,4	12 041,6	874,5
1992	12 842,0	2 686,0	8 219,8	1 032,5	11 938,4	903,6
1993	13 014,7	2 666,5	8 291,9	1 069,4	12 027,7	987,0
1994	13 291,7	2 760,8	8 419,5	1 067,8	12 248,1	1 043,6
1995	13 505,5	2 850,6	8 519,3	1 078,7	12 448,6	1 056,9
1996	13 676,2	2 848,4	8 561,2	1 109,8	12 519,4	1 156,8
1997	13 940,6	2 904,3	8 548,4	1 205,5	12 658,2	1 282,4
1998	14 326,4	3 011,0	8 790,2	1 174,1	12 975,3	1 351,1

Source : Enquête sur la population active, Statistique Canada

d'UMM en divisant la masse salariale par la rémunération moyenne des travailleurs à temps plein et à temps partiel pour la branche d'activité, la province et la taille de l'entreprise. À l'exception des travailleurs autonomes non constitués et n'ayant pas d'employés rémunérés, la notion d'employé se rapproche étroitement de celle d'UMM. Dans le cadre de l'Enquête sur la population active, on inclut dans le nombre de personnes employées les répondants disant travailler moyennant une rémunération ou un profit.

Changement dans les parts d'emploi des secteurs

Dans le PALE, la taille d'une entreprise est définie selon le nombre d'employés. PALE fournit des données sur le nombre

d'entreprises ainsi que les employés par secteur. Le nombre d'entreprises dans un secteur et la proportion de grandes entreprises par rapport aux petites déterminent le niveau d'emploi dans ce secteur. Étant donné que le secteur de la production de services a tendance à compter une plus grande proportion de petites entreprises,¹ la diminution du nombre d'entreprises dans ce secteur a une incidence moins forte sur les niveaux d'emploi que la diminution du nombre d'entreprises dans le secteur des biens.

Au cours de la période 1989 à 1996, le nombre d'entreprises et l'emploi ont diminué dans le secteur des biens, tandis qu'ils ont augmenté dans le secteur des services, ce qui a produit une augmentation globale nette du nombre d'emplois et d'entreprises dans les services. Cependant, parallèlement à cet accroissement dans le secteur des services,

on a assisté à une diminution générale de la taille moyenne des entreprises (nombre d'UMM par entreprise) dans les secteurs des biens et des services. Le résultat global a été une légère augmentation de l'emploi.

Taille des entreprises et changement dans les parts de l'emploi

Pour récapituler, disons que, entre 1989 et 1996, il y a eu une augmentation globale du nombre d'entreprises, une légère augmentation de l'emploi et une diminution de la taille moyenne des entreprises. En regroupant les entreprises selon la tranche d'effectif, c.-à-d. selon le nombre d'UMM, on constate que le nombre d'entreprises a diminué dans toutes les tranches de taille à l'exception de celles des plus grandes et des plus petites entreprises² - un phénomène apparenté à une plus grande inégalité dans la répartition des entreprises par taille. Le nombre d'entreprises de moins de 20 UMM a augmenté de 2,8 %, et celui des entreprises de 500 employés et plus a augmenté de 1,3 %. Il y a toutefois eu une diminution globale de 1,7 % du nombre d'entreprises se situant entre ces deux extrêmes.

Compte tenu du plus grand nombre d'entreprises dans les tranches de taille des grandes et des petites entreprises ainsi que de la diminution du nombre d'entreprises de taille moyenne, on pourrait pu s'attendre à enregistrer des augmentations et des diminutions correspondantes dans l'emploi. Or, il n'en est rien.

¹ En 1996, le nombre moyen d'UMM (unité moyenne de main-d'oeuvre) dans le secteur des biens était de 12,8 par rapport à 12,6 dans le secteur des services.

² Aux fins de la présente analyse, les grandes entreprises comptent 500 UMM ou plus, et les petites entreprises comptent moins de 20 UMM.

Tableau 3 : Entreprises, UMM et nombre moyen d'UMM par entreprise dans les secteurs des biens et des services, 1989-1996

Secteur	1989			1996			Changement net - 1989 à 1996		
	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/entreprise	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/entreprise	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/entreprise
Biens	250 076	3 366	13,5	238 767	3 046	12,8	-11 309	-320	-0,7
Services	626 073	8 258	13,2	685 315	8 662	12,6	+59 242	+404	-0,6
Total	876 149	11 623	13,3	924 082	11 708	12,7	+47 933	+85	-0,6

Source : Variation de l'emploi, Statistique Canada

Tableau 4 : Nombre d'entreprises et d'UMM par taille d'entreprise, 1989 et changement 1989-1996

Taille des entreprises Nbre d'UMMs	1989		Changement - 1989 à 1996		
	Entreprises	UMM (milliers)	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/ entreprise
Total	917 436	11 687,9	23 708	56,0	-0,3
0,1- 5	695 093	976,3	20 019	282,0	0,4
5-19,9	159 080	1 546,0	4 697	128,5	0,5
20-49,9	40 175	1 211,1	-345	76,2	2,2
50-99,9	12 253	838,3	-334	34,5	4,8
100-499,9	8 750	1 728,9	-357	-12,2	7,0
500 et plus	2 085	5 387,3	28	-452,9	-248,6

Source : Variation de l'emploi, Statistique Canada

Chez les petites entreprises, soit celles comptant moins de 20 UMM, l'emploi a augmenté en même temps que le nombre d'entreprises, comme on pouvait s'y attendre. Toutefois, chez les grandes entreprises, dont le nombre a augmenté, on a assisté à une diminution de l'emploi. Les niveaux d'emploi ont augmenté chez les entreprises de taille moyenne (de 20 à 100 employés), même si le nombre d'entreprises a chuté. Dans l'ensemble, on peut avancer que les petites et moyennes entreprises, c'est-à-dire celles qui

comptent moins de 100 employés, ont augmenté leur contribution à l'emploi, tandis que les plus grandes entreprises ont réduit la leur.

Grandes entreprises par secteur

Les grandes entreprises du secteur des biens ont diminué leur contribution à l'emploi de 270 500 au cours de la période visée. L'exemple le plus frappant nous en est fourni par les industries manufacturières, où le

nombre d'employés a diminué de 225 000 et le nombre d'entreprise a diminué de 12. Il en résulte une diminution de la moyenne de l'emploi de 412 employés par grande entreprise manufacturière.

La tendance générale est à la réduction des effectifs chez ces grandes entreprises. Toutes les branches d'activité, à l'exception du commerce de détail et des services d'enseignement, ont connu une réduction du nombre d'employés par entreprise. On pourrait expliquer cet état de choses en avançant que les grandes entreprises se sont restructurées pendant la période visée afin de créer de plus petites entreprises (quoique celles-ci seraient toujours considérées comme de grandes entreprises). Cela peut signifier que les économies d'échelle sont moins importantes qu'elles l'ont déjà été et que les entreprises atteignent une efficacité maximale quand elles réduisent leur taille.

Les branches d'activité des finances et du commerce de détail méritent qu'on s'y attarde. Pour ce qui est des finances, il y a eu une augmentation du nombre d'entreprises et de l'emploi, ce qui a fait chuter le nombre moyen d'UMM par entreprise. Par contraste, en ce qui concerne le commerce de détail, le nombre d'entreprises et d'emplois a diminué, mais le nombre moyen d'employés par entreprise a augmenté. Il semble que le commerce de détail soit l'exception à la tendance voulant que les plus petites entreprises soient plus efficaces.

