

Catalogue No. 63-016-XIB

Services Indicators

1st Quarter 1999

- ▶ Information and Cultural Industries
- ▶ Finance and Insurance Industries
- ▶ Professional, Scientific and Technical Services Industries
- ▶ Accommodation and Food Services Industries
- ▶ Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N° 63-016-XIB au catalogue

Indicateurs des services

1^{er} trimestre 1999

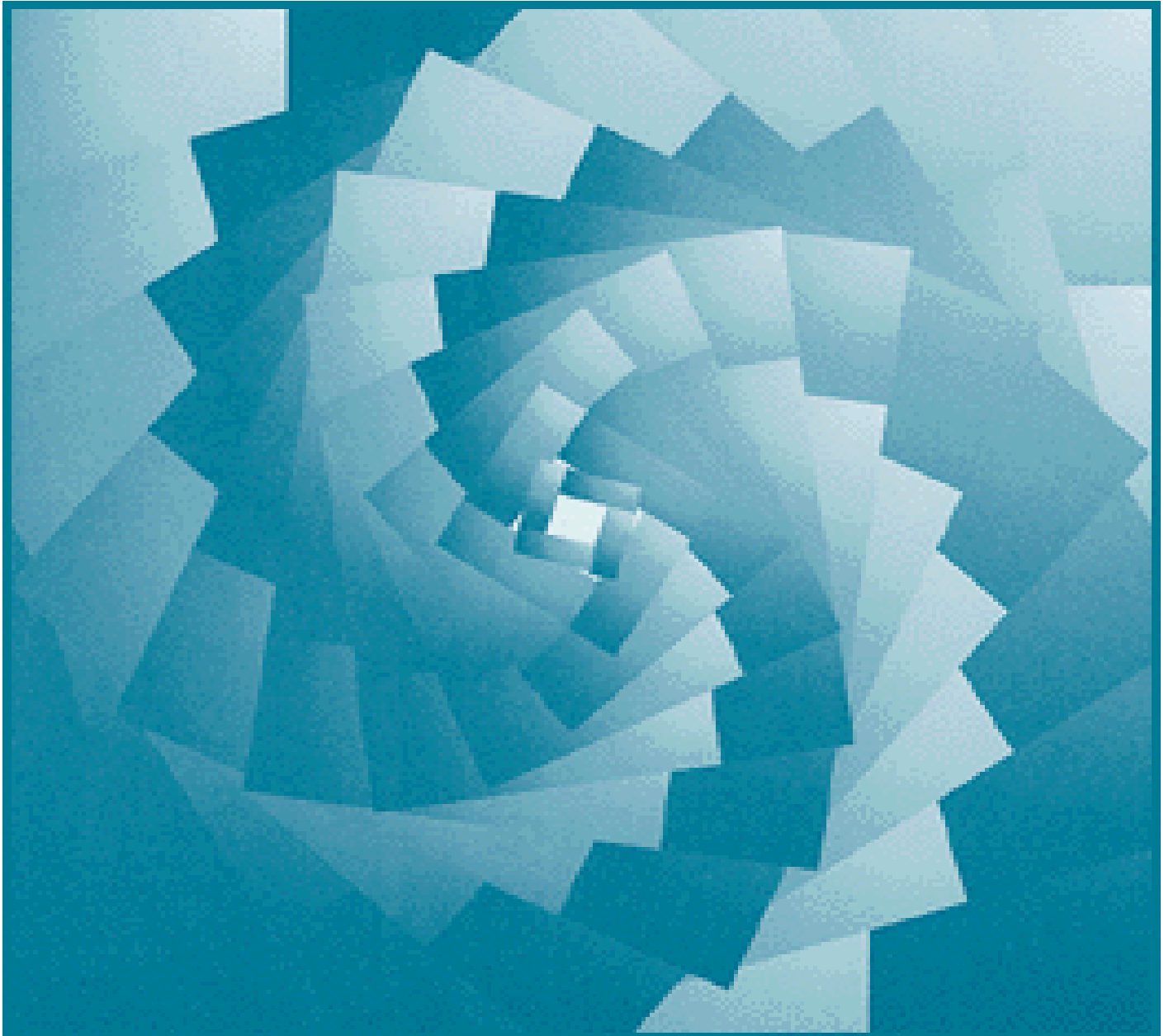
- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Feature articles:

- ▶ **Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services**
- ▶ **Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs**

Études spéciales :

- ▶ **Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
- ▶ **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI**



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Services, Indicators and Analysis, Services Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-6739) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

| | | | |
|----------|----------------|-----------|----------------|
| Halifax | (902) 426-5331 | Regina | (306) 780-5405 |
| Montreal | (514) 283-5725 | Edmonton | (780) 495-3027 |
| Ottawa | (613) 951-8116 | Calgary | (403) 292-6717 |
| Toronto | (416) 973-6586 | Vancouver | (604) 666-3691 |
| Winnipeg | (204) 983-4020 | | |

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided, **for all users who reside outside the local dialling area** of any of the Regional Reference Centres.

| | |
|--|-----------------------|
| National enquiries line | 1-800-263-1136 |
| National telecommunications device for the hearing impaired | 1-800-363-7629 |
| Order-only line (Canada and United States) | 1-800-267-6677 |
| Fax Order line (Canada and United States) | 1-877-287-4369 |

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-016-XPB, is published quarterly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$35.00 per issue and \$116.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$35.00 per issue and US \$116.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at **(613) 951-7277** or **1 800 700-1033**; by fax, at **(613) 951-1584** or **1 800 889-9734**; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-016-XIB for CDN \$26.00 per issue or CDN \$87.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>

Standards of Service to the Public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Indicateurs des services et analyse, Division des services, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-6739) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

| | | | |
|----------|----------------|-----------|----------------|
| Halifax | (902) 426-5331 | Régina | (306) 780-5405 |
| Montréal | (514) 283-5725 | Edmonton | (780) 495-3027 |
| Ottawa | (613) 951-8116 | Calgary | (403) 292-6717 |
| Toronto | (416) 973-6586 | Vancouver | (604) 666-3691 |
| Winnipeg | (204) 983-4020 | | |

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

| | |
|--|-----------------------|
| Service national de renseignements | 1-800-263-1136 |
| Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants | 1-800-363-7629 |
| Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis) | 1-800-267-6677 |
| Numéro de commande par télécopieur (Canada et États-Unis) | 1-877-287-4369 |

Renseignement sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-016-XPB au catalogue paraît trimestriellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 35,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 35,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 116,00 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le **(613) 951-7277** ou le **1 800 700-1033**; par télécopieur, en composant le **(613) 951-1584** ou le **1 800 889-9734**; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 63-016-XIB au catalogue). Un numéro coûte 26,00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 87,00 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service au public

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Catalogue No. 63-016-XIB

Services Indicators

1st Quarter 1999

- ▶ Information and Cultural Industries
- ▶ Finance and Insurance Industries
- ▶ Professional, Scientific and Technical Services Industries
- ▶ Accommodation and Food Services Industries
- ▶ Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

N ° 63-016-XIB au catalogue

Indicateurs des services

1^{er} trimestre 1999

- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Feature articles:

- ▶ **Getting connected or staying unplugged: The growing demand for computer communications services**
- ▶ **Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs**

Études spéciales :

- ▶ **Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur**
- ▶ **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI**

Published by the authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1999

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 1
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 1
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 1999

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 1
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 1
ISSN 1480-8382

Périodicité : trimestriel

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^e estimate.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^p nombres provisoires.
- ^e estimation.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



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.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'«American National Standard for Information Sciences» - «Permanence of Paper for Printed Library Materials», ANSI Z39.48 - 1984.



Table of contents

Table des matières

| | Page | | Page |
|--|------------|--|------------|
| Preface | 5 | Préface | 5 |
| Services overview | 11 | Aperçu général des services | 11 |
| Feature articles: | | Études spéciales : | |
| Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services | 17 | Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur | 17 |
| Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs | 35 | Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI | 35 |
| A Glance at the new North American Industrial Classification System | 51 | Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord | 51 |
| Information and cultural industries | 57 | Industrie de l'information et industrie culturelle | 57 |
| Highlights | 61 | Faits saillants | 61 |
| Analytical Indicators | 63 | Indicateurs analytiques | 63 |
| Finance and insurance industries | 67 | Finance et assurances | 67 |
| Highlights | 72 | Faits saillants | 72 |
| Analytical Indicators | 74 | Indicateurs analytiques | 74 |
| Professional, scientific and technical services industries | 79 | Services professionnels, scientifiques et techniques | 79 |
| Highlights | 83 | Faits saillants | 83 |
| Analytical Indicators | 85 | Indicateurs analytiques | 85 |
| Accommodation and food services industries | 89 | Hébergement et services de restauration | 89 |
| Highlights | 92 | Faits saillants | 92 |
| Analytical Indicators | 94 | Indicateurs analytiques | 94 |
| Arts, entertainment and recreation services industries | 98 | Arts, spectacles et loisirs | 98 |
| Highlights | 102 | Faits saillants | 102 |
| Analytical Indicators | 103 | Indicateurs analytiques | 103 |
| Other services industries | 107 | Autres services | 107 |
| Definitions and concepts | 110 | Définitions et concepts | 110 |

Acknowledgments

This publication was prepared in Service Industries Division under the direction of:

- **Janice McMechan**, Director, Service Industries Division
- **Gord Baldwin**, Assistant Director, Service Industries Division
- **Don Little**, Editor
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Text and article reviewers:

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- William Birbeck
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Hélène Meloche
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Major data-providing divisions:

- Industrial Organization and Finance Division
- Household Surveys Division
- Labour Division
- Industry Measures and Analysis Division

Remerciements

Cette publication a été rédigée dans la Division des industries de service sous la direction de :

- **Janice McMechan**, Directrice, Division des industries de service
- **Gord Baldwin**, Directeur adjoint, Division des industries de service
- **Don Little**, Éditeur
- **Carmen Lacroix**, Production
- **Josée Sarrazin**, Marketing

Révision des textes et des articles :

- Gord Baldwin
- Leslie Bennett
- William Birbeck
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- Hélène Meloche
- Gaston Mongeon
- Bob Moreau
- Bill Potter
- Michel Savard

Principales divisions productrices de données :

- Division de l'organisation et des finances de l'industrie
- Division des enquêtes-ménages
- Division du travail
- Division de la mesure et de l'analyse des industries

Preface

Data on Key Service Industries

Service industries dominate the industrial economies and their importance is growing as a result of globalization and economic restructuring. This growing importance is especially true of the dynamic service industries which are the focus of this publication: information and cultural industries; finance and insurance industries; and professional, scientific and technical services industries. These industries account for a significant proportion of GDP. Moreover, these are the industries that move information, organize finance and property and help businesses do business. As such, they are playing a pivotal role in shaping the future of the Canadian economy. The publication also covers the traveler accommodation and food services industries, and the arts, entertainment and recreation services industries.

Service industries are not all the same and not all have the same dynamic impact on the economy. In total, they account for two-thirds of GDP. That total includes the services covered by this publication as well as government and institutional services, services related to the movement of goods, and services sold primarily to households. Most other service industries are covered by existing statistical programmes, while this publication fills a gap in the coverage by focusing more on services to business. To do this, it draws upon a number of sources and provides information at a level of detail never before produced.

This publication: Data and Analysis

The publication includes one or two feature articles per issue, and most issues include an "A Glance at..." section, which briefly describes notable developments in the services sector. These sections are followed by quarterly statistical indicators for five service industry groupings. The core material includes financial, employment, salary and GDP by industry data that facilitate the analysis of industrial performance. It also includes a services overview section.

Préface

Données sur les principales branches de services

Le secteur des services domine les économies industrielles et prend de plus en plus d'importance en raison de la globalisation et de la restructuration économique. C'est en particulier le cas des branches des services dynamiques qui font l'objet de la présente publication à savoir : industrie de l'information et industrie culturelle; finance et assurances; services professionnels, scientifiques et techniques. Ces branches d'activités représentent une partie appréciable du PIB, et, de plus elles sont celles qui s'occupent de la diffusion de l'information, de l'organisation des finances et de l'immobilier et de l'aide aux entreprises dans la pratique des affaires. Elles jouent par conséquent un rôle essentiel dans la définition de l'économie canadienne de demain. La présente publication couvre également les services d'hébergement et de restauration et les arts, spectacles et loisirs.

Les branches de services ne sont pas toutes pareilles et toutes n'ont pas le même impact dynamique sur l'économie. Au total, elles comptent pour les deux tiers du PIB. Ce total recouvre les services examinés dans cette publication ainsi que les services gouvernementaux et institutionnels, les services reliés au mouvement des biens et les services vendus avant tout aux ménages. La plupart des autres branches de services sont couvertes par les programmes statistiques existants, tandis que la présente publication comble une lacune, puisqu'elle porte plus sur les services aux entreprises. Pour cela, elle exploite un certain nombre de sources de données et fournit des renseignements à un niveau de détail sans précédent.

Dans cette publication : Description des données et analyse

On y trouve un ou deux articles de fond par numéro, et la plupart des éditions incluent une section qui décrit brièvement les développements notables ayant lieu dans le secteur des services. Suivent des indicateurs statistiques trimestriels pour cinq groupes du secteur des services. Les données de la partie principale comprennent les données financières, de l'emploi, de la rémunération et du PIB par branche d'activité qui facilitent l'analyse de la performance industrielle. Elle contient également une section consacrée à une vue d'ensemble du secteur des services.

Data Sources

The financial data come from the Quarterly Survey of Financial Statements of the Industrial Organization and Finance Division (IOFD) and refer to non-government business enterprises. These data are classified according to the North American Industrial Classification System (NAICS). As other data sources use other industrial classifications, care is taken to maximize comparability. Employment data come from the monthly Labour Force Survey (LFS) of the Statistics Canada's Household Surveys Division. These data are also classified according to NAICS codes.

The LFS data are presented on a quarterly basis and are not seasonally adjusted. Salary data come from the monthly Survey of Employment, Payrolls and Hours (SEPH) of the Labour Division. They are presented in quarterly annualized series and are not seasonally adjusted. GDP by industry data are produced monthly at the Industry Measures and Analysis Division (IMAD). They are also presented as quarterly annualized series and are seasonally adjusted. The salary and GDP data are broken down according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E).

For the Services Overview section, data are published as produced at the sources. Data on consumer spending come from the National Accounts and Environment Division (NAED). They are annualized, seasonally adjusted series. Data on prices come from the monthly Consumer Price Index (CPI) of the Prices Division and are presented on a quarterly basis. Finally, data on international trade are compiled by the Balance of Payment Division (BOP) and are seasonally adjusted. Seasonally adjusted data are indicated by "s.a."

Data Revisions

Data revisions follow the revision cycles of the sources. Normally LFS and CPI data are not revised. IOFD data are revised only for the previous quarter, and once a year for the previous three years. SEPH data are revised for the previous month and they will affect only the last quarter. IMAD data are revised monthly for all the months of the calendar year. In addition, SEPH and IMAD data are revised annually for several quarters. NAED and BOP data are revised every quarter back to the first quarter of the calendar year and once a year for several quarters.*

Sources des données

Les données financières proviennent du relevé trimestriel des états financiers de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie (DOFI) et recouvrent les entreprises commerciales non gouvernementales. Ces données sont classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Comme d'autres sources de données utilisent d'autres classifications des industries, on s'est efforcé de maximiser la comparabilité des données. Les données de l'emploi proviennent de l'Enquête mensuelle sur la population active (EPA), que mène la Division des enquêtes-ménages. Ces données sont aussi classées selon le SCIAN.

Les données de l'EPA sont présentées sous la forme de statistiques trimestrielles brutes. Les données de la rémunération proviennent de l'Enquête mensuelle sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail (EERH), que mène la Division du travail. Ces données sont publiées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et brutes. Les données du PIB selon la branche d'activité sont produites chaque mois par la Division des mesures et de l'analyse des industries (DMAI). Elles sont également présentées sous la forme de séries trimestrielles annualisées et désaisonnalisées. Les données de la rémunération et du PIB sont décomposées selon la classification type des industries pour établissements de 1980 (CTI-E).

Dans la section consacrée au survol du secteur des services, les données sont publiées telles qu'elles sont produites à la source. Les données sur les dépenses de consommation proviennent de la Division des comptes nationaux et de l'environnement (DCNE). Ces données sont des séries annualisées et désaisonnalisées. Les données des prix proviennent de l'indice mensuel des prix à la consommation (IPC) de la Division des prix, et sont présentées sur une base trimestrielle. Enfin, les données du commerce international sont rassemblées par la Division de la balance des paiements (BDP), et les séries sont désaisonnalisées. Les données désaisonnalisées sont désignées par «dés.».

Révision des données

La révision des données suit le cycle de révision des sources. En général, les données de l'EPA et de l'IPC ne sont pas révisées. Les données de la DOFI sont révisées seulement pour le trimestre précédent, et une fois par an pour les trois années précédentes. Les données de l'EERH sont révisées pour le mois précédent, et ceci ne devrait toucher que les statistiques pour le dernier trimestre. Les données de la DMAI sont révisées chaque mois pour tous les mois de l'année civile. Par ailleurs, les données de l'EERH et de la DMAI sont révisées tous les ans pour plusieurs trimestres. Enfin, les données de la DCNE et de la BDP sont révisées tous les trimestres rétrospectivement jusqu'au premier trimestre de l'année civile, et une fois par an pour plusieurs trimestres.*

To ensure clarity, selected analytical ratios, charts and descriptive and analytical notes are dispersed throughout the publication. Tables, charts and notes are complementary and combine to provide a complete picture.