Petites entreprises par secteur

C'est pendant la période qui va de 1989 à 1996 que les petites entreprises ont contribué le plus à l'emploi. Contrairement aux grandes entreprises, les petites entreprises de chaque branche d'activité n'ont pas réduit leur contribution à l'emploi pendant la période 1989-1996, sauf en ce qui concerne les secteurs de la construction ainsi que de l'immobilier et de l'assurance. Les grandes entreprises ont réduit leur nombre d'employés de 447 000, tandis que les petites entreprises ont augmenté le leur de 439 000. Quant aux entreprises de taille moyenne, leur niveau d'emploi a augmenté d'environ 48 000, ce qui est moins significatif.

Le nombre de grandes entreprises a légèrement augmenté pendant la période, de sorte que la diminution de l'emploi était due à la réduction des effectifs de ces entreprises et non à la diminution du nombre d'entreprises.

Tableau 5 : Entreprises de 500 UMM ou plus par secteur, 1989 et changement de 1989 à 1996

Branche d'activité	1989			Changement - 1989 à 1996		
	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/ entreprise	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/ entreprise
Secteur des biens	641	1 485	2 315,9	-7	-270,5	-401,1
Mines	57	117,2	2 056,1	2	-38,4	-720,5
Industries manufacturières	500	1 012,5	2 025,0	-12	-225,3	-411,9
Construction	33	28,8	872,7	-1	-5,2	-135,2
Services publics	51	326,0	6 392,2	4	-1,6	-494,0
Secteur des services	1 438	3 888	2 703,4	29	-176,2	-173,6
Transport et entreposage	65	211,4	3 252,3	-7	-42,3	-336,8
Commerce de gros	88	125,2	1 422,7	-10	-21,6	-94,5
Commerce de détail	125	554,6	4 436,8	-10	-39,4	43,2
Finances	89	334,4	3 757,3	6	7,4	-159,4
Immobilier et assurance	42	62,6	1 490,5	3	-25,4	-663,8
Services aux entreprises	114	190,3	1 669,3	-2	12,4	140,5
Services gouvernementaux	103	956,7	9 288,3	11	-70,6	-1 515,5
Services d'enseignement	337	634,4	1 882,5	14	38	33,2
Soins de santé	312	495,7	1 588,8	-3	-19,4	-47,4
Hébergement et restauration	76	195,4	2 571,1	10	-27	-612,9
Autres services	87	126,8	1 457,5	17	11,7	-125,7
Total	2 079	5 372	2 583,9	22	-446,7	-239,7

Source : Variation de l'emploi, Statistique Canada

Tableau 6 : Entreprises de moins de 20 UMM par secteur pour 1989 et changement pendant la période 1989-1996

Branche d'activité	1989			Changement - 1989 à 1996		
	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/entreprise	Entreprises	UMM (milliers)	UMM/entreprise
Secteur des biens	224 870	637,0	2,8	-9 380	49,7	0,4
Agriculture	60 900	83,4	1,4	-8 553	4,3	0,3
Exploitation forestière	8 592	21,4	2,5	1 612	7,6	0,4
Mines	4 474	15,3	3,4	865	8,6	1,1
Industries manufacturières	42 251	209,8	5,0	3 051	51,1	0,8
Construction	104 880	293,7	2,8	-7 174	-28,4	-0,1
Services publics	3 773	13,4	3,6	819	6,5	0,8
Secteur des services	583 051	1 831,8	3,1	58 077	389,5	0,3
Transport et entreposage	29 229	76,5	2,6	4 815	34,4	0,6
Commerce de gros	45 770	188,1	4,1	6 781	63,4	0,7
Commerce de détail	133 296	469,7	3,5	-4 826	27,7	0,3
Finances	23 367	61,1	2,6	1 318	10,4	0,3
Immobilier et assurance	33 187	99,3	3,0	299	-4,3	-0,2
Services aux entreprises	69 992	202,1	2,9	25 031	70	0,0
Services gouvernementaux	4 546	19,5	4,3	177	9,6	1,9
Services d'enseignement	5 033	18,1	3,6	1 901	10,9	0,6
Soins de santé	53 411	173,7	3,3	13 984	68,8	0,3
Hébergement et restauration	52 192	244,4	4,7	6 792	49,1	0,3
Autres services	133 028	279,3	2,1	1 805	49,5	0,3
Total	807 921	2 468,8	3,1	48 697	439,2	0,3

Source : Variation de l'emploi, Statistique Canada

Par contraste, le nombre de petites entreprises a augmenté de 48 697 ou de 6 %, et leur taille moyenne a également augmenté dans toutes les branches d'activité, à l'exception de la construction et de l'immobilier.

La branche d'activité qui a le plus contribué à l'accroissement du secteur des petites entreprises est la branche des services aux entreprises, où le nombre d'entreprises a augmenté de 36 % et l'emploi, de 35 %. Les services de santé, qui comprennent les cabinets de médecin et les laboratoires médicaux, ont augmenté de 13 984 ou 26 % et leur nombre d'emploi a même augmenté de 40 %.

Répartition de l'emploi selon la taille des entreprises

D'une part, le nombre de petites et de grandes entreprises a augmenté mais, d'autre part, la taille moyenne de ces entreprises s'est déplacée vers une tendance centrale. Quelle en a été l'incidence globale sur la répartition de l'emploi selon la taille des entreprises? Comme on pouvait s'y attendre, les petites entreprises accaparent maintenant une plus grande part de l'emploi que dans le passé, laquelle s'établissait à 25 % en 1996, ce qui représente une augmentation 4 points de pourcentage par rapport à 1989.

Tableau 7 : Répartition en pourcentage des entreprises et des UMM entre les grandes, les moyennes et les petites entreprises, 1989 et 1996

Taille de l'entreprise UMM	Entreprises		UMM	
	1989	1996	1989	1996
Petites (moins de 20)	93,1	93,4	21	25
Moyennes (de 20 à 499,9)	6,7	6,4	32	33
Grandes (500 ou plus)	0,2	0,2	46	42

Source : Variation de l'emploi, Statistique Canada

Tendances depuis 1996

Les données de la Variation de l'emploi ne sont disponibles que depuis 1996. Toutefois, dans le cadre de l'Enquête sur la population active, on a commencé à recueillir des données sur l'emploi selon la taille des établissements en 1997. Bien que les deux ensembles de données ne soient pas directement comparables, comme nous l'avons fait observer plus haut, les données de l'Enquête sur la population active indiquent que les grandes entreprises continuent effectivement à réduire leur contribution à l'emploi total. Cependant, les entreprises de taille moyenne augmentent maintenant leur contribution à cet égard, et ce à un rythme légèrement plus rapide que les petites entreprises. Cette tendance est compatible avec le fait que les petites entreprises sont devenues plus grandes au début des années 90.

Conclusion

En résumé, au cours de la période visée, le nombre de petites entreprises a augmenté et le nombre d'employés par petite entreprise a également augmenté, si bien que l'emploi par petite entreprise représente maintenant 25% du total de l'emploi, en hausse de 4 points de pourcentage en comparaison à 1989. D'un autre côté, les grandes entreprises ont réduit leur taille moyenne de 240 employés par entreprise. Pendant que les grandes entreprises des secteurs des biens et des services procédaient à des diminutions, la plus grande réduction s'est produite dans le secteur des biens où la taille moyenne était réduite de plus de 400 employés.

Pour plus d'information, veuillez contacter : Penny Basset, Division des petites entreprises et enquêtes spéciales (613) 951-3217 basspen@statcan.ca

Tableau 8 : Pourcentage d'employés selon la taille de l'établissement, 1997 et 1998

Taille de l'établissement	1997	1998
Tous	100,0 %	100,0 %
Moins de 20 employés	34,8 %	34,7 %
De 20 à 500 employés	52,7 %	53,0 %
500 employés et plus	12,5 %	12,3 %

Source : Enquête sur la population active, Statistique Canada

LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES CANADIENS

par Bernadette Alain, Division de l'agriculture – (902) 893-7251

Au cours des 25 dernières années, les Canadiens ont modifié leurs habitudes d'alimentation et leur mode de vie. Ils consomment de plus en plus de fruits, de légumes, de légumineuses, de volaille, de grains, de produits céréaliers et d'huiles de table. En même temps, ils se détournent de la viande rouge, du beurre et du lait. Les changements survenus dans les préférences des consommateurs, les mets prêts-à-servir préemballés, la diversité accrue des mets d'origine ethnique, les prix, le souci de sa santé, la commercialisation et la publicité sont quelques-uns des facteurs qui influencent les changements dans les habitudes de consommation.

Fruits et légumes... un choix de plus en plus populaire

La consommation accrue de fruits et de légumes : voilà la tendance observée chez bon nombre de Canadiens soucieux de leur santé au cours des 25 dernières années. En 1997, la consommation de légumes a bondi, passant à un peu plus de 181 kg par personne – ce qui représente une augmentation supérieure à 27% par rapport au début des années 1970. La consommation de légumes frais (exception faite de pommes de terre) est en hausse et, en 1997, s'établissait à un peu plus de 68 kg par personne, alors qu'elle était de 41 kg par personne il y a 25 ans. La consommation accrue de produits fraîchement coupés dans l'industrie des services alimentaires et dans les épicerie de vente au détail

constitue un des facteurs à l'origine de cette croissance.

Les pommes de terre représentent la principale culture légumière au Canada et demeurent de loin le légume préféré des consommateurs canadiens. L'an dernier, chaque Canadien a mangé en moyenne plus de 72 kg de pommes de terre – soit à l'état frais, soit comme produits transformés, tels que les frites et les croustilles. La demande de frites congelées a connu une hausse spectaculaire au pays et à l'étranger. La majorité des exportations canadiennes étaient destinées aux chaînes de restaurants-minute aux États-Unis et servaient à combler les pénuries dues à l'accroissement des exportations américaines. Les exportations de frites sont aussi à la hausse sur les marchés du Japon, des Caraïbes et de l'Amérique latine. L'augmentation du nombre d'établissements de restauration qui servent des frites, alliée au désir des consommateurs de se procurer des aliments commodes et faciles à préparer a contribué à faire augmenter la demande de ce produit.

La laitue, les oignons, les carottes, les tomates et le chou demeurent tous des aliments de prédilection chez les consommateurs canadiens.

La consommation totale de fruits, qui correspondait à près de 128 kg par personne en 1997, a connu une augmentation de plus de

50% par rapport au début des années 1970. Cela est principalement attribuable à une hausse de la consommation de jus. Les Canadiens achètent de plus en plus de fruits et de légumes frais. Par contre, les Américains tendent à favoriser davantage les fruits et légumes sous forme de jus, congelés ou en conserve. Les bananes, dont la consommation atteint près de 14 kg par personne sont en tête de liste, suivies des pommes et des oranges (y compris les mandarines et les clémentines), la consommation de chacun de ces fruits correspondant à 10 kg par personne. La popularité croissante du cantaloup et du melon d'eau a fait passer la consommation de tous les melons à plus de 7 kg par personne en 1997, soit le double de ce qu'elle était il y a 25 ans.

Augmentation de la consommation d'huiles de table et de friture

En raison de l'utilisation croissante des huiles de table et de friture, la consommation des huiles et des gras a connu une hausse vertigineuse, passant à plus de 32 kg par personne en 1997. Les huiles, telles que l'huile de soja, l'huile d'olive et d'autres huiles spécialisées, sont devenues de plus en plus populaires auprès des consommateurs canadiens et de l'industrie des services alimentaires. Ceux-ci les emploient dans les vinaigrettes, dans les produits frits ou dans la cuisine méditerranéenne, asiatique ou d'autres types de cuisines ethniques.

Figure 1 : Moins de lait mais une plus faible teneur en gras

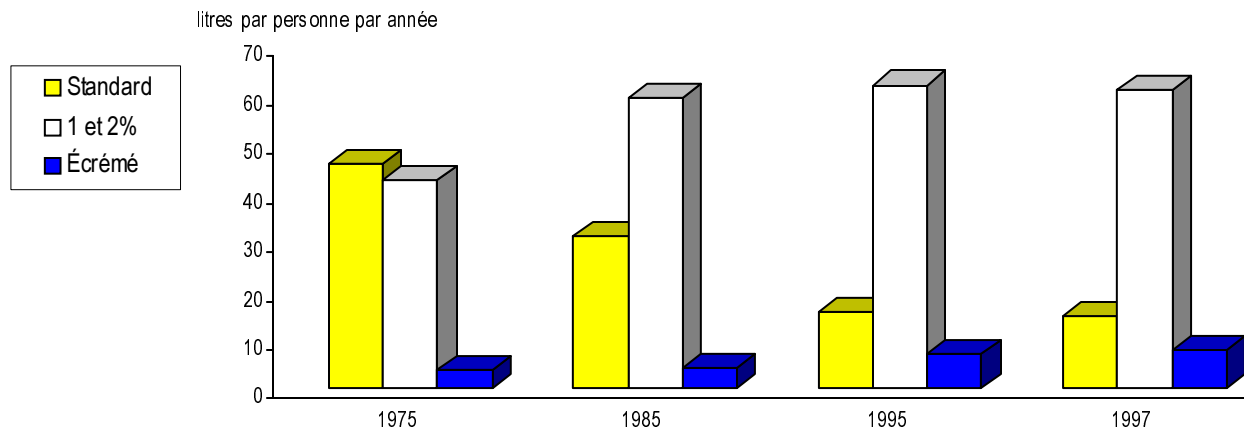
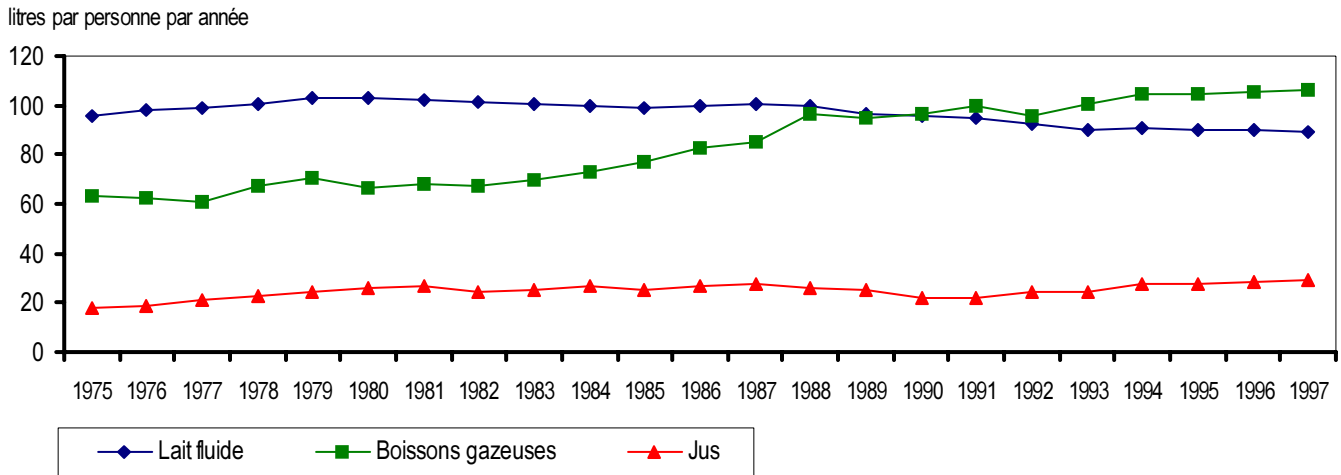


Figure 2 : Nous choisissons souvent d'autres breuvages au lieu du lait



Bon nombre de pâtisseries se sont mis à utiliser les huiles végétales dans la préparation de ces produits en raison, notamment, de l'augmentation du prix du beurre sur le marché intérieur. Les produits céréaliers, tels que les pains spéciaux, bagels et croissants, sont devenus de plus en plus populaires. Ces changements ont élargi le marché des produits boulangers de même que des mélanges à pâtisserie et de la pâte surgelée qui peuvent être préparés dans le rayon de la boulangerie des épicereries.