Reader Participation

This publication provides a balanced information package. However, it cannot present all of the available data. Readers are encouraged to suggest additions or changes to the material presented. More specific and immediate data needs can be satisfied on an individual basis. In both cases readers are invited to contact Don Little (Telephone: 613-951-6739 or FAX: 613-951-6696).

Pour des considérations de clarté, des ratios analytiques, des graphiques, des descriptions et des notes analytiques sont dispersés dans toute la publication. Des tableaux, des graphiques et des notes viennent compléter la publication et se combinent pour donner une image complète.

Participation des lecteurs

Cette publication contient un ensemble d'informations bien équilibré. Cependant, elle ne peut présenter toutes les données existantes. Les lecteurs sont invités à proposer des ajouts ou des changements aux données présentées. On peut répondre individuellement aux lecteurs qui ont des besoins plus précis et immédiats en matière de données. Dans les deux cas, les lecteurs sont priés de communiquer avec Don Little (téléphone : 613-951-6739 ou télécopieur : 613-951-6696).

* For more information about the data sources, see *Quarterly financial statistics for enterprises*, (Catalogue No. 61-008), *The Labour Force*, (Catalogue No. 71-001), *Employment, Earnings and Hours*, (Catalogue No. 72-002), *Gross Domestic Product by Industry*, (Catalogue No. 15-001), *National Income and Expenditure Accounts*, (Catalogue No. 13-001), *The Consumer Price Index*, (Catalogue No. 62-001) and *Canada's Balance of International Payments*, (Catalogue No. 67-001).

* Pour plus de renseignements sur les sources de données, consulter *Statistiques financières trimestrielles des entreprises*, (n° 61-008 au catalogue), *La population active*, (n° 71-001 au catalogue), *Emploi, gains et durée du travail*, (n° 72-002 au catalogue), *Produit intérieur brut par industrie*, (n° 15-001 au catalogue), *Comptes nationaux des revenus et dépenses* (n° 13-001 au catalogue), *L'indice des prix à la consommation* (n° 62-001 au catalogue) et *Balance des paiements internationaux du Canada* (n° 67-001 au catalogue).

Thank-you

Thank you for your interest in Services Indicators. Your constant support and feedback will help us to continually improve the quality and usefulness of this publication.

Merci

Merci à notre clientèle pour l'intérêt apporté à Indicateurs des services. Votre support constant et vos commentaires nous aideront à continuer d'améliorer la qualité et l'utilité de cette publication.

Recent Feature Articles

- **Business Services - Part 1: Evolution**
(2nd Quarter 1994)
- **Business Services - Part 2: The Human Side**
(3rd Quarter 1994)
- **Strategic R&D Alliances**
(4th Quarter 1994)
- **The Demand for Telecommunication Services**
(1st Quarter 1995)
- **Television: Glorious Past, Uncertain Future**
(2nd Quarter 1995)
- **The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business**
(3rd Quarter 1995)
- **Human Resources in Science and Technology in the Services Sector**
(4th Quarter 1995)
- **Access to the Information Highway**
(1st Quarter 1996)
- **Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth**
(2nd Quarter 1996)
- **Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business**
(3rd Quarter 1996)
- **Research and Development in a Service Economy**
(4th Quarter 1996)
- **Access to the Information Highway: The Sequel**
(1st Quarter 1997)
- **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**
(2nd Quarter 1997)
- **How Resilient is the Services Sector to Recession?**
(3rd Quarter 1997)

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)
- **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**
(2^e trimestre 1997)
- **Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?**
(3^e trimestre 1997)

- **Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry**
(3rd Quarter 1997)
- **The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s**
(4th Quarter 1997)
- **The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues**
(4th Quarter 1997)
- **Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector**
(1st Quarter 1998)
- **Leasing Services Industries in the 1990s**
(1st Quarter 1998)
- **“Can I Help You?”: The Rise in Household Spending on Services**
(2nd Quarter 1998)
- **Are Jobs Less Stable in the Services Sector?**
(2nd Quarter 1998)
- **Entertainment Services: A Growing Consumer Market**
(3rd Quarter 1998)
- **Employment and Remuneration in the Services Industries Since 1984**
(3rd Quarter 1998)
- **Room Utilization in the Traveller Accommodation Industry**
(4th Quarter 1998)
- **The Gambling Industry: Raising the Stakes**
(4th Quarter 1998)
- **Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**
(1st Quarter 1999)
- **Challenges Facing Canada’s Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**
(1st Quarter 1999)
- **Repenser la croissance : un profil du secteur des services d’architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques**
(3^e trimestre 1997)
- **L’industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l’évolution dans les années 1990**
(4^e trimestre 1997)
- **L’émergence des services logistiques : questions de mesure**
(4^e trimestre 1997)
- **Gains et pertes d’emplois : une étude du secteur des services**
(1^{er} trimestre 1998)
- **Le secteur des services de location au cours des années 1990**
(1^{er} trimestre 1998)
- **«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services**
(2^e trimestre 1998)
- **Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?**
(2^e trimestre 1998)
- **Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance**
(3^e trimestre 1998)
- **Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984**
(3^e trimestre 1998)
- **Utilisation des chambres dans le secteur de l’hébergement des voyageurs**
(4^e trimestre 1998)
- **Jeux de hasard : miser gros**
(4^e trimestre 1998)
- **Être branché ou ne pas l’être : croissance de l’utilisation des services de communication par ordinateur**
(1^{er} trimestre 1999)
- **Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d’une enquête des FSI**
(1^{er} trimestre 1999)

Services Overview

Aperçu général des services

This section presents information that refers to the activity of the services industries. The industries covered under this aggregation, for GDP purposes, are:

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Transportation and Storage (45, 46, 47)

Communications (48)

Wholesale Trade (50-59)

Retail Trade (60-69)

Finance, Insurance and Real Estate (70-76)

Business Services (77)

Government Services (81-84)

Educational Services (85)

Health and Social Services (86)

Accommodation, Food and Beverage Services (91, 92)

Amusement and Recreation (96)

Personal and Household Services (97)

Other Services (98-99)

Information on consumer spending and prices refer to aggregations of service *commodities*. International trade in services comprises the following activities: travel, transportation, commercial services and government transactions and other services.

On présente ici l'activité de l'ensemble des branches de services. Les branches qui auront été agrégées ici pour les renseignements concernant le PIB sont :

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Transport et entreposage (45, 46, 47)

Communications (48)

Commerce de gros (50-59)

Commerce de détail (60-69)

Finances, assurances et services immobiliers (70-76)

Services aux entreprises (77)

Services gouvernementaux (81-84)

Enseignement (85)

Soins de santé et services sociaux (86)

Hébergement et restauration (91, 92)

Services de divertissements et loisirs (96)

Services personnels et domestiques (97)

Autres services (98-99)

Les renseignements concernant les dépenses de consommation et les prix se rapportent aux agrégations des *produits* de services. Le commerce international des services comprend les services suivants : voyages, transports, services commerciaux, opérations gouvernementales, autres services.

Services overview

Highlights — 1st Quarter 1999

Compared to the 4th quarter of 1998:

- Service sector output expanded in real terms by 0.8% this quarter. This was identical to the rate of GDP growth recorded in the goods sector, which had benefited from a strong rebound in consumer spending. Within the services sector, output grew very rapidly this quarter for: the computer and related services industry (+6.2%); telecommunication carriers (+5.0%); radio and television broadcasters (+3.9%) and the wholesale trade industry (+2.8%). Meanwhile, GDP declines were posted for the accommodation services (-1.5%) and insurance (-1.2%) industries.
- Canadian consumers spent more this quarter in response to stable interest rates and recent employment gains. While consumer spending on services did rise by a healthy rate of 0.9%, this was less than half the growth rate for spending on goods. This occurred despite the fact that consumer price inflation for services (+0.9%) was nearly twice as high as inflation for goods (+0.5%). Among services, consumer spending growth was most rapid for recreational services and financial and legal services.
- Canada's trade deficit in services continued to decline, shrinking by 16.7% this quarter to \$1.5 billion. Although a robust U.S. economy helped Canada's services exports to rise slightly this quarter, there was a sharp 2.0% drop in Canadians' imports of services. As a result, this quarter's trade deficit on services was the lowest in eleven years. Moreover, Canada's travel deficit fell under \$200 million for the first time in over twelve years, largely due to record spending by visitors from the United States.

Key Services Indicators

| Variables | Growth since last quarter | Growth since same quarter last year |
|----------------|---------------------------|-------------------------------------|
| GDP (real) | ↑ 0.8% | ↑ 3.1% |
| Cons. Spending | ↑ 0.9% | ↑ 3.9% |
| Prices | ↓ 0.0% | ↑ 1.3% |
| Exports | ↑ 0.2% | ↑ 5.6% |
| Imports | ↓ 2.0% | ↑ 1.9% |
| Employment | ... | ↑ 3.7% |

Aperçu général des services

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

Comparaison avec le 4^e trimestre de 1998 :

- Au premier trimestre, la production dans le secteur des services s'est accrue de 0,8 % en chiffres absolus, ce taux étant identique au taux de croissance du PIB dans le secteur des biens, lequel a profité d'une forte reprise des dépenses de consommation. À l'intérieur du secteur des services, des gains très appréciables ont été observés ce trimestre-ci dans les services informatiques et services connexes (+6,2 %), les télécommunications (+5,0 %), la radiodiffusion et la télédiffusion (+3,9 %) ainsi que le commerce de gros (+2,8 %). En revanche, le PIB a reculé dans les secteurs des services d'hébergement (-1,5 %) et des assurances (-1,2 %).
- Les consommateurs canadiens ont accru leurs dépenses au premier trimestre, profitant de la stabilité des taux d'intérêt et des récents gains dans le domaine de l'emploi. Cependant, même si les dépenses des consommateurs au titre des services ont fait un gain appréciable de 0,9 %, cette hausse représente moins de la moitié de l'augmentation au poste des biens. Il est à noter toutefois que le taux d'inflation des prix à la consommation dans le secteur des services (+0,9 %) a été près de deux fois supérieur au taux d'inflation dans le secteur des biens (+0,5 %). Dans le secteur des services, les dépenses des consommateurs ont progressé tout particulièrement au poste des services de loisirs, ainsi que des services financiers et juridiques.
- Le déficit commercial du Canada au titre des services a continué de diminuer, reculant de 16,7 % au premier trimestre pour s'établir à 1,5 milliard de dollars. Ce recul s'explique notamment par la légère hausse des exportations de services vers les États-Unis dont l'économie demeure florissante, mais surtout par la baisse marquée de 2,0 % des importations de services par le Canada. Grâce à cette performance, le déficit commercial au poste des services a atteint au premier trimestre son plus bas niveau en onze ans. De plus, le déficit du Canada au poste des voyages a tombé sous le seuil de 200 millions de dollars, et ce pour la première fois en plus de douze ans, principalement grâce aux dépenses record des visiteurs en provenance des États-Unis.

Indicateurs clés des services

| Variables | Croissance depuis le dernier trimestre | Croissance depuis le même trimestre l'année précédente |
|------------------|--|--|
| PIB (réel) | ↑ 0,8 % | ↑ 3,1 % |
| Dép. des consom. | ↑ 0,9 % | ↑ 3,9 % |
| Prix | ↓ 0,0 % | ↑ 1,3 % |
| Exportations | ↑ 0,2% | ↑ 5,6 % |
| Importations | ↓ 2,0 % | ↑ 1,9 % |
| Emploi | ... | ↑ 3,7 % |

Highlights — 1st Quarter 1999

Compared to the 1st quarter of 1998:

- The GDP for the service sector was 3.1% higher this quarter, in real terms, than it was in the first quarter of 1998. This output growth rate was double the rate that was recorded for the rest of the economy over the same period.
- Compared to last year, output expanded particularly rapidly for: the computer and related services industry (+20.8%); telecommunication carriers (+20.6%); the wholesale trade industry (+11.4%) and cable broadcasting (+8.7%). However, declines in GDP were recorded in accommodation services (-1.7%), educational services (-0.6%), health and social services (-0.2%) and personal and household services (-0.1%).
- Canada's services trade deficit was one-fifth lower this quarter than it was in the first quarter of 1998. Although Canada's services imports rose by \$251 million, this was more than offset by a \$625 million increase in services exports relative to last year.
- The services sector employed 10.7 million people this quarter, up 3.7% relative to the first quarter of 1998. In contrast, the goods sector's workforce expanded by 2.3% over the past year. Within the services sector, job growth rates were especially high in: the motion picture and video industry (+44.3%); amusement parks, arcades and other amusement and recreation activities (+28.3%); and the computer systems design industry (+22.6%). Meanwhile, employment fell sharply in the specialized design services industry (-22.9%).
- Of the 384,000 jobs that have been added in the services sector since the first quarter of 1998, nearly 83% were full-time positions. Moreover, nearly one-third of the 384,000 new jobs involved self-employment.

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

Comparaison avec le 1^{er} trimestre de 1998 :

- Entre le premier trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des services a augmenté de 3,1 %, en chiffres absolus; il s'agit d'un taux de croissance deux fois supérieur au taux enregistré dans le reste de l'économie, durant la même période.
- Les gains réalisés par rapport à l'an dernier ont été particulièrement rapides dans les secteurs suivants : services informatiques et services connexes (+20,8 %); télécommunications (+20,6 %); commerce de gros (+11,4 %) et câblodistribution (+8,7 %). En revanche, le PIB a diminué dans les services d'hébergement des voyageurs (-1,7 %), les services d'enseignement (-0,6 %), les soins de santé et l'assistance sociale (-0,2 %) et les services personnels et domestiques (-0,1 %).
- Depuis le premier trimestre de 1998, le déficit commercial du Canada au poste des services a diminué d'un cinquième, l'accroissement de 625 millions de dollars des exportations de services compensant largement la hausse des importations (+251 millions de dollars).
- Au premier trimestre de 1999, 10,7 millions de personnes travaillaient dans le secteur des services, soit 3,7 % de plus qu'au premier trimestre de 1998. Par comparaison, la main d'oeuvre dans le secteur des biens s'est accrue de 2,3 % au cours de la dernière année. À l'intérieur du secteur des services, la création d'emplois a été particulièrement forte dans l'industrie du film et de la vidéo (+44,3 %); les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de divertissement et de loisirs (+28,3 %) et la conception de systèmes informatiques (+22,6 %). Par contre, de fortes pertes d'emploi ont été enregistrées dans les services spécialisés de design (-22,9 %).
- Parmi les 384 000 emplois créés dans le secteur des services depuis le premier trimestre de 1998, près de 83 % sont des emplois à temps plein. De plus, le tiers de ces 384 000 emplois sont des emplois autonomes.

Services sector overview

Aperçu général dans le secteur des services

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

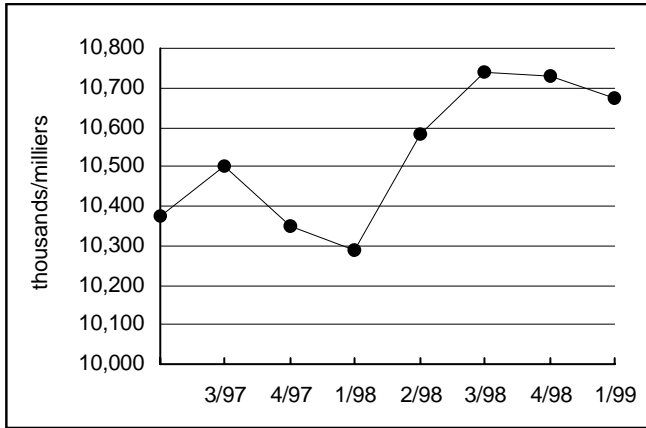


Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

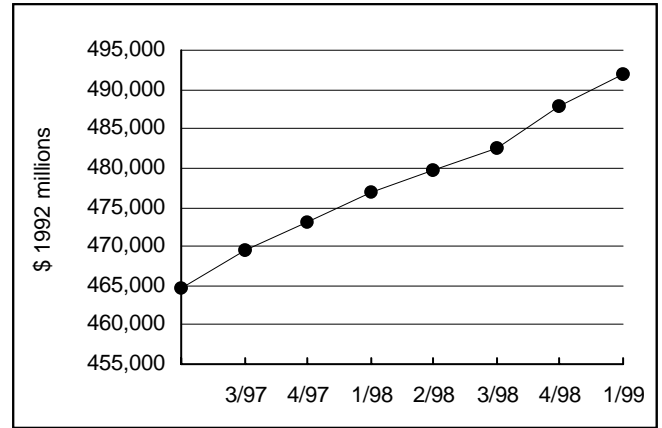


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

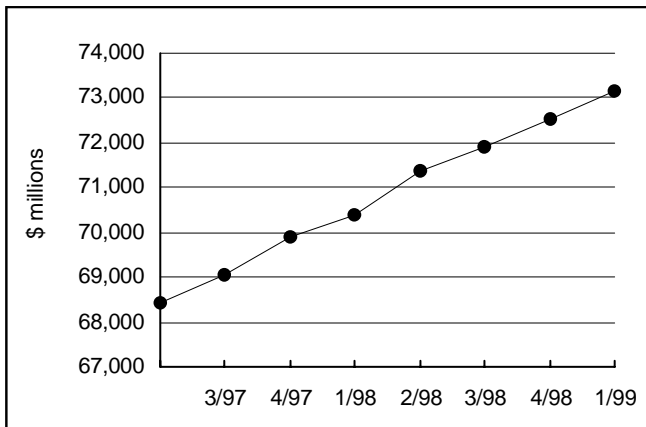


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

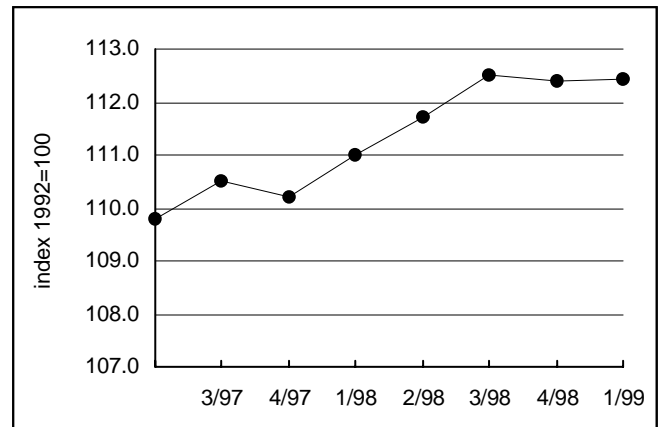


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services

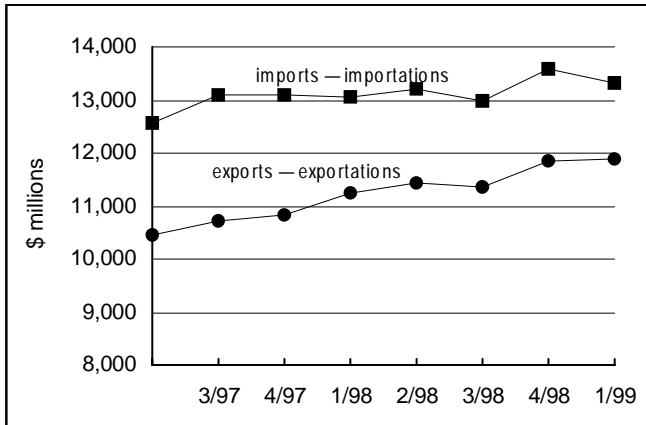


Chart 6. Services trade balance

Graphique 6. Solde du commerce international dans le secteur des services

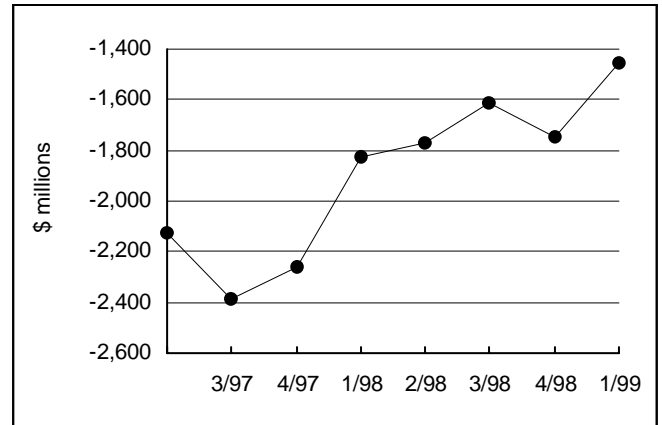


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|-----------------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| Employment | thousands — milliers | | | | | | | | Emploi |
| Overall economy | 13,979 | 14,350 | 14,032 | 13,799 | 14,352 | 14,671 | 14,483 | 14,264 | Économie globale |
| Services | 10,376 | 10,500 | 10,349 | 10,288 | 10,585 | 10,737 | 10,729 | 10,672 | Services |
| Full-time | 7,999 | 8,268 | 7,891 | 7,814 | 8,173 | 8,486 | 8,168 | 8,132 | Plein temps |
| Part-time | 2,377 | 2,232 | 2,458 | 2,475 | 2,412 | 2,251 | 2,561 | 2,540 | Temps partiel |
| Self-employment* | 1,767 | 1,774 | 1,719 | 1,719 | 1,751 | 1,794 | 1,815 | 1,839 | Travail autonome* |
| GDP (s.a. and annualized) | millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | PIB (dés. et annualisé) |
| All industries | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 | Toutes les industries |
| Services | 464,682 | 469,640 | 473,116 | 476,975 | 479,649 | 482,550 | 487,784 | 491,865 | Services |
| Consumer spending (s.a.) | millions of current dollars — millions de dollars courants | | | | | | | | Dépenses de consommation (dés.) |
| Overall economy | 127,162 | 128,595 | 130,032 | 130,235 | 132,654 | 133,490 | 133,960 | 135,780 | Économie globale |
| Services | 68,448 | 69,073 | 69,891 | 70,400 | 71,389 | 71,902 | 72,507 | 73,151 | Services |
| Prices | CPI 1992=100 — IPC 1992=100 | | | | | | | | Prix |
| All items | 107.5 | 107.8 | 107.7 | 108.3 | 108.6 | 108.7 | 108.9 | 109.2 | Ensemble |
| Services | 109.8 | 110.5 | 110.2 | 111.0 | 111.7 | 112.5 | 112.4 | 112.4 | Services |
| International Trade (s.a.) | millions of current dollars — millions de dollars courants | | | | | | | | Commerce international (dés.) |
| Merchandise | | | | | | | | | Marchandises |
| Exports | 73,821 | 75,888 | 77,774 | 77,610 | 78,287 | 81,301 | 85,064 | 86,520 | Exportations |
| Imports | 67,777 | 70,816 | 73,344 | 73,251 | 74,429 | 75,623 | 80,097 | 78,823 | Importations |
| Balance | 6,044 | 5,072 | 4,430 | 4,359 | 3,858 | 5,678 | 4,967 | 7,697 | Solde |
| Services | | | | | | | | | Services |
| Exports | 10,435 | 10,705 | 10,833 | 11,246 | 11,449 | 11,354 | 11,852 | 11,871 | Exportations |
| Imports | 12,562 | 13,095 | 13,094 | 13,075 | 13,217 | 12,965 | 13,600 | 13,326 | Importations |
| Balance | -2,127 | -2,390 | -2,261 | -1,829 | -1,768 | -1,611 | -1,748 | -1,455 | Solde |

Analytical table — Tableau analytique

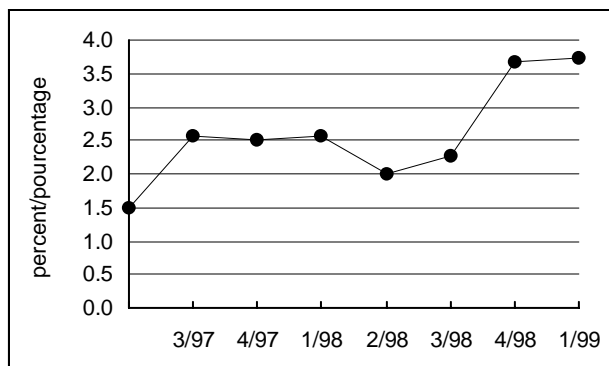
| Services | from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier | | | | | | | | Services |
|---------------------|--|------|------|------|------|------|------|------|--------------------------|
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Employment | 1.5 | 2.6 | 2.5 | 2.6 | 2.0 | 2.3 | 3.7 | 3.7 | Emploi |
| Full-time | 1.3 | 1.7 | 2.8 | 3.5 | 2.2 | 2.6 | 3.5 | 4.1 | Plein temps |
| Part-time | 2.4 | 6.0 | 1.5 | -0.1 | 1.4 | 0.8 | 4.2 | 2.7 | Temps partiel |
| Self-employment* | 15.5 | 15.3 | 7.5 | 2.2 | -0.9 | 1.2 | 5.6 | 7.0 | Travail autonome* |
| Services | from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | Services |
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| GDP (real) | 1.0 | 1.1 | 0.7 | 0.8 | 0.6 | 0.6 | 1.1 | 0.8 | PIB (réel) |
| Consumer spending | 1.1 | 0.9 | 1.2 | 0.7 | 1.4 | 0.7 | 0.8 | 0.9 | Dépenses de consommation |
| Prices | 0.6 | 0.6 | -0.3 | 0.7 | 0.7 | 0.7 | -0.1 | 0.0 | Prix |
| Exports | 3.6 | 2.6 | 1.2 | 3.8 | 1.8 | -0.8 | 4.4 | 0.2 | Exportations |
| Imports | 0.8 | 4.2 | -0.0 | -0.1 | 1.1 | -1.9 | 4.9 | -2.0 | Importations |

* The self-employed are also included in the part-time and full-time categories.

* Le travail autonome est aussi inclus dans les catégories plein temps et temps partiel.

Chart 7. Services employment growth rate¹

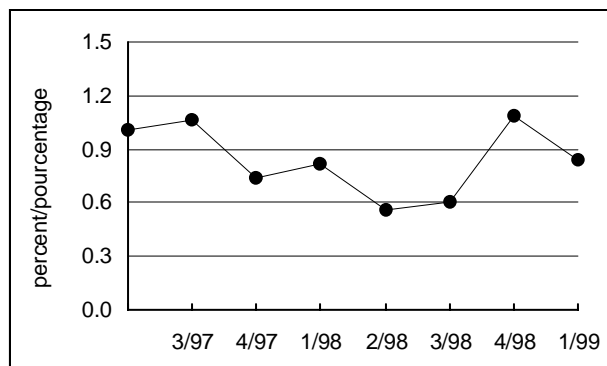
Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹



¹ Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre l'année précédente.

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB





Analytical Studies

Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Feature Article

Étude spéciale

Getting connected or staying unplugged: The growing use of computer communications services

Paul Dickinson and Jonathan Ellison¹
 Science Innovation and Electronic Division
 Statistics Canada
 Telephone: (613) 951-5882
 E-mail: ellijon@statcan.ca

CONTEXT

High among the government's priorities is to make computer communications accessible to all Canadians by the year 2000, thereby making Canada the most connected nation in the world.² This "connectedness" agenda is predicated on the notion that information flows are becoming increasingly important. Information and its manipulation through communications networks and computers is becoming a key strategic resource that determines the competitiveness of firms and nations.³ Harnessing the potential of the Information Highway could unleash a wave of creativity that affords businesses, governments and citizens tremendous opportunities. Innovative applications may trigger unprecedented interaction across and within sectors which will determine the wealth of nations and the quality of life of citizens.⁴

Computer communications occur when a computer connects to a communications network to access information on the Internet, to send and receive e-mail, or to use electronic banking services.⁵ The proportion of households making use of computer communications, predominantly via the Internet, is rising rapidly. As developments usher in this new era, questions arise regarding the use of computer communications and their economic and societal impacts. Future policies can be shaped by the answers to such questions and by the analysis of socioeconomic impacts. Thus, indicators of connectedness help to facilitate the monitoring of progress.

¹ The authors wish to thank George Sciadas, Robert Trudeau and Don Little of Statistics Canada for their substantial contribution to the drafting of this article.

² See Speech from the Throne 1997, p.8.

³ See IHAC 1997, p.5.

⁴ See OECD 1998, p.3.

⁵ Almost all computer communications discussed in this article involve the Internet. The only exception is the small volume of electronic banking done outside the Internet.

Être branché ou ne pas l'être : croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur

Paul Dickinson et Jonathan Ellison¹
 Division de la science, de l'innovation et de l'électronique
 Statistique Canada
 Téléphone : (613) 951-5882
 Courrier électronique : ellijon@statcan.ca

CONTEXTE

L'une des grandes priorités du gouvernement est de rendre la communication par ordinateur accessible à tous les Canadiens d'ici l'an 2000, ce qui ferait du Canada le pays le plus branché au monde². Ce programme de « connectivité » s'appuie sur le fait que la circulation de l'information revêt de plus en plus d'importance. L'information, par son traitement facilité par les réseaux de communications et les ordinateurs devient une ressource stratégique majeure qui détermine la capacité concurrentielle des entreprises et des nations³. L'exploitation du potentiel de l'autoroute de l'information pourrait déclencher une vague de créativité et fournir ainsi des possibilités extraordinaires aux entreprises, aux administrations et aux citoyens. Des applications novatrices pourraient susciter une interaction sans précédent entre les secteurs et dans ces secteurs, qui déterminera la richesse des nations et la qualité de vie des citoyens⁴.

Une communication par ordinateur est établie lorsqu'un ordinateur est relié à un réseau de communication en vue de permettre à l'utilisateur de consulter de l'information sur Internet, d'envoyer et de recevoir du courrier électronique, ou de recourir à des services bancaires électroniques⁵. La proportion de ménages utilisant la communication par ordinateur, essentiellement par Internet, augmente rapidement. Au fur et à mesure que les innovations marquent cette nouvelle ère, des questions se posent au sujet de l'utilisation de la communication par ordinateur et de ses répercussions socio-économiques. Les politiques à venir peuvent être déterminées en partie par les réponses à de telles questions et par l'analyse des répercussions socio-économiques. Aussi, les indicateurs de connectivité facilitent ainsi le suivi de l'évolution.

¹ Les auteurs tiennent à remercier George Sciadas, Robert Trudeau et Don Little de Statistique Canada pour leur contribution importante à la rédaction du présent article.

² Voir le Discours du Trône de 1997, p.8.

³ Voir EUIM 1997, p.5.

⁴ Voir OCDE 1998, p.3.

⁵ La majeure partie de la communication par ordinateur abordée dans le présent article concerne le réseau Internet. La seule exception est le petit volume de transactions bancaires électroniques effectuées ailleurs que sur le réseau Internet.

Statistics Canada sheds light on this evolution with timely surveys and analysis. This article uses new 1998 data to update previous estimates of the proportion of Canadian households regularly using computer communications, analyzing the relationships between usage and location of use, household income, and other demographic factors.⁶ The article also looks at the growth of household connectedness over the past year, as well as the time spent using computer communications from home for a variety of services that can be accessed through the Internet.

GENERAL TRENDS

Use of computer communications is rising from all locations of use

Canadian households are rapidly becoming more connected. There was a significant rise in the proportion of "regular user" households, defined as households with at least one person that uses computer communications in a typical month, regardless of whether that use was from work, home, school, a public library or some other location. In 1998, 35.9% Canadian households were regular users

Statistique Canada fait la lumière sur cette évolution au moyen d'enquêtes et d'analyse opportunes. Le présent article s'appuie sur de nouvelles données pour 1998, en vue de mettre à jour les estimations antérieures de la proportion de ménages canadiens qui utilisent régulièrement les communications par ordinateur, et comporte une analyse du rapport entre l'utilisation et le lieu de l'utilisation, le revenu du ménage et d'autres facteurs démographiques⁵. Il examine en outre l'augmentation du niveau de branchement des ménages au cours de la dernière année, ainsi que le temps consacré à l'utilisation de la communication par ordinateur à la maison, pour une gamme variée de services accessibles grâce à Internet.

TENDANCES GÉNÉRALES

Utilisation de la communication par ordinateur : progrès dans tous les lieux d'utilisation

Les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. Les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. On a constaté une progression importante de la proportion de ménages qui se déclarent «utilisateurs réguliers», c'est-à-dire des ménages où au moins une personne utilise la communication par ordinateur au cours d'un mois type, que ce soit au travail, à domicile, à l'école, dans une bibliothèque publique ou un autre lieu. En 1998, 35,9 % des ménages canadiens

Background and Methodology

In October 1997, the Household Internet Use Survey (HIUS) first collected detailed data from Canadian households on how they used computer communications. The survey was repeated in October 1998. This paper presents the findings of the second survey, and offers comparisons between 1997 and 1998.

The HIUS was administered to a sub-sample of dwellings included in the Labour Force Survey (LFS) sample, and therefore its sample design is closely tied to that of the LFS. The LFS is a monthly household survey whose sample of individuals is representative of the civilian, non-institutionalized population 15 years of age or older in Canada's ten provinces. Specifically excluded from the survey's coverage are residents of the Yukon⁷ and Northwest Territories, persons living on Indian Reserves, full-time members of the Canadian Armed Forces and inmates of institutions. These groups together represent an exclusion of approximately 2% of Canada's population aged 15 or over.

Unlike the LFS, where information is collected on each eligible household member individually, the HIUS collected information on the household as a whole. In total, 43,692 households were eligible for the HIUS survey. Interviews were completed for 38,030 of these households for a response rate of 87.0%.

Historique et méthodologie

En octobre 1997, l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM) a recueilli des données détaillées sur la manière dont les ménages canadiens utilisaient la communication par ordinateur. L'enquête a été reconduite en octobre 1998. Cet article présente les constatations de la deuxième enquête et établit des comparaisons entre celles de 1997 et de 1998.

L'EUIM a été effectuée auprès d'un sous-échantillon de logements faisant partie de l'échantillon de l'Enquête sur la population active (EPA), ce qui explique les liens étroits entre son plan d'échantillonnage et celui de l'EPA. L'EPA est une enquête mensuelle des ménages, dont l'échantillon d'individus est représentatif de la population civile, hors-établissement, âgée de 15 ans et plus, dans les dix provinces du Canada. Le champ de l'enquête exclut les populations du Yukon⁷, des Territoires du Nord-Ouest et des réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces canadiennes et les détenus dans les établissements pénitenciers. L'ensemble des groupes exclus représente environ 2 % de la population du Canada âgée de 15 ans ou plus.

À la différence de l'EPA, qui recueille des données pour chacun des membres admissibles du ménage individuellement, l'EUIM recueille des données sur le ménage dans son ensemble. Sur les 43 692 ménages admissibles à l'EUIM, 38 030 interviews ont été réalisées, soit un taux de réponse de 87,0 %.