La part du marché du lait à faible teneur en gras continue à augmenter

On observe une tendance à la baisse dans la consommation du lait. Au début des années 1960, la consommation de lait standard et de lait 2% représentait 90% du marché du lait et était de 78 litres par personne. Rendu en 1997, cette consommation avait dégringolé d'environ 20 litres par personne et la part du marché a baissé à environ 68%. Le lait 2% représente toujours plus de la moitié du lait consommé en 1997, mais la demande de ce produit n'a pas cessé de décliner depuis 1988, alors que la consommation avait dépassé le sommet de 62 litres par personne. On constate que les consommateurs préfèrent les variétés faibles en gras. En 1990, le lait écrémé et le lait 1% comptaient pour un peu plus de 12% du marché du lait liquide au Canada; en 1997, cette part avait plus que doublé, se stabilisant à plus de 27%. Les facteurs qui contribuent à diminuer la consommation de lait semblent être la baisse du nombre d'adolescents et d'enfants, le vieillissement de la population, l'accroissement de la population d'origine ethnique et une préférence

accrue pour d'autres boissons, telles que les boissons gazeuses et les jus.

En effet, les boissons gazeuses ont continué de jouir d'une grande popularité en 1997, et leur consommation a fait un bond spectaculaire pour dépasser 106 litres par personne. Les prix concurrentiels et les campagnes promotionnelles comptent parmi les raisons de cette croissance continue.

La consommation de crème se maintient au même niveau

À 5,5 litres par personne, la consommation moyenne de crème n'a pratiquement pas changé de 1996 à 1997. La consommation de crème fleurette (15 à 20% de matière grasse) a quelque peu augmenté, ce qui est dû probablement à l'apparition d'un nombre croissant de cafés-restaurants et de chaînes de restaurants vendant du café.

La consommation de fromage continue d'augmenter

La consommation de fromage, qui continue d'augmenter, a dépassé 12 kg par personne en 1997, soit le double de la consommation au milieu des années 1970. Le cheddar figure en tête de liste, mais la majeure partie de l'augmentation provient de la popularité croissante des fromages fins. Les campagnes publicitaires, la popularité des mets à emporter et des aliments préemballés prêts-à-servir refermant du fromage et certains produits, tels que les fromages râpés en filaments ou les fromages râpés fins qui servent de garniture dans certains plats d'origine ethnique (mexicain et italiens), sont autant de facteurs qui ont contribué à cette croissance.

Augmentation de produits céréaliers

La consommation de produits céréaliers sélectionnés est en progression constante depuis deux décennies. En 1997, la consommation était près de 85 kg par personne au Canada, ce qui représente une hausse de près de 20 kg par personne par rapport au milieu des années 1970. Auparavant, la farine de blé servait surtout à produire le pain et les produits boulangers traditionnels. Cependant, ces dernières années, les pâtes, les amuses-gueule à base de céréales et les pains spéciaux (pain pita, tortilla, bagels et croissants et autres) sont devenus de plus en plus populaires auprès des consommateurs. Le riz, qui peut remplacer la pomme de terre ou entrer dans la fabrication de produits spéciaux comme les galettes et les nouilles a également gagné la faveur des Canadiens. La consommation de riz, qui dépasse de peu 7 kg par personne, a augmenté régulièrement au cours de ces dernières années.

La consommation de la volaille continue à augmenter à mesure que les consommateurs se détournent de la viande rouge

Les consommateurs canadiens mangent de plus en plus de volaille et délaissent les viandes rouges. Leurs habitudes alimentaires et leur style de vie changent. L'existence d'un nombre croissant de familles à double revenu, de personnes célibataires et de familles monoparentales a favorisé la consommation de mets préparés et préem-

ballés, qui remplacent les plats principaux et les repas préparés à domicile. Ces ressources, pratiques pour les personnes ou les familles qui n'ont pas beaucoup de temps à consacrer à la préparation des repas, contiennent souvent moins de viande rouge.

D'autres facteurs influencent la consommation de viande. L'archétype de l'immigrant a changé: les nouveaux venus au Canada proviennent davantage de l'Asie et du Moyen-Orient que de l'Europe. Cette situation a entraîné des changements dans la demande de viande puisque les régimes alimentaires et de nombreux plats traditionnels de cette population toujours plus diversifiée contiennent moins de viande. L'existence de plus en plus marquée d'ethnies différentes a encouragé une diversification des restaurants et des magasins d'alimentation, sous l'influence de la diversité des habitudes alimentaires. Les Canadiens ont également tendance à inclure dans leur régime alimentaire plus de repas sans viande ou contenant un peu de viande sans que celle-ci constitue l'élément principal du repas.

La population du Canada est vieillissante. Notre population active prend de l'âge, et le nombre de personnes âgées croît avec l'espérance de vie. Or, une population âgée tend à manger moins de tout, donc moins de viande.

En 1997, chaque Canadien a mangé un peu plus que 90 kg de viande rouge et de volaille, c'est-à-dire pratiquement la même quantité que l'année précédente. L'augmentation de la demande de viande de volaille a juste compensé la diminution de la consommation de viande rouge. Malgré une baisse de presque 1 kg par personne, par rapport à 1996, la viande rouge est demeurée la viande de prédilection des Canadiens puisqu'elle représente à peu près les deux tiers de toute la viande consommée. La consommation de viande de boeuf (la viande traditionnellement préférée) a atteint les 30,6 kg par personne. La consommation de viande de porc suit de près, avec 25 kg par personne. Le veau, le mouton, l'agneau et les abats constituent les 3,3 kg restants.

La propension des Canadiens à inclure plus de volaille dans leur alimentation s'est poursuivie en 1997. Chaque Canadien a mangé un peu plus de 31 kg de viande de volaille (poulet, poule à bouillir et dinde) en 1997, c'est-à-dire un kg de plus que l'année précédente. Le poulet vient en tête et compte pour les trois quarts de toute la viande de volaille consommée. Les produits de transformation

de la volaille, qui sont commodes et faciles à préparer, ont de plus en plus de succès auprès des consommateurs, et l'importation de ces produits a littéralement explosé ces dernières années. La consommation de dinde est restée stable depuis plusieurs années, se situant à un peu plus de 4 kg par personne. Les Canadiens continuent de considérer la dinde comme une nourriture saisonnière, contrairement aux consommateurs américains qui en mangent deux fois plus. On note toutefois une certaine augmentation de la consommation de produits de transformation de la dinde, comme les rôtis et les saucisses.

La consommation de bière continue de perdre du terrain tandis que celle du vin et des spiritueux fait un bond

En 1997, le Canadien-type a bu presque 74 litres de boissons alcoolisées, ce qui est à peine inférieur au niveau de 1996. Si la bière est demeurée le choix populaire, sa consommation, établie à 62 litres par personne, a toutefois diminué d'environ 1 litre par personne par rapport aux chiffres de l'année passée. Par contre, la consommation de spiritueux a de nouveau augmenté en 1997, pour atteindre 4,7 litres par personne. Les Canadiens ont également bu plus de vin en 1997 qu'en 1996, la consommation atteignant 7 litres par personne. Ces volumes peuvent être sous-estimés parce qu'ils font abstraction, d'une part, de l'alcool de contrebande et, d'autre part, de la bière et du vin produit à la maison et dans les centres libre-service, dont la vogue ne cesse de croître.