⁶ See Dickinson and Sciadras 1996, 1997, and 1999.

⁷ For more information refer to the Guide to the Labour Force Survey, Cat. No. 71-528-XIE.

⁶ Voir Dickinson et Sciadras 1996, 1997 et 1999.

⁷ Pour plus d'informations voir le Guide de l'Enquête sur la population active, n° 71-528-XIF au catalogue.

of computer communications from some location or another, up sharply from 29.4% in 1997 (Chart 1).⁸

This higher penetration rate, combined with a 2% increase in the number of all Canadians households, prompted the number of regular user households to rise by 843,000 (or 24.6%) in 1998 to a total of 4.3 million households.

Canadians continue to use computer communications services from a variety of locations but the most notable increase in 1998 was for use from home. In 1997 the proportion of households regularly using from home (16.0%) was noticeably lower than the proportion using from work (19.9%). By 1998 however, not only had the work use penetration rate increased to 23.3% of all households, but the home use penetration rate had pulled up to practically the same level (22.6%). This occurred because the actual number of households using from home increased by 43.9%, to 2.7 million households.

School remains the third most popular location, with a 31.8% increase in the number of households regularly using from school, raising the school use penetration rate from 9.4% to 12.1%. Only a very small proportion of households (4.3%) regularly use from a public library.

utilisaient régulièrement la communication par ordinateur dans un lieu ou l'autre, contre 29,4 % en 1997 (Graphique 1)⁸.

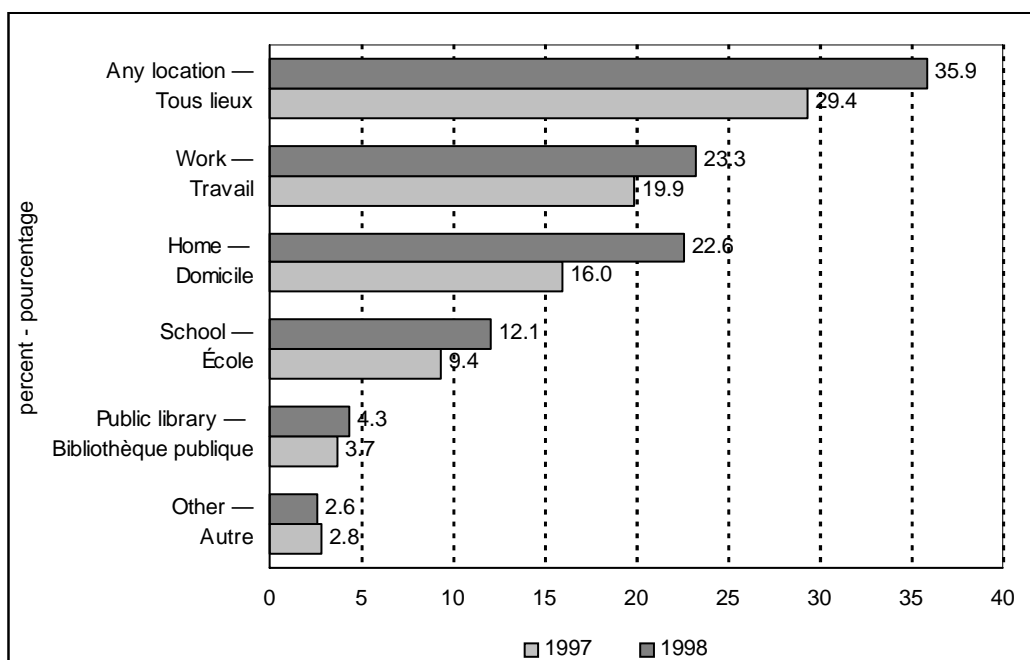
Ce taux de pénétration supérieur, conjugué à une augmentation de 2 % du nombre de ménages au Canada, a fait passer le nombre de ménages utilisateurs réguliers à un total de 4,3 millions, soit une augmentation de 843 000 (24,6 %) en 1998.

Les Canadiens continuent d'utiliser les services de communication par ordinateur dans différents lieux, l'augmentation la plus marquée en 1998 ayant touché l'utilisation à domicile. En 1997, la proportion de ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur à domicile (16,0 %) était de beaucoup inférieure à la proportion utilisant la communication par ordinateur à son lieu de travail (19,9 %). En 1998, toutefois, non seulement le taux de pénétration au travail atteignait-il 23,3 % de tous les ménages, mais celui de l'utilisation à domicile atteignait pratiquement le même niveau (22,6 %). Cela vient du fait que le nombre réel de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile a progressé de 43,9 %, pour atteindre 2,7 millions de ménages.

L'école demeure le troisième lieu le plus populaire, avec une augmentation de 31,8 % du nombre de ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur dans les écoles, ce qui a fait passer le taux de pénétration à ce niveau de 9,4 % à 12,1 %. Seulement une infime proportion de ménages (4,3 %) utilise régulièrement la communication par ordinateur dans les bibliothèques publiques.

Chart 1. Proportions of all households using computer communications from various locations

Graphique 1. Proportions de tous les ménages utilisant la communication par ordinateur en divers lieux



⁸ The proportion of households stating that they had ever used computer communications rose from 38.1% in 1997 to 45.7% in 1998.

⁸ La proportion de ménages ayant indiqué avoir déjà utilisé la communication par ordinateur est passée de 38,1 % en 1997 à 45,7 % en 1998.

Frequencies and purposes of computer communications use

More households indicate that computer communications have become a daily part of their lives. Because of the remarkable increase in home use penetration rates, the proportion of households that regularly use from home on a daily basis increased from 9.8% of all Canadian households in 1997 to 14.0% in 1998. That is, some 62.2% of regular home users use on a daily basis, while only 4.6% use less than once a week. Furthermore, 63.1% of regular use households stated that they spend at least ten hours using computer communications from home in a typical month.

Computer communications continue to be used by households for a variety of purposes. Among households that regularly used computer communications from home in 1998, in a typical month 85.6% used e-mail and 78.1% used the Internet for general browsing (Table 1). A high proportion of regular home users also searched the World Wide Web for specific information. For instance about four in ten households searched for medical or health information, and four in ten looked for government information on the Internet. People also used the Internet to have fun or to socialize: about one-third of regular user households played games on the Internet and one-quarter participated in chat groups.

Fréquences et fins de l'utilisation de la communication par ordinateur

De plus en plus de ménages indiquent que la communication par ordinateur à domicile fait maintenant partie intégrante de leurs activités quotidiennes. Étant donné l'augmentation remarquable des taux de pénétration de l'utilisation à domicile, la proportion de ménages utilisateurs réguliers de la communication par ordinateur à domicile sur une base quotidienne est passée de 9,8 % de tous les ménages au Canada en 1997 à 14,0 % en 1998. Ainsi, à peu près 62,2 % des ménages qui utilisent la communication par ordinateur à domicile le font sur une base quotidienne, tandis que seulement 4,6 % le font moins d'une fois par semaine. En outre, 63,1 % des ménages utilisateurs réguliers ont indiqué consacrer au moins dix heures au cours d'un mois type à la communication par ordinateur à domicile.

Les ménages continuent d'utiliser la communication par ordinateur à différentes fins. Parmi ceux qui utilisaient régulièrement la communication par ordinateur à domicile en 1998, au cours d'un mois type, 85,6 % se servaient du courrier électronique et 78,1 % exploraient de façon générale le réseau Internet (Tableau 1). Une proportion importante d'utilisateurs réguliers à domicile explorait le Web à la recherche de renseignements particuliers. Par exemple, environ quatre ménages sur dix recherchaient de l'information médicale ou dans le domaine de la santé, et quatre ménages sur dix étaient à la recherche de renseignements fournis par les administrations publiques. Les gens utilisent aussi le réseau Internet pour s'amuser ou socialiser : environ le tiers des ménages utilisateurs réguliers s'adonnait à des jeux sur le réseau Internet, tandis que le quart participait à des groupes de dialogue en direct.

Table 1. Computer communications at home are used for various purposes

| Purpose of use | Penetration rates — Taux de pénétration | | | | % of households spending <10% of their Internet time on this activity | | % of households spending <50% of their Internet time on this activity | | Fin de l'utilisation |
|----------------------------|---|------|---|------|---|------|---|-------|------------------------------------|
| | Percentage of all households | | % of regular home user household | | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| | Pourcentage de tous les ménages | | % des ménages dont l'utilisation à domicile est régulière | | | | | | |
| E-mail | 13.3 | 19.3 | 83.1 | 85.6 | 39.8 | 36.8 | 78.1 | 80.5 | Courrier électronique |
| Electronic banking | 3.1 | 5.5 | 19.6 | 24.4 | 66.0 | 67.0 | 89.5 | 90.0 | Opérations bancaires électroniques |
| Purchasing | 1.5 | 2.5 | 9.2 | 10.9 | 88.1 | 91.6 | 98.3 | 99.3 | Achats |
| Search for medical info | - | 9.6 | - | 42.5 | - | 74.8 | - | 97.2* | Recherche d'information médicale |
| Education/training | - | 6.8 | - | 30.0 | - | 32.3 | - | 79.9* | Éducation/formation |
| Look for government info | - | 8.2 | - | 36.4 | - | 75.9 | - | 97.9 | Recherche d'info. gouvernementale |
| Look for other information | - | 15.3 | - | 67.9 | - | 28.5 | - | 80.1 | Recherche d'autres renseignements |
| General browsing | - | 17.6 | - | 78.1 | - | 29.9 | - | 80.0 | Exploration générale |
| Playing games | - | 7.8 | - | 34.4 | - | 48.4 | - | 90.1 | Jeux |
| Chat groups | - | 5.7 | - | 25.4 | - | 52.4 | - | 88.4 | Groupes de dialogue en direct |
| Other Internet services | 2.2 | 2.6 | 13.7 | 11.6 | 66.1 | 71.7 | 90.5 | 96.5 | Autres services Internet |

Note: “-” Several new categories were added in the 1998 survey. — **Nota :** «-» Plusieurs nouvelles catégories ont été ajoutées dans l'enquête de 1998.

Tableau 1. La communication par ordinateur à domicile est utilisée à différentes fins

Electronic banking from home is rapidly becoming more popular. The proportion of regular home user households that used their home computer for electronic banking was 24.4% in 1998, up from 19.6% the previous year. This was a 79.0% increase in the actual number of households. Similarly, the number that purchased goods and services from home on the Internet increased by 71.4%.

Computer communications are also being utilized by many households to gain formal education and training. In 1998, 30.0% of regular home user households used a home computer for education through the Internet. Of the households, 83.1% used computer communications for project assignments or academic research, 21.6% for distance education, and 24.5% to communicate with teachers and peers.

There is further evidence to suggest that Canadian households are diversified in the purposes for which they are using computer communications from home. Few reported that they spent more than half of their computer communications time engaging in any one activity. For example, fewer than 20% of households reported devoting half or more of their computer communications time to e-mail or to general browsing, even though these are the two most often used Internet home use functions.

Home use continues to primarily be for personal rather than employment-related reasons

Almost all households (95.2%) regularly using computer communications from home in 1998 did so for personal non-business reasons. Nearly one-third (31.7%) used for employer-related reasons, and almost one-quarter (22.9%) used for self-employment. These proportions changed only slightly since 1997.

Given the differences in these proportions, it is not surprising that personal use continues to easily account for the largest share of total home use time. In 1998, among households using computer communications at home for personal reasons, 73.4% spent more than half their usage time in this manner. Moreover, 38.3% spend *all* of their home use time for this reason.

Among households using computer communications at home for work-related reasons, there was a noticeable reduction in the share of total home time used for work. For example, among those using for self-employment, the proportion spending more than half their total time for self-employment reasons declined from 46.5% to 37.8%. Similarly, among households using for employer-related reasons, the proportion using more than half their home time for this reason fell from 37.5% to 27.0%.

Les opérations bancaires électroniques gagnent rapidement en popularité. La proportion des utilisateurs réguliers à domicile qui y a recours était de 24,4 % en 1998, en hausse par rapport aux 19,6 % enregistrés l'année précédente. On a assisté à une augmentation de 79,0 % du nombre réel de ménages faisant des opérations bancaires électroniques à domicile. De même, le nombre de ménages effectuant des achats de produits et de services par Internet à domicile a augmenté de 71,4 %.

De nombreux ménages ont également recours à la communication par ordinateur pour s'instruire et acquérir de la formation. En 1998, 30,0 % des ménages utilisateurs réguliers à domicile se servaient de la communication par ordinateur pour s'instruire grâce à Internet. Parmi ces ménages, 83,1 % utilisaient la communication par ordinateur pour des travaux ou de la recherche scolaires, 21,6 % pour la formation à distance, et 24,5 % pour communiquer avec des professeurs et des pairs.

D'autres indications suggèrent que les ménages canadiens utilisent la communication par ordinateur à domicile à différentes fins. Peu ont indiqué employer plus de la moitié du temps qu'ils consacraient à la communication par ordinateur à une seule activité. Par exemple, moins de 20 % des ménages ont indiqué consacrer la moitié ou plus de leur temps d'utilisation de la communication par ordinateur au courrier électronique ou à l'exploration générale, même si ces deux utilisations sont les plus populaires à domicile.

L'utilisation à domicile demeure principalement liée à des fins personnelles plutôt que professionnelles

Presque tous les ménages (95,2 %) qui ont régulièrement utilisé la communication par ordinateur à domicile en 1998 l'ont fait pour des raisons personnelles et non professionnelles. Près du tiers (31,7 %) y ont eu recours à des fins liées à leur employeur, et près du quart (22,9 %) pour un emploi autonome. Ces proportions ont très peu changé depuis 1997.

Compte tenu des différences dans ces proportions, il n'est pas étonnant que l'utilisation personnelle représente encore la plus grande part du temps total d'utilisation à domicile. En 1998, 73,4 % des ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile à des fins personnelles y ont consacré plus de la moitié de leur temps. Par ailleurs, 38,3 % employaient *tout* leur temps d'utilisation à domicile à cette fin.

Au nombre des ménages qui ont utilisé la communication par ordinateur à domicile pour des raisons d'ordre professionnel, on constate une diminution évidente de la part du temps total consacré au travail. Par exemple, la proportion des ménages qui y ont eu recours dans le cadre d'un emploi autonome et qui ont consacré plus de la moitié de leur temps total d'utilisation à cette fin est passée de 46,5 % à 37,8 %. De même, la proportion de ménages qui y ont eu recours pour des motifs liés à leur employeur et ont consacré plus de la moitié de leur temps d'utilisation à domicile à cette fin est passée de 37,5 % à 27,0 %.

These changes do not mean that work-related use is becoming less prevalent. In fact, there was a 51.2% increase in the number of households using computer communications at home for self-employment in 1998. As well, there was a corresponding 35.2% rise in the number of households using for employer-related reasons. Even within any one household, a fall in the share of time used for work does not necessarily imply a decline in the absolute amount of time allocated to work-related use. Households using computer communications at home for work-related reasons may be devoting more time to both personal and work-related use.

HOUSEHOLD CHARACTERISTICS AND COMPUTER COMMUNICATIONS USAGE

This section examines the relationship between computer communications usage and the following household characteristics: household income, education and age of household head, family type, and geographic location.

Household income and computer communications

A very strong relationship is evident between household income and use of computer communications. While 65.1% of households in the top income quartile (the 25% of households with the highest incomes) regularly used computer communications in 1998, the bottom income quartile had a penetration rate of 13.2% (Table 2). Therefore, higher income households were nearly five times

Ces changements ne signifient pas que l'utilisation à des fins professionnelles est moins répandue. En fait, on constate une augmentation de 51,2 % du nombre de ménages qui ont utilisé la communication par ordinateur à domicile dans le cadre d'un emploi autonome en 1998. Par ailleurs, on note une augmentation analogue de 35,2 % du nombre de ménages qui y ont eu recours pour des motifs liés à leur employeur. Même au sein d'un seul ménage, une diminution de la part du temps utilisé pour le travail n'implique pas forcément une baisse du temps absolu consacré à l'utilisation liée à un emploi. Il est possible que le temps global consacré à l'utilisation pour des raisons d'ordre personnel et professionnel ait augmenté dans les ménages qui utilisent la communication par ordinateur à domicile à des fins professionnelles.

CARACTÉRISTIQUES DES MÉNAGES ET UTILISATION DE LA COMMUNICATION PAR ORDINATEUR

La présente section examine les liens entre l'utilisation de la communication par ordinateur et les caractéristiques suivantes des ménages : le revenu, la scolarité et l'âge du chef du ménage, le genre de famille, et le lieu géographique.