Conclusion

Les changements du style de vie des canadiens affectent la façon dont ils consomment. Notre mode d'achat a été modifié parce qu'on magasine pour plus de commodité dans la préparation des aliments. Nous avons tendance à choisir des aliments plus faibles en gras et plus de fruits et légumes afin de tenter d'avoir une alimentation plus saine. Nous choisissons différent mélange de produits qui reflète une variété ethnique. Nous continuons tout de même d'apprécier

Figure 3: Consommation de viande – 1975

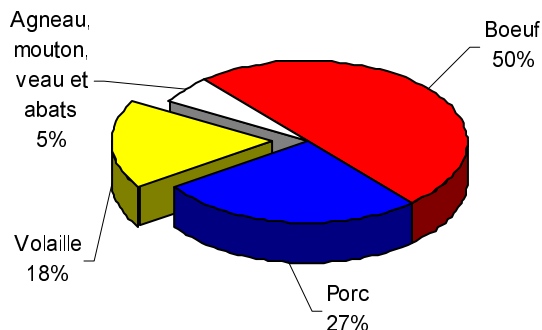
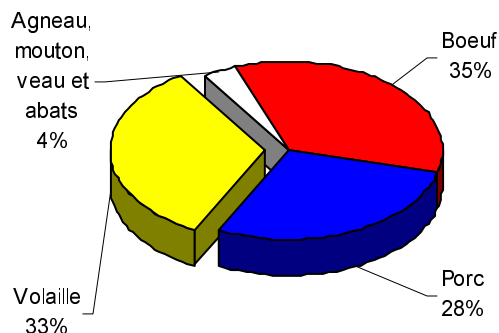


Figure 4: Consommation de viande – 1997



les petits plaisirs tels le café, les pâtisseries et le vin. En conclusion, il apparaît que nos habitudes et nos besoins changeants dirigent nos choix.

Note aux utilisateurs

Ces données représentent les aliments qui sont disponibles pour la consommation et non les quantités réelles d'aliments consommés au Canada. Ces données ne tiennent pas compte des pertes subies dans les points de vente au détail, les ménages, les institutions privées ou les restaurants.

Reconnaissance

La Division de l'agriculture aimerait remercier le Bureau des aliments de l'Agriculture et Agro-alimentaire Canada ainsi que Santé Canada pour leur contribution à ce programme.

Source: N°32-229-XPB et 32-230-XPB au catalogue

ENQUÊTES SUR LES ENTREPRISES DE STATISTIQUE CANADA

Coordonné par Yvele Paquette

Relation avec les répondants, Divisions des statistiques des entreprises, (613) 951-3500

Enquête unifiée annuelle sur les entreprises

L'Enquête unifiée sur les entreprises (EUE) englobe plusieurs enquêtes annuelles sur les entreprises en un seul cadre. Elle vise à assurer que Statistique Canada recevra des données concordantes et intégrées de tous les types et tailles d'entreprises et suffisamment de détails pour produire des données provinciales exactes. Cette année, 17 enquêtes sur les industries sont couvertes par l'EUE ainsi que deux enquêtes interindustrielles sur les grandes entreprises.

- Aquaculture
- Bureaux d'agents, de courtiers en immeubles et d'évaluateurs de biens immobiliers et des autres activités liées à l'immobilier
- Commerce de gros
- Enquête sur les industries de services (11)
- Entreprises du secteur non financier et entreprises du secteur financier
- Intermédiaires financiers de dépôt (banques à charte, sociétés de fiducie et caisses populaires)
- Location et gestion de biens immobiliers
- Messageries et services locaux de messagers
- Services de restauration et de débits de boisson

Plusieurs autres secteurs de l'économie qui ne figurent pas dans ce livret font l'objet d'enquêtes par Statistique Canada. Ces secteurs seront intégrés au nouveau cadre de l'EUE au cours des prochaines années.

Comment les résultats des enquêtes sont-ils utilisés?

Le secteur des entreprises profite directement des renseignements que les entreprises fournissent à Statistique Canada. Leurs réponses servent à compiler des statistiques complètes et exactes sur votre industrie, ventilées par province.

Les entreprises utilisent les données sur l'industrie pour:

- faire le suivi de leur rendement par rapport à la moyenne de l'industrie;
- évaluer leurs plans d'expansion;
- attirer les investisseurs;
- rajuster les contrats indexés selon le taux d'inflation et les transferts de paiement.

Les associations industrielles, les analystes du milieu des affaires et les investisseurs ont recours aux données pour analyser la performan-

ce économique de votre industrie. Des données récentes et détaillées permettent de mieux comprendre l'environnement en pleine évolution des entreprises, tels les réseaux de communication mondiaux, le libre-échange et les nouvelles technologies.

Les gouvernements se servent des données afin de prendre des décisions concernant:

- des programmes qui favorisent la concurrence nationale et internationale;
- des politiques fiscales, monétaires et d'opérations de change;
- des politiques et des programmes qui viennent en aide aux entreprises;
- le calcul des paiements de péréquation et de transferts fiscaux fédéraux-provinciaux.

Pourquoi ces enquêtes sont-elles obligatoires?

Des données précises et fiables constituent la pierre angulaire du processus décisionnel démocratique. C'est pourquoi le Parlement demande que les entreprises et les particuliers fournissent les renseignements nécessaires à la production de données officielles, et ce, en vertu de la *Loi sur la statistique*. Le Parlement exige également que Statistique Canada fournisse une assurance à toute épreuve en matière de confidentialité envers tous les répondants à ses enquêtes.

Confidentialité

La *Loi sur la statistique* protège la confidentialité des renseignements recueillis par Statistique Canada. Tous les employés de Statistique Canada ont prêté un serment de discrétion et s'exposent à des peines sévères pour toute violation du secret professionnel.

Statistique Canada publie des données sous forme de résumés, de tableaux et de graphiques statistiques. Aucune donnée publiée ne peut permettre d'identifier votre entreprise ou vous-même, sauf dans des cas bien particuliers pour lesquels le répondant a consenti par écrit. L'information recueillie ne peut en aucun cas être divulguée en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information* ou de toute autre loi.

Qu'est-ce que le partage des données?

En vertu de la *Loi sur la statistique*, Statistique Canada doit s'efforcer de minimiser le chevauchement de l'information recueillie par différents ministères. Pour ce faire, nous avons conclu des ententes de partage des données avec d'autres ministères. Toute entente de partage des données stipule que les données partagées doivent demeurer confidentielles et que nous

vous faisons part de l'entente lorsque nous vous demandons des renseignements qui seront partagés avec d'autres ministères.

Nota : Statistique Canada ne partage aucune réponse individuelle avec Revenu Canada.

Comment une entreprise est-elle sélectionnée pour participer à une enquête?

Pour la plupart de nos enquêtes, nous sélectionnons les entreprises selon une méthode statistique appelée « échantillonnage ». Cela demande moins d'efforts de la part de l'ensemble des entreprises et revient bien moins dispendieux que de mener une enquête auprès de toutes les entreprises.

Chaque entreprise sélectionnée dans l'échantillon représente un certain nombre d'autres entreprises ayant des caractéristiques analogues, telles que la taille, le nombre d'employés ou le revenu. Ensemble, les entreprises sélectionnées représentent la population totale des entreprises pour une industrie ou une région donnée. Dans certains cas, l'échantillon englobe toutes les grandes entreprises qui contribuent largement au revenu total de cette industrie ou de la province.

Comment les entreprises sont-elles classifiées?

Statistique Canada attribue un code de classification fondé sur la description de l'entreprise fournis lors de l'enregistrement de celle-ci auprès de Revenu Canada. Le code est mis à jour lorsque des nouvelles données sont disponibles à partir de nos programmes d'enquête.