Le revenu du ménage et la communication par ordinateur

On constate un lien certain entre le revenu d'un ménage et l'utilisation de la communication par ordinateur. Bien que 65,1 % des ménages du quartile supérieur de revenu (les 25 % de ménages qui ont le revenu le plus élevé) utilisaient régulièrement la communication par ordinateur en 1998, le taux de pénétration dans le quartile inférieur de revenu n'était que de 13,2 % (Tableau 2). Ainsi, en 1998, les ménages à revenu élevé étaient cinq fois plus susceptibles d'être

Table 2. Household income and computer communications use, by location of use

| | Home | | Work | | School | | Library | | Other | | Any location | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|-------------|------------|--------------|-------------|-------------------------|
| | Domicile | | Travail | | École | | Bibliothèque | | Autre | | Tous lieux | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux | | | | | | | | | | | | | |
| All households | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 3.7 | 4.3 | 2.8 | 2.6 | 29.4 | 35.9 | Tous les ménages |
| Bottom quartile | 5.5 | 7.1 | 4.9 | 4.1 | 5.8 | 6.1 | 1.8 | 2.7 | 2.0 | 2.0 | 12.4 | 13.2 | Quartile inférieur |
| Second quartile | 8.8 | 13.6 | 10.3 | 12.1 | 5.9 | 7.9 | 2.5 | 3.2 | 2.2 | 2.3 | 18.4 | 23.6 | Deuxième quartile |
| Third quartile | 17.1 | 24.4 | 22.2 | 26.3 | 9.7 | 13.1 | 4.1 | 4.9 | 3.1 | 2.5 | 32.8 | 41.5 | Troisième quartile |
| Top quartile | 32.5 | 45.1 | 42.3 | 50.4 | 16.1 | 21.0 | 6.2 | 6.6 | 3.9 | 3.7 | 53.7 | 65.1 | Quartile supérieur |
| percentage increase in number of user households — pourcentage de l'augmentation du nombre de ménages utilisateurs | | | | | | | | | | | | | |
| All households | 43.9 | | 18.9 | | 31.4 | | 20.6 | | -4.9 | | 24.6 | | Tous les ménages |
| Bottom quartile | 31.3 | | -14.2 | | 8.0 | | 46.7 | | 4.1 | | 8.2 | | Quartile inférieur |
| Second quartile | 57.3 | | 20.3 | | 37.1 | | 31.0 | | 6.0 | | 30.6 | | Deuxième quartile |
| Third quartile | 45.3 | | 20.9 | | 38.3 | | 20.3 | | -18.3 | | 29.0 | | Troisième quartile |
| Top quartile | 41.6 | | 21.3 | | 33.6 | | 9.0 | | -4.9 | | 23.6 | | Quartile supérieur |

more likely than the lower income households to be regular users of computer communications in 1998.

The disparity between the top and bottom quartiles varies according to the location of use. It is largest for use in the workplace. In 1998, the highest income households were twelve times more likely than the lowest income households to be using computer communications from a work location. In general, lower income persons who are employed may work in occupations which do not require the use of computers communications.

The disparity for home usage is lower. In 1998, top income quartile households were six times more likely than low income households to be using computer communications at home. Disparities between top and bottom quartile households also exist for use from schools and public libraries although they are not as great as the disparities for home and work use.

In 1998, higher income households were only 2-3 times more likely than lower income households to be using at these locations. Computer communications at schools and public libraries may be relatively more accessible for lower income households because costs and occupational factors are relatively less important at these locations.

While the link between affordability and income likely explains some of the relationship between income and penetration rates, the extent of any causal relationship is unknown. Three examples will illustrate this point. First, affordability is not an issue for use at work since costs are covered by the employer rather than the household. Second, three-quarters of households in the third quartile and more than half the households in the top quartile do not use computer communications from home. Third, other characteristics such as education, age, family type and geographic location also affect the penetration rates of the different income quartiles. The next sections examine these relationships.

Usage is higher for university-educated households

There appears to be a relationship between the education level of a household's head⁹ and the likelihood that someone in the household uses computer communications

⁹ Categorized according to the level of education for the "head" of the household. In single-family married couple households the husband is considered the head. In single-parent families with unmarried children the parent is the head, however if married children are present the head is the household member responsible for maintenance of the family. In families where relationships are other than husband-wife or parent-child, the eldest in the family is usually considered to be the head.

des utilisateurs réguliers de la communication par ordinateur que ne l'étaient les ménages à faible revenu.

L'écart entre les quartiles supérieur et inférieur varie en fonction du lieu d'utilisation. Il est plus prononcé en ce qui a trait à l'utilisation au lieu de travail. En 1998, l'utilisation de la communication par ordinateur dans un lieu de travail était douze fois plus élevée chez les ménages à revenu élevé que chez les ménages à bas revenu. Il est probable que de façon générale, les travailleurs des ménages à faible revenu occupent un emploi qui ne nécessite pas l'utilisation de communications par ordinateur.

L'écart en ce qui a trait à l'utilisation à domicile est plus faible. En 1998, cette dernière était six fois plus élevée chez les ménages du quartile supérieur de revenu que chez les ménages à faible revenu. Des écarts entre les quartiles supérieur et inférieur de revenu des ménages se retrouvent aussi dans l'utilisation dans les écoles et dans les bibliothèques publiques, mais ne sont pas aussi grands que dans le cas de l'utilisation à domicile et au travail.

En 1998, les ménages à revenu plus élevé n'étaient que de deux à trois fois plus susceptibles que les ménages à faible revenu d'utiliser la communication par ordinateur dans ces lieux. La communication par ordinateur dans les écoles et les bibliothèques publiques est relativement plus accessible pour les ménages à faible revenu du fait que les coûts et les facteurs professionnels sont moins importants dans ces lieux.

Si le lien observé entre les coûts et le revenu explique peut-être une partie de la relation qui existe entre le revenu et les taux de pénétration, l'étendue de toute relation causale est inconnue. Trois exemples permettent d'illustrer ce point. Premièrement, les coûts ne constituent pas un facteur au travail, où ils sont assumés par l'employeur plutôt que par le ménage. Deuxièmement, les trois quarts des ménages du troisième quartile et plus de la moitié des ménages du quartile supérieur n'utilisent pas la communication par ordinateur à domicile. Troisièmement, d'autres caractéristiques comme le niveau de scolarité, l'âge, le genre de famille et le lieu géographique ont des répercussions sur les taux de pénétration selon les différents quartiles de revenu. Les sections qui suivent examinent cette relation.

Utilisation plus élevée chez les ménages qui ont un diplôme universitaire

Il semble y avoir un lien entre le niveau de scolarité du chef de ménage⁹ et la probabilité qu'un membre du ménage utilise la communication par ordinateur (Tableau 3). En 1998, le taux de

⁹ Classé par catégories selon le niveau de scolarité du « chef » du ménage. Dans les ménages unifamiliaux formés d'un couple marié, l'époux est considéré comme le chef. Dans les familles monoparentales comprenant des enfants non mariés, le parent est le chef; cependant lorsqu'il y a des enfants mariés, le chef du ménage est le membre qui est soutien de famille. Dans les familles où la relation est autre que époux-épouse ou parent-enfant, le membre le plus âgé de la famille est généralement considéré comme le chef.

(Table 3). In 1998, the penetration rate for households where the head has a university degree (68.1%) was more than five times higher than the rate for households in which the head did not complete high school (12.6%). For all specific locations of use, the likelihood that households with a high school or college qualification used computer communications closely resembles the likelihood for the “all households” category. The lower usage rates of the least educated group are basically offset by the higher rates of the most educated group.

pénétration observé dans les ménages dont le chef a un diplôme universitaire (68,1 %) était plus de cinq fois plus élevé que le taux enregistré dans les ménages dont le chef n'avait pas terminé ses études secondaires (12,6 %). Pour tous les lieux donnés d'utilisation, la probabilité que les ménages qui ont un diplôme d'études secondaires ou collégiales utilisent la communication par ordinateur ressemble étroitement à la probabilité pour la catégorie «tous les ménages». Les taux inférieurs d'utilisation du groupe le moins scolarisé sont en fait compensés par les taux supérieurs du groupe le plus scolarisé.

Table 3. Computer communications by location of use and education level of head of household

| | Home | | Work | | School | | Library | | Other | | Any location | | |
|-------------------------|--|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|------------------------------------|
| | Domicile | | Travail | | École | | Bibliothèque | | Autre | | Tous lieux | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| | percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux | | | | | | | | | | | | |
| All households | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 3.7 | 4.3 | 2.8 | 2.6 | 29.4 | 35.9 | Tous les ménages |
| < High school | 3.9 | 6.6 | 4.7 | 5.6 | 3.2 | 5.3 | 1.2 | 1.8 | 1.0 | 1.2 | 9.0 | 12.6 | < Écoles secondaires |
| High school/ college | 16.0 | 23.1 | 19.9 | 23.0 | 10.4 | 13.0 | 3.9 | 4.3 | 3.3 | 2.9 | 31.0 | 37.4 | Écoles secondaires/ collégiales |
| University degree | 37.5 | 46.7 | 47.0 | 52.5 | 16.9 | 19.9 | 7.2 | 8.5 | 4.2 | 3.8 | 59.6 | 68.1 | Diplôme universitaire |

Tableau 3. Communication par ordinateur selon le lieu et le niveau de scolarité du chef du ménage

Focusing on differences according to location of use, disparities by education were larger for home use, and larger still for usage from work. The difference in usage between the most and the least educated households was lower for schools and public libraries. In each of these two locations, university educated households¹⁰ were about four times more likely than the least educated households to be using computer communications.

Si l'on s'attache aux différences selon le lieu d'utilisation, les écarts en fonction de la scolarisation étaient plus importants au niveau de l'utilisation à domicile, et encore plus importants en ce qui a trait à l'utilisation au travail. La différence sur le plan de l'utilisation entre les ménages les plus et les moins scolarisés était moins élevée dans les écoles et les bibliothèques publiques. Pour chacun de ces lieux, la probabilité d'utilisation de la communication par ordinateur était quatre fois plus grande chez les ménages qui ont fait des études universitaires¹⁰ que chez les ménages moins scolarisés.

When education is the criterion, the patterns between “have” and “have not” households closely resemble the patterns observed when income is the basis of comparisons. This is not surprising given the relationship between education and household income levels.

Les modèles entre ménages «branchés» et «non branchés», lorsque la scolarité est le critère, ressemblent étroitement aux modèles observés lorsque le revenu sert de base de comparaison. Cela n'a rien d'étonnant compte tenu du rapport qui existe entre les niveaux de scolarité et le revenu des ménages.

All age groups are becoming more connected

People in all age groups were more likely to be using computer communications in 1998 than in 1997. Moreover, this was the case regardless of the location of use. Each age group had higher penetration rates in 1998 at home, at work, in schools and in public libraries (Table 4).

Tous les groupes d'âge sont de plus en plus branchés

Les personnes de tous les groupes d'âge étaient plus susceptibles d'utiliser la communication par ordinateur en 1998 qu'en 1997 et ce, sans égard au lieu d'utilisation. Le taux de pénétration dans chaque groupe d'âge était plus élevé en 1998 à domicile, au travail, dans les écoles et dans les bibliothèques publiques (Tableau 4).

¹⁰ University educated households refers to the education of the household head.

¹⁰ Par ménages qui ont fait des études universitaires, on entend ceux dont le chef a fait de telles études.

Table 4. Computer communications by location of use and age of head of household

| | Home | | Work | | School | | Library | | Other | | Any location | | |
|-----------------------|--|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-------------------------|
| | Domicile | | Travail | | École | | Bibliothèque | | Autre | | Tous lieux | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| | percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux | | | | | | | | | | | | |
| All households | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 3.7 | 4.3 | 2.8 | 2.6 | 29.4 | 35.9 | Tous les ménages |
| Less than age 35 | 19.1 | 26.1 | 25.6 | 30.2 | 9.5 | 11.3 | 4.2 | 4.8 | 4.5 | 4.3 | 37.9 | 45.3 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 21.6 | 30.1 | 27.4 | 31.4 | 14.6 | 19.2 | 5.3 | 6.1 | 3.5 | 3.1 | 38.8 | 46.9 | De 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | 12.0 | 18.2 | 13.2 | 16.3 | 5.1 | 6.8 | 2.1 | 3.1 | (1.2) | 1.6 | 21.1 | 27.5 | De 55 à 64 ans |
| 65 and over | 3.4 | 5.3 | 2.4 | 2.6 | (0.8) | (0.8) | (0.7) | (0.7) | (0.6) | (0.5) | 5.5 | 7.2 | 65 ans et plus |

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Despite these increases, there remains a substantial difference in rates between younger and older groups. The likelihood of computer communications usage remains highest for the 35 to 54 age group, although the under 35 group is a very close second. However, the penetration rate drops substantially for the 55 to 64 category, and there was another sizeable decline for the group aged 65 and over.

Although, overall, the under 35 group is a bit less likely to be using computer communications than the 35 to 54 group is, the younger group had a higher penetration rate in every income quartile except the top one. It is the effect of the top quartile, therefore, that made the overall penetration rate higher for the 35 to 54 group. In the top income quartile, not only did the 35 to 54 group have a higher penetration rate, it also comprised 62% of the top quartile's households. The younger group, on the other hand, makes up only 19.3% of all households in the top quartile. All of this suggests that the 35 to 54 group's higher rate of computer communications usage is due somewhat to the fact that they have higher incomes than their younger counterparts.

Because the 35 to 54 group has the highest penetration rates and accounts for the largest share of all households (44.3%), it comprises a large proportion (57.9%) of all households using computer communications. In contrast, although households headed by a senior account for 20.3% of all households, this 65 and over age group comprises only 4.1% of all households that use computer communications in a typical month.

Because households headed by someone aged 55 and over account for half of all households in the bottom income

Tableau 4. Communication par ordinateur selon le lieu et l'âge et le niveau de scolarité du chef du ménage

Malgré ces augmentations, il demeure une différence de taux importante entre les groupes plus jeunes et plus âgés. La probabilité d'utilisation de la communication par ordinateur reste plus élevée dans le groupe d'âge des 35 à 54 ans, bien que le groupe des 35 ans et moins se situe non loin derrière en deuxième position. Cependant, le taux de pénétration chute de façon importante pour la catégorie des 55 à 64 ans, tout comme pour le groupe des 65 ans et plus.

Dans l'ensemble, le groupe des moins de 35 ans est un peu moins susceptible d'utiliser la communication par ordinateur que ne l'est le groupe des 35 à 54 ans, mais le taux de pénétration dans le groupe des plus jeunes était plus élevé pour chaque quartile de revenu à l'exception du quartile supérieur. C'est par conséquent l'effet du quartile supérieur qui rend le taux de pénétration global plus élevé chez le groupe des 35 à 54 ans. Dans le quartile supérieur de revenu, non seulement le taux de pénétration du groupe des 35 à 54 ans était-il le plus élevé, mais ce groupe comprenait aussi 62 % de tous les ménages du quartile supérieur. En revanche, le groupe le plus jeune compose seulement 19,3 % de tous les ménages du quartile supérieur. Tout cela suggère que le taux plus élevé d'utilisation de la communication par ordinateur chez le groupe des 35 à 54 ans est en quelque sorte attribuable au fait que le revenu de ce groupe est plus élevé que celui du groupe plus jeune.

Étant donné que le groupe des 35 à 54 ans a les taux de pénétration les plus élevés et représente la plus grande part de l'ensemble des ménages (44,3 %), il comprend une large proportion (57,9 %) de tous les ménages qui utilisent la communication par ordinateur. Par contre, bien que les ménages dont le chef est une personne âgée représentent 20,3 % de l'ensemble des ménages, le groupe des 65 ans et plus ne compte que 4,1 % de tous les ménages qui utilisent la communication par ordinateur au cours d'un mois type.

Comme les ménages qui ont à leur tête une personne âgée de 55 ans et plus représentent la moitié de l'ensemble des ménages du

quartile,¹¹ the 55 and over group has a noticeable effect on the bottom income quartile's penetration rate. When households aged 55 and over are dropped from the calculation, the penetration rate for the bottom income quartile rises from 13.2% to 23.1%.

Half of families with children use computer communications

Households comprised of single families with unmarried children under age 18 are more likely than other households to be users of computer communications. 47.6% of these households were users in 1998, up significantly from 38.2% in the previous year (Table 5). Penetration rates for home use, work use and school use increased more in absolute terms for these households than for other family types. One-person households were, by far, the least likely to use computer communications in a typical month.

Usage rates are highest in Alberta and British Columbia

In 1998, computer communications usage rates increased in every province. Usage rates remained above the 35.9% national average in Alberta (45.1%), British Columbia (42.0%), Ontario (39.0%) and Nova Scotia (37.9%), whereas Quebec (26.2%) had the lowest rate (Chart 2). Nevertheless, Quebec is Canada's second largest market (after Ontario) for computer communications with more than 3 million households using these services.

quartile inférieur de revenu¹¹, le groupe des 55 ans et plus a un effet perceptible sur le taux de pénétration du quartile inférieur de revenu. Lorsqu'on exclut les ménages de 55 ans et plus du calcul, le taux de pénétration du quartile de revenu inférieur passe de 13,2 % à 23,1 %.

La moitié des familles avec enfants utilise la communication par ordinateur

Les ménages unifamiliaux avec enfants non mariés de moins de 18 ans sont plus susceptibles que tous les autres ménages d'utiliser la communication par ordinateur. Parmi les ménages unifamiliaux, 47,6 % étaient des utilisateurs en 1998, une hausse marquée par rapport aux 38,2 % enregistrés l'année précédente (Tableau 5). Les taux de pénétration de l'utilisation à domicile, au travail et à l'école ont augmenté davantage en chiffres absolus pour ces ménages que pour tous les autres genres de famille. Les ménages formés d'une seule personne étaient de loin les moins susceptibles d'utiliser la communication par ordinateur au cours d'un mois type.

Taux d'utilisation plus élevés en Alberta et en Colombie Britannique

En 1998, les taux d'utilisation de la communication par ordinateur ont progressé dans chaque province. Les taux d'utilisation sont demeurés supérieurs à la moyenne nationale de 35,9 % en Alberta (45,1 %), en Colombie-Britannique (42,0 %), en Ontario (39,0 %) et en Nouvelle-Écosse (37,9 %), tandis que le Québec (26,2 %) avait le taux le plus faible (Graphique 2). Néanmoins, le Québec est le deuxième marché en importance au Canada (après l'Ontario) pour la communication par ordinateur avec plus de 3 millions de ménages utilisant ces services.