Statistique Canada utilise un système de codage appelé Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Le SCIAN est *nouveau* et a été mis au point par les bureaux de la statistique du Canada, du Mexique et des États-Unis. Créé dans le contexte de l'Accord de libre-échange nord-américain, il vise à fournir des définitions communes pour la structure des activités des trois pays, ainsi qu'un cadre statistique unique pour faciliter l'analyse des trois économies. Il remplace l'ancien système appelé « Classification type des industries 1980 ». La conversion au nouveau système de codage a nécessité une somme considérable de travail et de temps, et plusieurs enquêtes ne sont pas encore converties au SCIAN.

Au niveau le plus élevé, le SCIAN divise l'économie en 20 classifications ou secteurs. Des centaines d'entreprises de divers types font partie de ces 20 secteurs. Afin de produi-

re des statistiques uniformes, la plupart des entreprises ne reçoivent qu'un code. Dans le cas des entreprises qui participent à des activités multiples, par exemple, la fabrication et le commerce de gros, Statistique Canada classifie les différentes parties des opérations en fonction des diverses activités industrielles.

Réduction du fardeau de réponse

Statistique Canada s'efforce d'équilibrer le fardeau qu'imposent ses enquêtes aux répondants avec la nécessité d'obtenir des statistiques détaillées sur les entreprises. Nous faisons de nombreux efforts pour faciliter la réponse aux questionnaires. Par exemple, plusieurs enquêtes se servent maintenant de questionnaires simplifiés, offrent la possibilité de faire les déclarations par voie électronique et interrogent un plus petit nombre de répondants. Certaines enquêtes ont été fusionnées pour réduire leur taille et éviter les chevauchements.

Statistique Canada s'efforce d'utiliser de plus en plus les données administratives, comme celles provenant des dossiers de l'impôt, et d'avoir recours à des enquêtes seulement si cela est nécessaire, lorsqu'il est impossible de recueillir

l'information auprès de sources administratives. En conséquence, certains questionnaires ont été raccourcis cette année, particulièrement ceux pour les plus petites entreprises. Deux enquêtes de l'année dernière, l'Enquête sur la construction et l'Enquête sur les taxis et les services de limousines, ne seront pas menées pour l'année de référence 1998. Statistique Canada tente plutôt de produire les estimations propres à ces industries en ayant recours à des sources de données administratives.

Comment peut-on obtenir les données de Statistique Canada?

Statistique Canada rend public les résultats des enquêtes sans toutefois qu'on puisse identifier un répondant. Les résultats, publiés sous forme de tableaux, de graphiques et d'analyses, peuvent être obtenus de diverses façons.

Chaque jour Statistique Canada diffuse un communiqué aux médias intitulé *Le Quotidien* et qui présente des résultats statistiques à mesure qu'ils sont produits. *Le Quotidien* donne les faits saillants et l'analyse des nouveaux résultats ainsi que des renseignements sur la façon d'obtenir des données plus détaillées. Il comprend égale-

ment les calendriers hebdomadaire et mensuel des communiqués principaux à venir. *Le Quotidien* et d'autres renseignements statistiques peuvent être consultés gratuitement sur Internet au www.statcan.ca.

Statistique Canada diffuse également sans frais ses publications à quelque 700 bibliothèques publiques partout au Canada. Statistique Canada compte neuf centres régionaux de consultation situés dans les grandes villes du Canada où il est possible de consulter les publications, les produits électroniques, les cartes et les microfiches.

Centres régionaux de consultation :

1-800-263-1136	
Région de l'Atlantique	(902) 426-5331
Région du Québec	(514) 283-5725
Région de la capitale nationale	(613) 951-8116
Région de l'Ontario	(416) 973-6586
Manitoba	(204) 983-4020
Saskatchewan	(306) 780-5405
Sud de l'Alberta	(403) 292-6717
Nord de l'Alberta, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut	(780) 495-3027
Région du Pacifique et du Yukon	(604) 666-3691

QUOI DE NEUF?

Une publication qu'il vaut la peine d'attendre

Il y a une expression qui dit que «si vous mangez, vous faites partie de l'agriculture». *Un coup d'oeil sur l'agriculture canadienne* promet de donner aux lecteurs n'ayant aucun intérêt particulier pour l'agriculture le goût d'en savoir davantage sur le secteur agricole du Canada.

La publication la plus originale du Recensement de l'agriculture donne vie à de nombreux aspects du secteur agricole du Canada dans plus de 40 courts articles faciles à lire. Des cartes en couleurs, des photographies, des diagrammes et des graphiques agrémentent visuellement les nombreux sujets du livre. Des titres tels «Des frites avec ça?», «La jachère perd du terrain dans l'Ouest canadien», «La révolution du travail du sol», «Qu'est-ce que la valeur ajoutée, au juste?», «Nouveau bétail pour nouveaux besoins», et «Les hauts et les bas prix du blé canadien» ont pour but de susciter l'intérêt des lecteurs n'appartenant pas au monde de l'agriculture. Le livre possède aussi sa propre valeur ajoutée pour les autres lecteurs. Des questions qui touchent le secteur et l'explication des facteurs qui forment

l'agriculture au Canada ajoutent une profondeur analytique valable. Bon nombre d'auteurs ont combiné les chiffres du recensement avec une multitude de sources de données pour offrir une nouvelle perspective sur des sujets familiers. La moitié des articles du *Coup d'oeil* proviennent d'auteurs de l'extérieur de Statistique Canada.

Un coup d'oeil sur l'agriculture canadienne, le produit final de la lignée des publications du Recensement de l'agriculture de 1996, à l'automne 1999. Une lecture amusante, vivante et éducative, voilà ce que propose cette publication qu'il vaut la peine d'attendre. *Un coup d'oeil sur l'agriculture* No. 96-301 au catalogue

Gaye Ward, Division de l'agriculture
(613) 951-3172

Estimations régionales des ventes du commerce de détail (ERVEDÉ) - données de 1996 sont maintenant disponibles

ERVEDÉ (Estimations régionales des ventes du commerce de détail) est un système qui

donne des estimations personnalisées des ventes de détail et du nombre de points de vente. Ces estimations peuvent être au niveau de 1 à 3 chiffres de la classifications types des industries (CTI), pour les détaillants incorporés par région de tri d'attachement (RTA). Les données sont disponibles de 1989 à 1996. On obtient ces données en combinant les données sur les magasins à succursales aux données administratives pour les autres types de magasins de détail. Dès 1996 les données sont maintenant disponibles pour les régions rurales par code postal.

Comme cette base de données inclut tous les détaillants incorporés, il est possible d'obtenir des données par région de tri d'attachement, de division (DR) et de sous-division de recensement (SDR), d'agglomérations de recensement (AR) et de régions métropolitaines de recensement (RMR). Aussi, on peut fournir des tableaux personnalisés selon les besoins spécifiques d'un utilisateur basés sur une combinaison des six chiffres du code postal.

Sous-section du service à la clientèle
Division de la statistique du commerce
(613) 951-3549
ou composez sans frais le 1-877-421-3067
detaillantsinfo@statcan.ca

Utilisation des chambres dans l'industrie de l'hébergement

Les voyages personnels et d'affaires ont tous deux des tendances saisonnières qui guident les variations pour la demande des hôtels, motels et autres services d'hébergement. Cet article porte sur les fluctuations saisonnières subies par l'industrie du voyage au Canada en 1996. Il se concentre ensuite sur les variations mensuelles des taux d'occupation d'hôtel et de motel d'après des facteurs tels que la location, la taille de l'établissement et l'orientation du marché. Les mesures sommaires produites par cette étude offrent également des repères utiles selon lesquels les hôtels et les motels individuels peuvent comparer leur propre chiffre d'utilisation de chambre.

Auteurs :

Larry McKeown, Sam Lee et Mike Lynch
Division des services
(613) 951-2201
lyncmik@statcan.ca

Recueil statistique des études de marché, Édition 1999

Le *Recueil statistique des études de marché* constitue une source complète de statistiques socio-économiques. Il s'adresse à tous ceux et celles qui s'intéressent au marché canadien de la consommation. Les données qu'il renferme sont utiles à la mise en marché des produits et services destinés aux consommateurs et aux entreprises. Elles permettent en effet de tracer le portrait des principales branches d'activités (y compris les petites entreprises) et des consommateurs dans toutes les provinces et dans quarante-cinq grandes villes. Les données sur le commerce international et les projections des tendances démographiques et économiques peuvent être très utiles aux entreprises qui désirent prendre de l'expansion ou d'élargir la gamme de leurs produits. Le *Recueil statistique des études de marché* fait état du marché canadien comme aucune autre source statistique ne le fait.

L'édition 1999 sera disponible à la fin juillet. Plus de 20 nouveaux tableaux seront inclus dans cette édition pour un total de plus de 170 tableaux et 60 graphiques accompagnés de courtes analyses. Les sujets suivants ne sont que quelques exemples de ce que l'on retrouve dans cette publication.

Population

Estimations 1998; origine ethnique; immigration; familles; domaine d'étude; etc.

Marché de l'emploi et revenu

Statistiques sur la population active; emploi; revenu personnel; revenu hebdomadaire; occupation, etc.

Dépenses à la consommation

Dépense personnelle, familiale et des ménages; consommation alimentaire; consommation de boissons alcooliques; etc.

Logement et caractéristiques des ménages

Taille des ménages; logements occupés par un propriétaire et un locataire; possession et location de résidence; construction résidentielle; permis de bâtir; équipement ménager; combustible de chauffage; immatriculation automobile; possession de véhicules; ordinateurs personnels, modems et utilisateurs d'Internet; etc.

Statistiques macroéconomiques et financières

Produit intérieur brut; dépense et revenu des administrations publiques; investissement public et privé; statistiques financières des industries; indices des prix; crédit à la consommation; faillites d'entreprises; etc.

Commerce international des biens et services

Biens et services; exportations domestiques; vingt-cinq meilleurs pays; groupes de marchandises; voyages internationaux; revenu d'investissement; etc.

Statistiques sur entreprises et les industries

Nombre d'établissements; taille d'emploi; revenu; livraison; ventes au détail; chaînes de magasins de détail; grands magasins; nouveaux véhicules automobiles; vente directe; distributeurs automatiques; boissons alcooliques; restaurants, traiteurs et tavernes; cinémas et ciné-parcs; industries de service; industries de services informatiques; assurance vie; marchands de gros; industries manufacturières; industries de services aux entreprises; variation de l'emploi; situation d'entreprise; fournisseurs de services Internet; etc.

Régions métropolitaines de recensement et agglomérations de recensement

Population; origine ethnique; langue maternelle; niveau de scolarité; structure familiale; types de ménages; logements; population active; revenu; dépense; grands magasins; chaînes de magasins de détail; permis de bâtir; indices des prix; nombre d'établissements; équipement ménager; industries manufacturières; etc.

Projections

Prévisions du secteur privé; perspective du revenu, du programme de dépense et des changements à la dette publique; projections de la population à court et long terme, nombre de familles et de ménages; etc.

Jenny Grenier, Division des petites entreprises et enquêtes spéciales
(613) 951-1020
grenjen@statcan.ca

État de préparation en prévision du bogue de l'an 2000

Presque toutes les grandes entreprises de plus de 250 employés (99,5 %) affirment que leurs systèmes informatiques seront en mesure d'effectuer le passage à l'an 2000. C'est ce que révèlent les résultats d'une nouvelle enquête portant sur les entreprises, les services de soins de santé, les services publics et les services municipaux.

L'enquête, qui visait 10 100 répondants, dont 1600 grandes entreprises ayant plus de 250 employés, fournit une vaste gamme de renseignements touchant de multiples dimensions de la planification en vue de l'an 2000.

Une proportion substantielle des entreprises poursuivront leurs travaux de préparation tout au long de l'été. On s'attend à ce que, pour environ 18 % de l'ensemble des grandes entreprises, tous les systèmes informatiques critiques essentiels aux activités soient en mesure d'effectuer le passage à l'an 2000 d'ici la fin d'avril. On prévoit que cette proportion atteindra environ la moitié de ces entreprises (52 %) d'ici juillet, les deux tiers (67 %) d'ici la fin d'août et 92 % d'ici la fin d'octobre.

Le degré de préparation des grandes entreprises est particulièrement important puisqu'elles représentent environ 85 % des recettes brutes des entreprises et des organisations qui ont fait l'objet de l'enquête. Les grandes entreprises sont également plus susceptibles de compter sur des systèmes informatiques complexes et sur du matériel commandé par ordinateur.

Certains systèmes informatiques considéreront que le jour suivant le 31 décembre 1999 sera une date autre que le 1^{er} janvier 2000. Cette confusion pourrait désorganiser de nombreux systèmes informatiques et perturber des activités commerciales essentielles.

Les échéanciers de la fin des travaux de préparation des systèmes critiques varient quelque peu selon le secteur d'activité. On s'attend

à ce que les entreprises des secteurs du transport aérien, des finances et des assurances, de la production, du transfert et de la distribution de pétrole et de gaz, des services d'électricité, de la fabrication et des communications soient prêtes les premières. On prévoit que les hôpitaux, les foyers de soins et les entreprises du secteur primaire le seront plus tard. Plus de la moitié des grands hôpitaux (57 %) affirment ne pas s'attendre à terminer les travaux de préparation avant les quatre derniers mois de l'année, un nombre substantiel de ces établissements prévoyant terminer en septembre et en octobre. Par contre, environ 3 % seulement des grandes entreprises dans le domaine du transport aérien et 9 % des grandes compagnies d'électricité effectueront encore des travaux de préparation au cours des quatre derniers mois de l'année.

Les services de police et les services ambulanciers de presque toutes les municipalités ont mis en oeuvre un ensemble complet de mesures pour être prêts. De même, des mesures ont aussi été prises pour préparer les services d'approvisionnement en eau et

d'égouts dans les municipalités pour lesquelles les systèmes informatiques étaient considérés essentiels à la prestation de ces services.

Pour plus d'information au sujet de cette enquête, veuillez contacter :

Tony Labillois, Division des petites entreprises et des enquêtes spéciales (613) 951-1478
labiton@statcan.ca

ENQUÊTE SUR LES ANTICIPATIONS À COURT TERME

L'enquête sur les anticipations à court terme est un sondage effectué mensuellement auprès d'un groupe d'analystes économiques des différentes provinces afin d'obtenir une vue représentative de l'économie canadienne.

Les analystes émettent des prévisions sur la variation d'une année à l'autre de l'indice des prix à la consommation (IPC), des taux de chômage et d'activité, du niveau d'exportations et d'importations de marchandises, de même que sur les variations mensuelles du produit intérieur brut (PIB). Ils fournissent des estimations des différents indicateurs économiques pour les trois mois suivants.

Les questionnaires sont préparés et faxés mensuellement à chacun des analystes à travers le pays. Ceux-ci possèdent approximativement une semaine pour faire parvenir leurs prévisions. Les réponses sont ensuite compilées et comparées aux données actuelles. Une analyse est produite à partir des résultats et est publiée dans *Le Quotidien* la semaine suivante.