Table 5. Computer communications by location of use and family type

| | Home | | Work | | School | | Library | | Other | | Any location | | |
|-----------------------|--|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|------------|------------|------------|--------------|-------------|-------------------------|
| | Domicile | | Travail | | École | | Bibliothèque | | Autre | | Tous lieux | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| | percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux | | | | | | | | | | | | |
| All households | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 3.7 | 4.3 | 2.8 | 2.6 | 29.4 | 35.9 | Tous les ménages |
| SF, children | 21.7 | 31.0 | 26.0 | 30.0 | 16.5 | 22.8 | 5.6 | 6.7 | 4.1 | 3.5 | 38.2 | 47.6 | UF avec enfants |
| SF, no children | 15.5 | 22.5 | 18.8 | 22.4 | 6.5 | 8.4 | 2.9 | 3.6 | 2.0 | 1.9 | 27.7 | 34.2 | UF sans enfants |
| One-person | 7.1 | 10.5 | 11.5 | 14.3 | 2.3 | 2.2 | 1.5 | 1.8 | 2.0 | 1.9 | 16.5 | 20.4 | Une seule personne |
| Multi-family | 24.6 | 26.2 | 27.7 | 28.3 | 15.8 | 14.5 | 6.4 | 6.2 | (4.6) | 5.6 | 43.7 | 45.5 | Multifamilial |

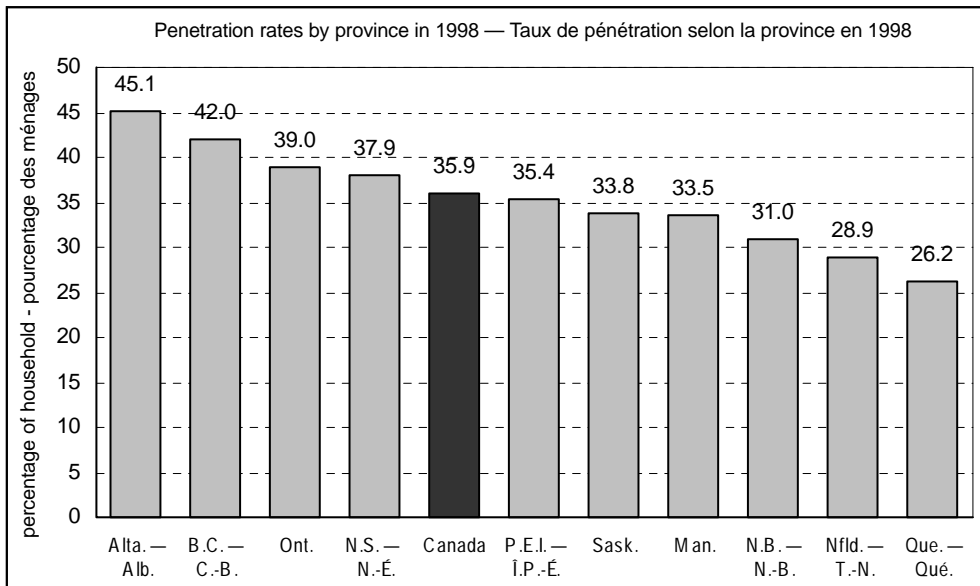
SF = Single family with unmarried children under age 18. — MU = ménage unifamilial avec enfants non mariés de moins de 18 ans.
() = Low reliability estimate due to sample. — () = Estimation de faible fiabilité en raison de l'échantillon.

¹¹ There were 407,868 bottom income quartile households aged 55 to 64, while 1,063,570 of the lowest quartile households had a head aged 65 or over. The two age groups accounted for 13.9% and 36.2% of bottom quartile households, respectively.

¹¹ Il y avait 407 868 ménages âgés de 55 à 64 dans le quartile inférieur de revenu, tandis que 1 063 570 des ménages du quartile inférieur avaient un chef âgé de 65 ans ou plus. Les deux groupes d'âge représentaient respectivement 13,9 % et 36,2 % des ménages du quartile inférieur.

Chart 2. Proportion of all households using computer communications, by province for 1998

Graphique 2. Proportions de tous les ménages utilisant la communication par ordinateur, selon la province, en 1998



Source: Household Internet Use Survey, 1998 — Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages, 1998

The 1998 rate of growth in the number of households using computer communications was highest in P.E.I. (37.2%), followed by Alberta (33.9%) and Quebec (32.5%). For home use penetration rates, Prince Edward Island had Canada's biggest percentage increase (62.7%).

Le taux de croissance de 1998 du nombre de ménages utilisant la communication par ordinateur a été plus élevé à l'Île-du-Prince-Édouard (37,2 %), suivie de l'Alberta (33,9 %) et du Québec (32,5 %). Pour ce qui est des taux de pénétration de l'utilisation à domicile, l'Île-du-Prince-Édouard a connu l'augmentation en pourcentage la plus importante du Canada (62,7 %).

Looking still at home use, in 1998 Quebec saw a sharp 53.3% increase in its home use penetration rate. Because of this, growth in the absolute number of households using at home in Quebec was very high (55.7%) and substantially higher than Ontario's (35.5%). Despite this, Ontario continues to have the highest share of Canada's home user households (41.7%). In all provinces, percentage point increases in penetration rates were greater for home use than work use.

Toujours au chapitre de l'utilisation à domicile, le taux de pénétration de l'utilisation à domicile au Québec a connu une forte augmentation de 53,3 % en 1998. Pour cette raison, la croissance du nombre absolu de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile au Québec était considérable (55,7 %) et beaucoup plus élevée que celle de l'Ontario (35,5 %). Malgré cela, l'Ontario continue d'avoir la plus grande part de ménages utilisateurs à domicile au Canada (41,7 %). Dans l'ensemble des provinces, les augmentations en pourcentage des taux de pénétration de l'utilisation à domicile ont dépassé les augmentations des taux d'utilisation au travail.

Urban households have the highest likelihood of being connected

Probabilité supérieure d'être branché dans les ménages urbains

More than half (56.3%) of Canada's households reside in the fifteen largest Census Metropolitan Areas (CMAs). Taken as a group, households in these CMAs have a penetration rate of 40.4%, compared with the 30.1% rate for households residing elsewhere in Canada (Table 6).

Plus de la moitié (56,3 %) des ménages du Canada résident dans les quinze plus grandes régions métropolitaines de recensement (RMR). Si on les envisage comme un groupe, les ménages de ces RMR ont un taux de pénétration de 40,4 %, comparativement au taux de 30,1 % enregistré dans les ménages résidant ailleurs au Canada (Tableau 6).

Canadians outside large urban centres may be less connected because prerequisite infrastructures tend to be first introduced in more densely populated areas. However,

Le taux inférieur de connectivité qui a été observé chez les Canadiens résidant en dehors des grands centres urbains peut s'expliquer par le fait que les infrastructures indispensables ont tendance à être

Table 6. Computer communications by location of use and Census Metropolitan Area**Tableau 6. Communication par ordinateur selon le lieu d'utilisation et la région métropolitaine de recensement**

| | Home | | Work | | School | | Any location | |
|--|--|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|-------------|
| | Domicile | | Travail | | École | | Tous lieux | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 |
| | percentage of all households regularly using computer communications from various locations — pourcentage de tous les ménages utilisant régulièrement la communication par ordinateur en divers lieux | | | | | | | |
| Canada | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 29.4 | 35.9 |
| Halifax | 19.2 | 33.8 | 30.9 | 33.7 | 15.5 | 21.5 | 39.2 | 50.2 |
| Québec | 12.4 | 21.1 | 16.0 | 18.6 | (7.8) | (8.3) | 23.9 | 28.6 |
| Montréal | 12.8 | 18.2 | 16.4 | 20.6 | 5.9 | 8.0 | 24.3 | 31.6 |
| Ottawa | 34.0 | 36.2 | 44.7 | 42.3 | 15.8 | 15.8 | 55.6 | 55.4 |
| Toronto | 22.9 | 27.7 | 28.4 | 29.0 | 10.7 | 12.5 | 38.0 | 42.0 |
| Kitchener-Waterloo | 20.5 | 25.9 | 23.5 | 26.3 | (12.6) | 17.1 | 34.9 | 42.4 |
| Hamilton | 16.6 | 26.8 | 20.1 | 28.1 | (10.8) | 14.1 | 30.4 | 41.2 |
| St. Catharines-Niagara | (14.2) | 19.2 | (14.7) | (14.5) | (10.9) | (9.4) | 26.1 | 29.3 |
| London | 18.4 | 29.0 | 22.3 | 24.7 | (12.1) | (15.3) | 31.8 | 40.4 |
| Windsor | (14.0) | (15.7) | (13.4) | (14.3) | (10.1) | (11.0) | 25.7 | 26.8 |
| Winnipeg | 16.0 | 23.6 | 24.0 | 26.2 | 10.4 | 13.5 | 33.1 | 37.8 |
| Calgary | 22.9 | 34.8 | 31.3 | 38.6 | 11.7 | 20.2 | 41.1 | 52.8 |
| Edmonton | 20.2 | 27.0 | 27.7 | 30.7 | 13.1 | 13.9 | 35.9 | 43.9 |
| Vancouver | 22.1 | 31.6 | 23.1 | 30.5 | 9.3 | 13.7 | 35.9 | 45.7 |
| Victoria | 20.9 | 34.5 | 26.1 | 27.9 | (10.5) | (14.9) | 40.1 | 48.5 |
| Largest 15 CMAs — 15 plus grandes RMR | 19.3 | 26.2 | 24.2 | 27.3 | 9.9 | 12.5 | 33.9 | 40.4 |
| Others — Autres | 11.8 | 17.9 | 14.6 | 18.1 | 8.6 | 11.5 | 23.6 | 30.1 |

The CMAs listed are the fifteen largest Census Metropolitan Areas. The "Other" category includes households in smaller CMAs and households outside CMAs. — Les RMR énumérées sont les quinze plus grandes régions métropolitaines de recensement. La catégorie «Autres» comprend des ménages résidant dans de plus petites RMR et des ménages résidant à l'extérieur des RMR.

() = Low reliability estimate due to sample size.— Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Canadians residing outside the largest cities are catching up. In 1998, the penetration rate for those living outside the largest CMA's increased by 27.5% which easily exceeded the 19.2% increase for households residing in the largest fifteen CMAs.

Turning to usage at home, work and school locations, the results demonstrate that usage in virtually all of Canada's largest cities is growing from each of these three locations. The only CMA where this did not occur is Ottawa. Nevertheless, Ottawa still remains the most connected CMA, whether from home, work or any location of use. Ottawa's high work penetration rate (42.3%) remains noticeably above that of second-highest Calgary (38.6%), and significantly above that of third-highest Halifax (33.7%). It is also noteworthy that, in each of these three CMAs, more than half the households regularly use computer communications from some location or another in a typical month.

Large jumps in home use penetration rates took place in several CMAs, exceeding ten percentage points in five of them - Halifax, Hamilton, London, Calgary and Victoria. Halifax also saw a six percentage point increase in its

d'abord implantées dans des régions à plus forte densité de population. Les Canadiens qui résident à l'extérieur des 15 plus grandes villes rattrapent toutefois le retard. En 1998, le taux de pénétration dans les ménages résidant à l'extérieur des grandes RMR a augmenté de 27,5 %, dépassant largement le taux d'augmentation de 19,2 % observé dans les ménages des quinze plus grandes RMR.

Quant à l'utilisation à domicile, au travail et à l'école, les résultats démontrent qu'elle progresse dans à peu près toutes les plus grandes villes du Canada. La seule RMR qui fait exception est Ottawa. Néanmoins, Ottawa demeure la RMR la plus branchée, que ce soit à domicile, au travail ou tout autre lieu d'utilisation. Le taux de pénétration élevé de l'utilisation au travail dans cette RMR (42,3 %) demeure sensiblement supérieur à celui de Calgary (38,6 %), qui est deuxième, et largement supérieur à celui de Halifax (33,7 %), qui est troisième. Il convient également de noter que, dans chacune de ces trois RMR, plus de la moitié des ménages utilisent régulièrement la communication par ordinateur dans un lieu ou un autre au cours d'un mois type.

Les taux de pénétration de l'utilisation à domicile ont fait des grands progrès dans plusieurs RMR, dépassant dix points de pourcentage dans cinq d'entre elles - Halifax, Hamilton, London, Calgary et Victoria. Halifax a également vu son taux de pénétration

school use penetration rate, which is now the highest in the country. The percentage increase in the number of households using from home was highest for Halifax (76.8%), Québec (70.8%) and Hamilton (69.2%).

SUMMARY

The data show that Canadian households are rapidly becoming more connected. Households' use of computer communications is rising and this is occurring from all major locations of use. Not only is there a higher number of households regularly using computer communications from home, many of these regular-user households indicate that it has become a daily part of their lives. Moreover, Canadian households appear to be using computer communications for a variety of purposes from home.

There appears to be a relationship between usage of computer communications and household income and education levels. In addition, there remains a substantial difference in usage rates between younger and older groups. Additional research may be conducted to further examine the relationships between household characteristics and Internet use.

Geographically, relative usage of computer communications continues to be highest in Alberta and British Columbia. It was also evident that urban households are more likely to be connected than households living outside Canada's major CMAs.

FUTURE WORK

Connectedness indicators, such as those presented in this paper, will continue to be monitored through household surveys. This will make possible the establishment of time series that permit the analysis of disparities in connectedness between "have" and "have not" households. At the same time, measurement of new aspects of household connectedness are planned. Electronic commerce is an expanding area, which generates huge interest from policy makers and businesses alike, both nationally and internationally. Such purchases by households will be explored starting with the 1999 survey.

Moreover, the year 2000 cycle of the General Social Survey will cover the area of access to and use of computer communications among Canadians. As this would be a survey of individuals rather than households it will provide valuable information complementary to that existing for households. Furthermore, it will also shed light on the social impacts of the introduction and use of such new technologies.

de l'utilisation à l'école augmenter de six points de pourcentage, ce qui en fait le taux le plus élevé au pays. L'augmentation du pourcentage du nombre de ménages utilisant la communication par ordinateur à domicile a été plus élevée à Halifax (76,8 %), dans la ville de Québec (70,8 %) et à Hamilton (69,2 %).

RÉSUMÉ

Les données montrent que les ménages canadiens sont de plus en plus branchés. L'utilisation de la communication par ordinateur augmente au sein des ménages et ce, pour tous les principaux lieux d'utilisation. Non seulement y a-t-il un plus grand nombre de ménages qui y ont régulièrement recours à domicile, mais bon nombre de ces utilisateurs réguliers ont indiqué qu'elle faisait partie de leur quotidien. Par ailleurs, les ménages canadiens semblent utiliser la communication par ordinateur à domicile pour une gamme variée d'activités.

L'utilisation de la communication par ordinateur semble être liée au revenu et au niveau de scolarité des ménages. En outre, il existe toujours une différence importante entre le taux d'utilisation par les groupes de jeunes et le taux d'utilisation par les groupes plus âgés. Des recherches supplémentaires pourraient être effectuées pour examiner davantage les liens entre les caractéristiques des ménages et l'utilisation du réseau Internet.

Sur le plan de la géographie, l'Alberta et la Colombie Britannique demeurent en tête au chapitre de l'utilisation relative de la communication par ordinateur. Il est également indéniable que les ménages urbains sont plus susceptibles d'être branchés que les ménages habitant à l'extérieur des principales RMR du Canada.

TRAVAUX FUTURS

De nouvelles enquêtes-ménages suivront l'évolution des indicateurs de connectivité, comme ceux présentés dans cet article. Il sera ainsi possible d'établir des séries chronologiques qui permettront d'analyser les disparités en matière de connectivité chez les ménages «branchés» et «non branchés». D'autres mesures de nouveaux aspects de la connectivité des ménages sont prévues. Le commerce électronique est un secteur en expansion qui suscite un intérêt considérable chez les décideurs et les entreprises, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Les achats effectués de cette façon par les ménages seront étudiés à partir des données de l'enquête effectuée en 1999.

Par ailleurs, le cycle de l'an 2000 de l'Enquête sociale générale couvrira le domaine de l'accès à la communication par ordinateur et son utilisation chez les Canadiens. Cette enquête, qui porte sur les individus plutôt que sur les ménages, fournira de précieux renseignements complémentaires à ceux qui existent déjà concernant les ménages. De plus, elle fera la lumière sur les répercussions sociales de l'avènement et de l'utilisation des nouvelles technologies.

Finally, additional work is underway. A new survey will explore businesses' use of information and communications technology and electronic commerce by firm size and industry. Thus a more comprehensive picture of developments related to connectedness across economic sectors will emerge.

Enfin, d'autres travaux sont en cours. Une nouvelle enquête explorera l'utilisation par les entreprises des technologies de l'information et des communications, de même que du commerce électronique, selon la taille de l'entreprise et par industrie. On dégagera ainsi un portrait plus complet des développements liés à la connectivité, en fonction des secteurs économiques.

References

Dickinson P. and Sciadas G (1996), "Access to the Information Highway", *Canadian Economic Observer*, Cat. No. 11-010-XPB, December.

Dickinson P. and Sciadas G. (1997), "Access to the Information Highway: the Sequel", *Services Indicators*, Cat.No. 63-016-XPB, June.

Dickinson P. and Sciadas G (1999), "Canadians Connected", *Canadian Economic Observer*, Cat. No. 11-010-XPB, February.

IHAC (1997), "Preparing Canada for a Digital World", Final Report of the Information Highway Advisory Council, September.

OECD (1998), "Global Electronic Commerce: Realizing the Potential", Forward by the Right Honourable Jean Chretien, Prime Minister of Canada, October.

Speech from the Throne (1997), <http://www.parl.gc.ca/36/refmat/throne-e.htm>, September.

USA (1998), "Falling through the Net II: New data on the Digital Divide", National Telecommunications and Information Administration, July.

Références

Dickinson, P. et Sciadas, G (1996), «Accès à l'autoroute de l'information», *Observateur économique canadien*, n° 11-010-XPB au catalogue, décembre.

Dickinson, P. et Sciadas, G. (1997), «Accès à l'autoroute de l'information : la suite», *Indicateurs des services*, n° 63-016-XPB au catalogue, juin.

Dickinson, P. et Sciadas, G (1999), «Les Canadiens branchés», *Observateur économique canadien*, n° 11-010-XPB au catalogue, février.

IHAC (1997), «Préparer le Canada au monde numérique», Rapport final du Comité consultatif sur L'autoroute de l'information, septembre.

OECD (1998), «Global Electronic Commerce: Realizing the Potential», par le Très honorable Jean Chrétien, Premier ministre du Canada, octobre.

Discours du Trône (1997), <http://www.parl.gc.ca/36/refmat/throne-f.htm>, septembre.

États-Unis (1998), «Falling through the Net II: New data on the Digital Divide», National Telecommunications and Information Administration, juillet.

Appendix Table 1.

Annexe Tableau 1.

Penetration rates for regular use households by province and location of use

Taux de pénétration dans les ménages utilisateurs réguliers selon la province et le lieu d'utilisation

| | Home Domicile | | Work Travail | | School École | | Library Bibliothèque | | Other Autre | | Any location Tous lieux | |
|--|--|-------------|-----------------|-------------|-----------------|-------------|-------------------------|------------|----------------|------------|----------------------------|-------------|
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 |
| | % of households using computer communications — % des ménages qui utilisent la communication par ordinateur | | | | | | | | | | | |
| All Provinces — Toutes les provinces | 16.0 | 22.6 | 19.9 | 23.3 | 9.4 | 12.1 | 3.7 | 4.3 | 2.8 | 2.6 | 29.4 | 35.9 |
| Newfoundland — Terre-Neuve | 12.4 | 15.4 | 15.7 | 17.2 | 12.9 | 14.5 | 4.3 | 4.7 | * | (3.7) | 26.6 | 28.9 |
| Prince Edward Island — Île du Prince-Édouard | 10.5 | 17.1 | 16.6 | 21.0 | 11.4 | 14.5 | (2.0) | (4.5) | (2.2) | (2.6) | 26.0 | 35.4 |
| Nova Scotia — Nouvelle-Écosse | 14.3 | 23.7 | 20.7 | 22.9 | 14.3 | 17.4 | 5.0 | 5.6 | 3.1 | 3.4 | 32.2 | 37.9 |
| New Brunswick — Nouveau-Brunswick | 12.1 | 18.2 | 18.0 | 19.8 | 10.7 | 12.3 | 2.6 | 2.3 | 4.9 | (2.1) | 29.1 | 31.2 |
| Quebec — Québec | 10.2 | 15.6 | 13.1 | 16.4 | 5.6 | 7.6 | 2.1 | 2.8 | 1.8 | 1.7 | 20.1 | 26.2 |
| Ontario | 19.3 | 25.5 | 23.3 | 25.5 | 10.6 | 12.6 | 4.4 | 4.7 | 3.1 | 2.4 | 33.2 | 39.0 |
| Manitoba | 13.7 | 19.9 | 20.4 | 22.3 | 9.4 | 12.5 | 3.3 | 2.4 | 3.1 | 2.8 | 29.3 | 33.5 |
| Saskatchewan | 12.3 | 18.3 | 18.2 | 21.5 | 8.9 | 13.9 | 2.8 | 3.7 | 3.3 | 2.6 | 27.2 | 33.8 |
| Alberta | 18.7 | 27.7 | 25.8 | 31.7 | 11.8 | 17.6 | 4.3 | 4.8 | 3.4 | 3.7 | 34.5 | 45.1 |
| British Columbia — Colombie-Britannique | 19.9 | 27.9 | 21.2 | 26.7 | 9.6 | 13.1 | 4.5 | 6.5 | 3.1 | 4.2 | 33.6 | 42.0 |

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation dont la fiabilité est faible en raison de la taille de l'échantillon.

* = Confidential due to sample size. — Confidentiel en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 2.

Annexe Tableau 2.

Penetration rates by household characteristics and income quartile

Taux de pénétration selon les caractéristiques des ménages et le quartile de revenu

| | Income Quartiles — Quartiles de revenu | | | | | | | | | | |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------------------|
| | Bottom | | Second | | Third | | Top | | All | | |
| | Inférieur | Deuxième | Troisième | Supérieur | Tous | | | | | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| regular use from home — utilisation régulière à domicile | | | | | | | | | | | |
| All households | 5.5 | 7.1 | 8.8 | 13.6 | 17.1 | 24.4 | 32.5 | 45.1 | 16.0 | 22.6 | Tous les ménages |
| Education of household head | | | | | | | | | | | Scolarité du chef du ménage |
| Less than high school | (1.2) | 2.3 | 2.5 | 4.3 | 6.5 | 12.1 | 13.6 | 22.9 | 3.9 | 6.6 | Moins qu'un diplôme d'études second. |
| High school or college | 7.6 | 9.9 | 9.8 | 15.4 | 16.0 | 24.4 | 29.0 | 40.7 | 16.0 | 23.1 | Études secondaires ou collégiales |
| University degree | 23.8 | 27.2 | 25.5 | 32.7 | 33.7 | 37.5 | 46.0 | 58.6 | 37.5 | 46.7 | Diplôme universitaire |
| Age of household head | | | | | | | | | | | Âge du chef du ménage |
| Less than age 35 | 10.3 | 14.0 | 15.8 | 20.1 | 19.7 | 28.8 | 33.8 | 44.1 | 19.1 | 26.1 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 7.9 | 11.2 | 11.1 | 17.5 | 19.8 | 26.7 | 34.5 | 48.4 | 21.6 | 30.1 | 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | (3.4) | (4.2) | 6.0 | 10.7 | 12.0 | 19.3 | 27.3 | 38.4 | 12.0 | 18.2 | 55 à 64 ans |
| Age 65 and over | (1.1) | (1.3) | (2.4) | (4.3) | (6.9) | 11.4 | 16.3 | 26.3 | 3.4 | 5.3 | 65 ans et plus |
| Family type | | | | | | | | | | | Genre de ménage |
| Single-family, with <18 | 7.3 | 11.4 | 12.0 | 19.1 | 19.9 | 29.4 | 35.8 | 48.8 | 21.7 | 31.0 | Unifamilial avec enfants <18 ans |
| Single-family, no <18 | 7.4 | 8.2 | 7.1 | 11.5 | 15.0 | 21.2 | 28.9 | 42.6 | 15.5 | 22.5 | Unifamilial sans enfants <18 ans |
| One-person household | 3.1 | 4.0 | 6.5 | 10.6 | 12.6 | 20.4 | 26.4 | 34.1 | 7.1 | 10.5 | Ménage d'une seule personne |
| Multi-family household | (12.6) | 14.8 | 18.2 | 17.8 | 31.4 | 24.1 | 39.0 | 44.3 | 24.6 | 26.2 | Multifamilial |
| regular use from any location — utilisation régulière à partir de tout lieu | | | | | | | | | | | |
| All households | 12.4 | 13.2 | 18.4 | 23.6 | 32.8 | 41.5 | 53.7 | 65.1 | 29.4 | 35.9 | Tous les ménages |
| Education of household head | | | | | | | | | | | Scolarité du chef du ménage |
| Less than high school | 3.4 | 4.9 | 6.2 | 9.1 | 15.6 | 23.4 | 27.1 | 38.7 | 9.0 | 12.6 | Moins qu'un diplôme d'études second. |
| High school or college | 17.9 | 18.0 | 21.0 | 27.0 | 32.0 | 40.9 | 50.9 | 60.8 | 31.0 | 37.4 | Études secondaires ou collégiales |
| University degree | 41.9 | 45.6 | 46.1 | 49.5 | 55.8 | 62.5 | 69.4 | 79.9 | 59.6 | 68.1 | Diplôme universitaire |
| Age of household head | | | | | | | | | | | Âge du chef du ménage |
| Less than age 35 | 24.6 | 27.8 | 32.3 | 38.4 | 40.2 | 50.8 | 59.3 | 67.0 | 37.9 | 45.3 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 17.0 | 19.1 | 24.7 | 30.5 | 37.7 | 46.3 | 56.6 | 69.0 | 38.8 | 46.9 | 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | 7.5 | 7.4 | 11.8 | 16.6 | 22.1 | 29.3 | 44.0 | 56.3 | 21.1 | 27.5 | 55 à 64 ans |
| Age 65 and over | (2.1) | 2.2 | 4.2 | 5.3 | 10.2 | 15.6 | 24.0 | 34.7 | 5.5 | 7.2 | 65 ans et plus |
| Family type | | | | | | | | | | | Genre de ménage |
| Single-family, with <18 | 17.1 | 22.6 | 24.2 | 33.5 | 36.9 | 47.7 | 57.7 | 68.0 | 38.2 | 47.6 | Unifamilial avec enfants <18 ans |
| Single-family, no <18 | 15.1 | 13.1 | 13.8 | 17.4 | 27.0 | 34.3 | 49.5 | 62.8 | 27.7 | 34.2 | Unifamilial sans enfants <18 ans |
| One-person household | 6.9 | 7.4 | 17.1 | 21.1 | 32.4 | 42.9 | 47.3 | 57.1 | 16.5 | 20.4 | Ménage d'une seule personne |
| Multi-family household | 31.5 | 30.3 | 33.9 | 34.7 | 52.9 | 44.2 | 60.0 | 68.0 | 43.7 | 45.5 | Multifamilial |

<18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation dont la fiabilité est faible en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 3.

Annexe Tableau 3.

Proportion of households using computer communications, by household characteristics, income quartile, and location of use*

Proportion de ménages utilisant la communication par ordinateur, selon les caractéristiques des ménages, le quartile de revenu et le lieu d'utilisation*

| | Income Quartiles — Quartiles de revenu | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|----------|-----------|-----------|--------|------|------|------|------|------|--------------------------------------|
| | Bottom | | Second | | Third | | Top | | All | | |
| | Inférieur | Deuxième | Troisième | Supérieur | Tous | | | | | | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | |
| | % | | | | | | | | | | |
| | regular use from home — utilisation régulière à domicile | | | | | | | | | | |
| Education of household head | Éducation du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than high school | (12.7) | 15.5 | 18.7 | 18.7 | 29.5 | 32.2 | 39.1 | 33.6 | 7.0 | 8.0 | Moins qu'un diplôme d'études second. |
| High school or college | 9.7 | 8.8 | 15.9 | 17.7 | 28.5 | 29.9 | 45.9 | 43.6 | 54.6 | 56.5 | Études secondaires ou collégiales |
| University degree | 6.4 | 4.7 | 9.9 | 10.1 | 23.8 | 21.2 | 60.0 | 63.9 | 38.4 | 35.5 | Diplôme universitaire |
| Age of household head | Âge du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 14.7 | 13.6 | 20.9 | 20.2 | 28.3 | 28.9 | 36.2 | 37.3 | 26.4 | 25.4 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 5.9 | 5.6 | 9.9 | 11.8 | 26.0 | 26.2 | 58.2 | 56.4 | 59.2 | 59.0 | 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | (6.8) | (5.4) | 13.3 | 16.3 | 25.9 | 25.5 | 53.9 | 52.9 | 10.0 | 10.9 | 55 à 64 ans |
| Age 65 and over | (13.4) | (11.0) | (25.4) | 26.0 | (29.6) | 31.4 | 31.6 | 31.7 | 4.4 | 4.8 | Moins de 65 ans |
| Family type | Genre de ménage | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 5.6 | 6.0 | 11.0 | 12.5 | 26.3 | 27.5 | 57.0 | 53.9 | 46.6 | 46.7 | Unifamilial avec enfants <18 ans |
| Single-family, no <18 | 7.4 | 6.3 | 13.3 | 14.0 | 26.2 | 25.0 | 53.1 | 54.7 | 35.7 | 36.7 | Unifamilial sans enfants <18 ans |
| One-person household | 22.1 | 18.4 | 23.8 | 28.1 | 30.7 | 33.8 | 23.4 | 19.6 | 10.7 | 11.4 | Ménage d'une seule personne |
| Multi-family household | (14.2) | 12.9 | 19.6 | 17.1 | 26.6 | 21.4 | 39.6 | 48.6 | 7.0 | 5.1 | Multifamilial |
| | regular use from any location — utilisation régulière à partir de tous lieux | | | | | | | | | | |
| Education of household head | Scolarité du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than high school | 15.8 | 17.3 | 20.2 | 20.8 | 30.6 | 32.4 | 33.4 | 29.6 | 8.9 | 9.7 | Moins qu'un diplôme d'études second. |
| High school or college | 11.8 | 9.9 | 17.6 | 19.1 | 29.3 | 30.9 | 41.4 | 40.1 | 57.9 | 57.7 | Études secondaires ou collégiales |
| University degree | 7.0 | 5.4 | 11.2 | 10.5 | 24.8 | 24.3 | 56.9 | 59.8 | 33.3 | 32.6 | Diplôme universitaire |
| Age of household head | Âge du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 17.6 | 15.7 | 21.4 | 22.3 | 29.0 | 29.4 | 32.0 | 32.6 | 28.6 | 27.7 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 7.0 | 6.2 | 12.2 | 13.2 | 27.5 | 29.1 | 53.2 | 51.6 | 58.0 | 57.9 | 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | 8.5 | 6.3 | 14.9 | 16.7 | 27.1 | 25.6 | 49.5 | 51.4 | 9.5 | 10.4 | 55 à 64 ans |
| Age 65 and over | 16.2 | 14.2 | 27.6 | 23.6 | 27.3 | 31.5 | 28.9 | 30.8 | 3.9 | 4.1 | 65 ans et plus |
| Family type | Genre de ménage | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 7.5 | 7.8 | 12.6 | 14.3 | 27.6 | 29.1 | 52.2 | 48.9 | 44.8 | 45.2 | Unifamilial avec enfants <18 ans |
| Single-family, no <18 | 8.5 | 6.5 | 14.4 | 13.9 | 26.4 | 26.7 | 50.8 | 52.9 | 34.9 | 35.2 | Unifamilial sans enfants <18 ans |
| One-person household | 21.1 | 17.7 | 26.9 | 28.8 | 33.9 | 36.6 | 18.0 | 16.9 | 13.6 | 14.0 | Ménage d'une seule personne |
| Multi-family household | 19.9 | 15.3 | 20.6 | 19.2 | 25.2 | 22.7 | 34.2 | 42.9 | 6.8 | 5.6 | Multifamilial |
| | all households — tous les ménages | | | | | | | | | | |
| Education of household head | Scolarité du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than high school | 42.1 | 44.2 | 29.2 | 28.6 | 17.6 | 17.5 | 11.1 | 9.6 | 28.8 | 27.5 | Moins qu'un diplôme d'études second. |
| High school or college | 20.4 | 20.6 | 26.0 | 26.4 | 28.4 | 28.3 | 25.2 | 24.7 | 54.8 | 55.3 | Études secondaires ou collégiales |
| University degree | 10.0 | 8.1 | 14.6 | 15.5 | 26.5 | 26.4 | 49.0 | 51.0 | 16.4 | 17.2 | Diplôme universitaire |
| Age of household head | Âge du chef du ménage | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 27.2 | 25.5 | 25.1 | 26.3 | 27.3 | 26.2 | 20.5 | 22.1 | 22.2 | 21.9 | Moins de 35 ans |
| Age 35 to 54 | 16.0 | 15.2 | 19.2 | 20.2 | 28.4 | 29.5 | 36.4 | 35.1 | 43.9 | 44.3 | 35 à 54 ans |
| Age 55 to 64 | 23.8 | 23.3 | 26.6 | 27.7 | 25.8 | 24.0 | 23.7 | 25.1 | 13.3 | 13.5 | 55 à 64 ans |
| Age 65 and over | 42.3 | 42.6 | 36.3 | 32.2 | 14.7 | 14.6 | 6.6 | 6.4 | 20.7 | 20.3 | 65 ans et plus |
| Family type | Genre de ménage | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 16.8 | 16.4 | 20.0 | 20.3 | 28.7 | 29.0 | 34.6 | 34.2 | 34.4 | 34.1 | Unifamilial avec enfants <18 ans |
| Single-family, no <18 | 15.5 | 17.1 | 28.9 | 27.4 | 27.1 | 26.6 | 28.5 | 28.9 | 36.9 | 36.9 | Unifamilial sans enfants <18 ans |
| One-person household | 50.4 | 48.8 | 26.0 | 27.9 | 17.3 | 17.4 | 6.3 | 6.0 | 24.2 | 24.7 | Ménage d'une seule personne |
| Multi-family household | 27.7 | 22.9 | 26.6 | 25.2 | 20.8 | 23.3 | 24.9 | 28.7 | 4.6 | 4.4 | Multifamilial |

* Example (1998): 35.5% of home user households have a university degree, of which 63.9% are in the top quartile. — Exemple (1998) : 35,5% des ménages l'utilisant à domicile ont un diplôme universitaire, desquels 63,9 % sont dans le quartile supérieur.