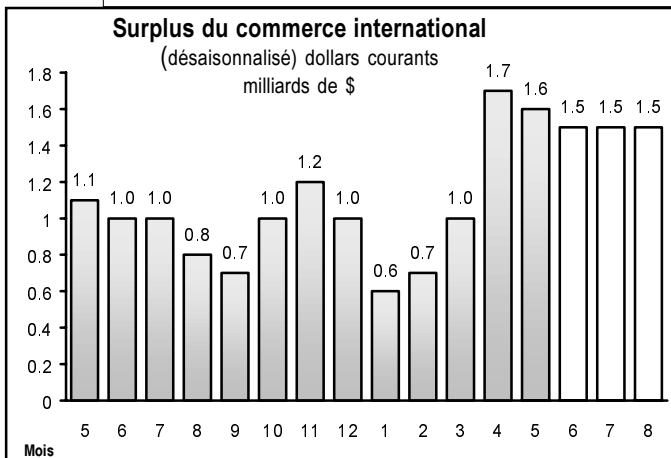
Les graphiques suivants démontrent les données historiques actuelles ainsi que les moyennes des données anticipées pour les quatre principaux indicateurs économiques inclus dans l'enquête.

Surveillez les résultats de *L'enquête sur les anticipations à court terme* qui sont publiés la première semaine de chaque mois dans *Le Quotidien*. Visitez notre site web pour voir une nouvelle parution du *Le Quotidien* chaque les jours ouvrables à www.statcan.ca

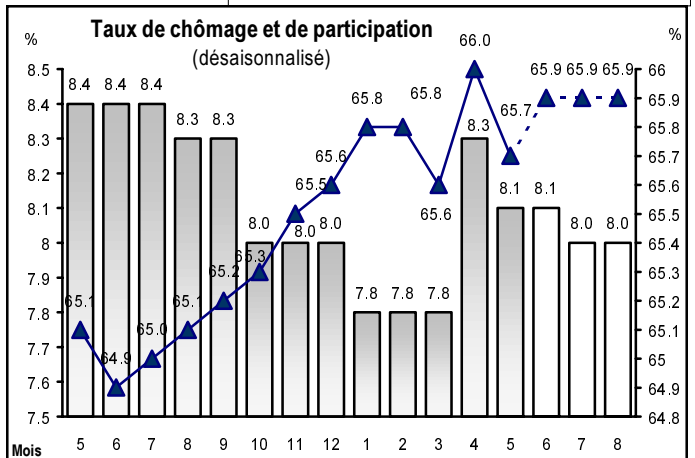
Pour information au sujet de cette enquête, veuillez contacter :

Jenny Grenier, Division des petites entreprises et enquêtes spéciales (613) 951-1020
grenjen@statcan.ca

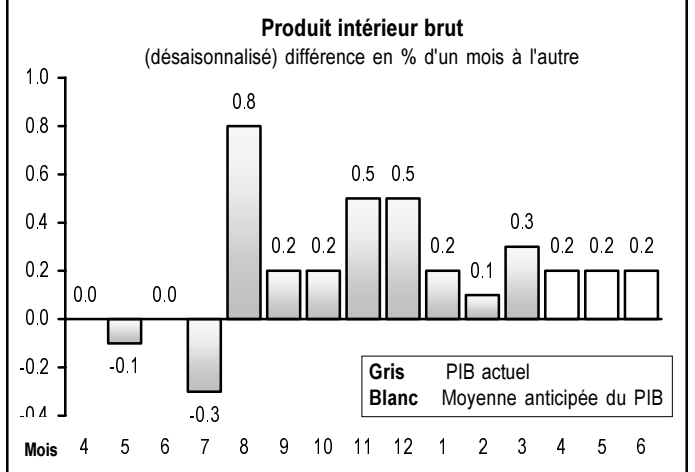
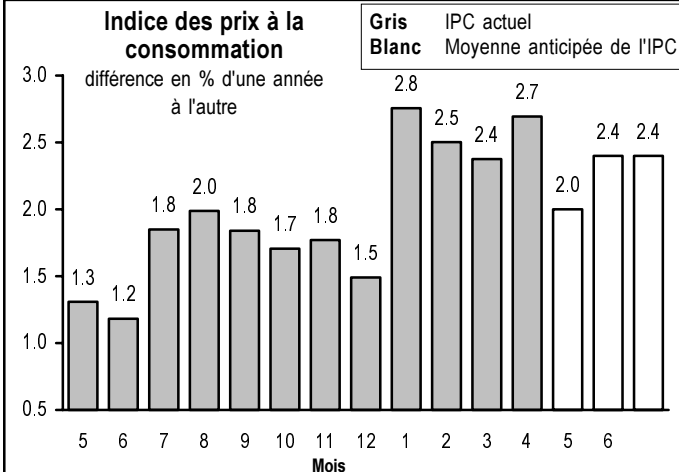
Gris Surplus actuel du commerce international
Blanc Moyenne anticipée du surplus du commerce international



Gris Taux chômage actuel
Blanc Moyenne anticipée du taux chô.
Ligne pleine Taux participation actuel
Ligne pointillée Moyenne anticipée du taux part.



Gris IPC actuel
Blanc Moyenne anticipée de l'IPC





LE POINT SUR...

Bulletin d'information de Statistique Canada sur les tendances et les statistiques touchant les échanges commerciaux
Publié par le Secteur de la statistique du commerce et des entreprises, sous la responsabilité du ministre chargé de Statistique Canada. Prière de faire mention de Statistique Canada chaque fois que vous reproduisez ou citez l'une ou l'autre des parties du présent document. © Minister of Industry, 1997

Prix

Internet: GRATUIT WWW.STATCAN.CA

Papier (au Canada): 40 \$ par numéro
100 \$ par abonnement (4 numéros)

Papier (à l'extérieur du Canada):
40 \$ US par numéro
100 \$ US par abonnement (4 numéros)

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Cette publication a été produite par :

Jenny Grenier, Div. des petites entreprises et enquêtes spéciales, Statistique Canada
10-C4, Édifice Jean Talon, Pré Tunney
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
Téléphone : (613) 951-1020
Télécopieur : (613) 951-1572
Courrier électronique : grenjen@statcan.ca

Vos commentaires sont toujours bienvenue.

Remerciements particuliers à toutes les divisions qui ont contribué à la production de cette publication

Also available in English

POUR COMMANDER

COURRIER

Division des petites entreprises et enquêtes spéciales
Statistique Canada
120, avenue Parkdale
Édifice Jean Talon, C4
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
(veuillez écrire en majuscules)

TÉLÉCOPIEUR

(613) 951-1572
VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.

Nom: _____
Titre: _____
Organisation: _____
Adresse: _____
Ville: _____ Province: _____ Code postal: _____
Téléphone: _____ Télécopieur: _____
Courrier électronique: _____

MODE DE PAIEMENT

(Chochez une seule case)

Veuillez débiter mon compte: Visa MasterCard

Numéro de carte _____
Date d'expiration _____
Détenteur de la carte (en majuscules s.v.p.) _____
Signature _____
 Paiement inclus \$ _____
 Numéro du bon de commande _____
(veuillez joindre le bon)
Signature de la personne autorisée _____

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou inscrire «A» pour les abonnements	Prix (Les prix n'incluent pas la taxe de vente)		Quantité	Total \$
			Canada \$	Extérieur du Canada US\$		
61F0019XPE	Insights On...					
61F0019XPF	Le Point sur...					
Note: Les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont données en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.			SOUS-TOTAL			
L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.			TPS 7% (clients canadiens seulement, s'il y a lieu)			
Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent soit la TPS de 7% et la TVP en vigueur, soit la TVH.			TVP en vigueur (clients canadiens seulement, s'il y a lieu)			
Le chèque ou mandat poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.			TVH en vigueur (N.-É., N.-B., T.-N.)			
Numéro d'enregistrement de la TPS: R121491807			GRAND TOTAL			