<18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Appendix Table 4.

Annexe Tableau 4.

Distribution of income quartile by household characteristics

Distribution des quartiles de revenu selon les caractéristiques des ménages

| | Income Quartiles — Quartiles de revenu | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--|-------|----------|------|-----------|------|-----------|------|------|------|
| | Bottom | | Second | | Third | | Top | | All | |
| | Inférieur | | Deuxième | | Troisième | | Supérieur | | Tous | |
| | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 | 1997 | 1998 |
| | % | | | | | | | | | |
| | regular home use households — ménages dont l'utilisation est régulière à domicile | | | | | | | | | |
| Education of household head | | | | | | | | | | |
| Less than high school | (10.2) | 15.7 | 9.5 | 9.9 | 7.7 | 9.5 | 5.4 | 5.4 | 7.0 | 8.0 |
| High school or college | 61.5 | 63.1 | 63.1 | 66.3 | 58.1 | 62.6 | 49.3 | 49.2 | 54.6 | 56.5 |
| University degree | 28.2 | 21.2 | 27.5 | 23.8 | 34.2 | 27.9 | 45.3 | 45.4 | 38.4 | 35.5 |
| Age of household head | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 44.9 | 43.7 | 39.9 | 34.0 | 27.9 | 27.1 | 18.2 | 18.9 | 26.4 | 25.4 |
| Age 35 to 54 | 40.4 | 42.2 | 42.4 | 46.0 | 57.5 | 57.1 | 67.9 | 66.5 | 59.2 | 59.0 |
| Age 55 to 64 | (7.9) | (7.4) | 9.6 | 11.7 | 9.6 | 10.3 | 10.6 | 11.5 | 10.0 | 10.9 |
| Age 65 and over | (6.8) | (6.7) | (8.1) | 8.3 | (4.9) | 5.6 | 2.7 | 3.0 | 4.4 | 4.8 |
| Family type | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 30.4 | 35.7 | 37.1 | 38.8 | 45.8 | 47.6 | 52.3 | 50.4 | 46.6 | 46.7 |
| Single-family, no <18 | 30.7 | 29.2 | 34.4 | 34.1 | 35.0 | 34.1 | 37.4 | 40.2 | 35.7 | 36.7 |
| One-person household | 27.4 | 26.7 | 18.5 | 21.3 | 12.3 | 14.3 | 4.9 | 4.5 | 10.7 | 11.4 |
| Multi-family household | (11.5) | 8.4 | 10.0 | 5.8 | 7.0 | 4.1 | 5.5 | 5.0 | 7.0 | 5.1 |
| | households regularly using from any point of use — ménages dont l'utilisation est régulière en tout lieu | | | | | | | | | |
| Education of household head | | | | | | | | | | |
| Less than high school | 13.3 | 18.3 | 11.4 | 12.2 | 9.7 | 10.9 | 6.5 | 6.3 | 8.9 | 9.7 |
| High school or college | 64.5 | 62.5 | 64.8 | 67.0 | 60.7 | 61.8 | 42.3 | 50.9 | 57.9 | 57.7 |
| University degree | 22.2 | 19.2 | 23.8 | 20.8 | 29.6 | 27.3 | 41.3 | 42.8 | 33.3 | 32.6 |
| Age of household head | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 47.8 | 47.3 | 39.0 | 37.4 | 29.7 | 28.1 | 20.0 | 19.9 | 28.6 | 27.7 |
| Age 35 to 54 | 38.7 | 39.2 | 45.1 | 46.2 | 57.2 | 58.2 | 67.3 | 65.7 | 58.0 | 57.9 |
| Age 55 to 64 | 7.7 | 7.1 | 9.1 | 10.5 | 9.3 | 9.2 | 10.3 | 11.7 | 9.5 | 10.4 |
| Age 65 and over | (5.9) | 6.3 | 6.8 | 5.9 | 3.8 | 4.5 | 2.4 | 2.8 | 3.9 | 4.1 |
| Family type | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 32.0 | 38.5 | 36.0 | 39.3 | 44.4 | 45.4 | 51.0 | 48.6 | 44.8 | 45.2 |
| Single-family, no <18 | 27.9 | 25.1 | 31.8 | 29.7 | 33.0 | 32.4 | 38.6 | 40.9 | 34.9 | 35.2 |
| One-person household | 27.2 | 27.1 | 23.3 | 24.5 | 16.5 | 17.7 | 5.3 | 5.2 | 13.6 | 14.0 |
| Multi-family household | 12.8 | 9.3 | 8.9 | 6.5 | 6.1 | 4.4 | 5.1 | 5.3 | 6.8 | 5.6 |
| | all households — tous les ménages | | | | | | | | | |
| Education of household head | | | | | | | | | | |
| Less than high school | 48.6 | 48.8 | 33.6 | 31.5 | 20.4 | 19.3 | 12.8 | 10.6 | 28.8 | 27.5 |
| High school or college | 44.8 | 45.7 | 56.9 | 58.5 | 62.4 | 62.6 | 55.2 | 54.5 | 54.8 | 55.3 |
| University degree | 6.6 | 5.5 | 9.5 | 10.0 | 17.4 | 18.1 | 32.2 | 34.9 | 16.4 | 17.2 |
| Age of household head | | | | | | | | | | |
| Less than age 35 | 24.1 | 22.4 | 22.3 | 22.0 | 24.2 | 23.0 | 18.1 | 19.3 | 22.2 | 21.9 |
| Age 35 to 54 | 28.2 | 27.0 | 33.6 | 35.8 | 49.8 | 52.2 | 63.9 | 62.0 | 43.9 | 44.3 |
| Age 55 to 64 | 12.7 | 12.6 | 14.2 | 15.0 | 13.8 | 13.0 | 12.6 | 13.5 | 13.3 | 13.5 |
| Age 65 and over | 35.1 | 38.1 | 30.0 | 26.2 | 12.2 | 11.9 | 5.5 | 5.2 | 20.7 | 20.3 |
| Family type | | | | | | | | | | |
| Single-family, with <18 | 23.2 | 22.4 | 27.4 | 27.7 | 39.5 | 39.5 | 47.5 | 46.5 | 34.4 | 34.1 |
| Single-family, no <18 | 23.0 | 25.3 | 42.6 | 40.4 | 40.0 | 39.2 | 41.9 | 42.5 | 36.9 | 36.9 |
| One-person household | 48.8 | 48.2 | 25.1 | 27.5 | 16.7 | 17.1 | 6.1 | 5.9 | 24.2 | 24.7 |
| Multi-family household | 5.1 | 4.1 | 4.8 | 4.5 | 3.8 | 4.1 | 4.5 | 5.1 | 4.6 | 4.4 |

Example (1998): Households where the head has a university degree are 17.2% of all households but 35.5% of home use households. They make up 34.9% of the top income quartile, but 45.4% of home use households in that quartile. — Exemple (1998) : Les ménages dont le chef a un diplôme universitaire représentent 17,2 % de tous les ménages, mais 35,5 % de tous les ménages utilisateurs à domicile. Ils représentent 34,9 % du quartile supérieur de revenu, mais 45,4 % des ménages utilisateurs à domicile dans ce quartile.

<18 = Unmarried children under age 18. — Enfants non mariés de moins de 18 ans.

() = Low reliability estimate due to sample size. — Estimation de faible fiabilité en raison de la taille de l'échantillon.

Feature Article

Étude spéciale

Challenges facing Canada's Internet service providers; A snapshot from a survey of ISPs

Norah Hillary and Gord Baldwin
 Service Industries Division
 Tel.: (613) 951-8711 or (613) 951-0407
 Fax: (613) 951-6696
 E-mail: hillnor@statcan.ca or baldgor@statcan.ca

Introduction

Internet Service Providers (ISPs) play an important role in connecting Canadians, individuals and businesses alike. They enable Canadians to participate and compete in the world of the Internet - the heart of the global information society. While it is generally understood that the industry is characterized by several large players, as well as many small firms for whom few barriers to entry and exit exist, relatively little is known about Canada's ISPs. Few studies have been undertaken on this emerging, competitive industry and the rapid entry and exit of firms compounds the problem of estimating the ISP population and its characteristics.

To address this information gap, the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997* was conducted by Statistics Canada on behalf of Industry Canada, in the spring of 1998. It was designed to collect information on the revenues, employment, product mixes, end-use markets, distribution channels, business practices and R&D activities of firms engaged in providing Internet access and/or other Internet services in Canada. Questionnaires were mailed to 675 ISPs and valid responses were received from 383 ISPs across the country (a response rate of 57%). Please see the methodology box for more information on the survey itself.

Due to its comprehensive nature, much can be learned from the survey's results as they provide a snapshot of the growing ISP industry in Canada. The scope of this paper will be limited to analysis of various characteristics of "primary ISPs", that is, those firms reporting that 50% or more of their revenues come from ISP activities. Consequently, this study does not address characteristics of FreeNets/Community Networks or other non-profit organizations that did not report revenue. Nor does it

Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI

Norah Hillary et Gord Baldwin
 Division des industries de service
 Téléphone : (613) 951-8711 ou (613) 951-0407
 Télécopieur : (613) 951-6696
 Courriel électronique : hillnor@statcan.ca ou baldgor@statcan.ca

Introduction

Les fournisseurs de services Internet (FSI) jouent un rôle essentiel pour ce qui est de connecter les Canadiens, qu'il s'agisse d'abonnements résidentiels ou commerciaux. Ils permettent aux Canadiens de se tailler une place dans le monde d'Internet – le cœur de la société mondiale de l'information – et d'y soutenir la concurrence. On sait, en règle générale, que l'industrie compte plusieurs intervenants de grande taille ainsi que de nombreuses petites entreprises pour lesquelles il n'y a que peu d'obstacles pour entrer sur le marché et en sortir. Toutefois, on a peu d'information sur les FSI canadiens. Peu d'études ont été réalisées sur ce nouveau secteur concurrentiel. De plus, l'apparition et la disparition rapides d'entreprises compliquent les choses quand il s'agit d'évaluer le nombre et les caractéristiques des FSI.

Afin de combler cette lacune en matière d'information, Statistique Canada a réalisé au printemps 1998 l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques* pour le compte d'Industrie Canada. L'enquête visait à colliger de l'information sur les revenus, l'emploi, la gamme de produits, les marchés d'utilisation finale, les canaux de distribution, les pratiques commerciales et les activités de R&D des entreprises qui offrent un accès Internet ou d'autres services Internet au Canada. Des questionnaires ont été envoyés à 675 FSI et 383 d'entre eux ont retourné un questionnaire valide, des quatre coins du Canada (soit un taux de réponse de 57 %). Veuillez consulter l'encadré sur la méthodologie pour en savoir plus sur l'enquête elle-même.

En raison de leur nature exhaustive, les résultats de l'enquête ont beaucoup à nous apprendre. Ils nous donnent en effet un aperçu du secteur en pleine évolution des FSI au Canada. Le présent document se limite à l'analyse de certaines caractéristiques des «FSI principaux», c'est-à-dire des entreprises dont 50 % ou plus des revenus proviennent d'activités de FSI. Par conséquent, la présente étude n'aborde pas les caractéristiques des libertels ou réseaux communautaires, ni d'autres organismes sans but lucratif qui n'ont pas déclaré de revenus provenant de ces activités. Elle n'examine

examine the large component of total ISP activity in Canada that is carried out by firms deriving less than 50% of their revenue from ISP activity (such as telephone carriers that offer ISP services). Also, large foreign ISPs offering Canadian access through local Canadian phone numbers, but without a server presence in Canada, are not covered by the survey.

The paper will look at challenges facing ISPs today including barriers to growth, competing in the Internet sector, complaints and practices regarding offensive content and conduct, as well as ISPs' perceptions of what is important to customers. These issues will be analysed after classifying ISPs into four different size categories, based on ISP revenue. This will enable one to see any differences in perception or conduct between ISPs of varying sizes.

What are Internet Service Providers (ISPs)?

Internet Service Providers (ISPs) are companies or organizations that act as gateways through which businesses, individuals and organizations can access the World Wide Web. An ISP maintains a network linked to the Internet via a high-speed communication line and offers connections to the Internet for their clients.

In addition, ISPs can provide other services such as web hosting and proprietary online services. The web hosting service enables clients to post Internet-accessible web pages on the ISP's web server. As well, proprietary online services are custom services also offered by some ISPs, but only to their subscribers.

Fees for the services of ISPs depend on several factors. They can vary by region. They can also depend on the type of connection, modem speed and level of service being asked for. In some cases, the fee is a flat monthly or annual rate for which customers face no limits on connection time. Other ISPs are known to charge by the hour for time in which the user is connected.

pas non plus la vaste composante de l'activité totale de FSI au Canada qui revient à des entreprises qui tirent moins de 50 % de leurs revenus des activités de FSI (notamment, les télécommunicateurs qui offrent des services de FSI). L'étude ne tient pas non plus compte des grands FSI étrangers qui offrent un accès Internet au Canada grâce à des numéros de téléphone locaux, sans que le serveur ne se trouve au Canada.

Le présent document examine les enjeux auxquels sont confrontés les FSI aujourd'hui, notamment les obstacles à la croissance, la concurrence dans Internet, les plaintes et les pratiques concernant une conduite et un contenu offensants ainsi que la façon dont les FSI perçoivent ce qui est important pour leurs clients. Nous analyserons ces points après avoir réparti les FSI en quatre catégories de taille, d'après leurs revenus, ce qui nous permettra de voir les différences de perception ou de conduite entre les FSI de différentes tailles.

Que sont les fournisseurs de services Internet (FSI)?

Les fournisseurs de services Internet (FSI) sont des entreprises ou des organismes qui font office de porte d'entrée et grâce auxquels les entreprises, les particuliers et les organismes peuvent avoir accès au Web. Un FSI entretient un réseau lié à Internet au moyen d'une ligne de communication à haute vitesse et offre des connexions à Internet à ses clients.

De plus, les FSI offrent d'autres services comme l'accueil de sites Web et des circuits spécialisés. Le service d'accueil de sites Web permet aux clients d'afficher des pages Web sur Internet, sur le serveur Web du FSI. De même, les circuits spécialisés sont des services personnalisés qu'offrent certains FSI à leurs abonnés uniquement.

Les frais de service des FSI dépendent de plusieurs facteurs et varient d'une région à l'autre. Ils dépendent aussi du type de connexion, de la vitesse du modem et du niveau de service demandé. Dans certains cas, il s'agit d'un forfait mensuel ou annuel dans le cadre duquel les clients bénéficient d'un temps d'utilisation illimité. D'autres FSI facturent le compte de leurs clients à l'heure, en fonction de la durée de la connexion.

Respondent Distribution

Of the 383 respondents to the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997*, 354 identified themselves as for-profit organizations, while 29 were either FreeNets/Community Networks or other non-profit organizations.

Respondents were asked to report the proportion of operating revenues that they derived from ISP activities, with results ranging from less than 1% of total operating revenue to as much as 100%. Based on this information, the 383 ISPs can be broken down into two categories:

- i) Primary ISPs: these are firms that derive 50% or more of their total operating revenue from the provision of ISP services.

Distribution des répondants

Sur les 383 répondants à l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques*, 354 se sont présentés comme des organismes à but lucratif, alors que 29 d'entre eux étaient des réseaux libéraux ou communautaires ou encore d'autres organismes sans but lucratif.

On a demandé aux répondants d'indiquer la proportion de revenus d'exploitation provenant d'activités de FSI. Les résultats vont de moins de 1 % à 100 % du total des revenus d'exploitation. Compte tenu de ces données, les 383 FSI se classent en deux catégories :

- i) Les FSI principaux. Il s'agit des entreprises qui tirent 50 % ou plus du total de leurs revenus d'exploitation de la prestation de services de FSI.

Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997

The Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 was conducted by Statistics Canada on behalf of Industry Canada in the spring of 1998. A comprehensive questionnaire was designed to collect statistical information on the revenues, employment, product mixes, end-use markets, distribution channels, business practices and R&D activities of firms engaged in providing Internet access and/or other Internet services in Canada.

More specifically, in addition to questions on organizational and financial aspects of the firms (their revenues, expenses, employment, client groups), multi-part questions related to ISP activities were included. They asked about: revenue sources specific to ISP activities; customers; residential/business subscription packages; value-added services included for free vs additional fee; type of electronic commerce products and services provided; network capacity and customer usage; dial-up service and connection options; content provision; corporate policies; trade association membership; strategic alliances; and R&D activities. ISPs were also asked about their perceptions of factors impeding growth, competing in the Internet sector, customer preferences, and offensive content and conduct. For these questions, the ISPs' perception ratings of 1-5 were grouped into high (4 and 5), medium (3) and low (1 and 2) categories for analysis.

Survey Methodology

Target Population

The survey's target population consisted of all firms providing Internet access and/or other Internet services in Canada. Industry Canada compiled a database of all known ISPs after an extensive telephone campaign determined which firms did, in fact, provide such services. Statistics Canada created the survey frame from the database of 675 ISPs provided by Industry Canada. This was believed to be the most complete list of firms engaged in ISP activity in Canada and included for-profit organizations as well as FreeNets and other not-for-profit organizations. The survey goal was to compile information for all firms providing Internet access and/or other Internet services in Canada, regardless of the proportion of revenue derived from ISP activity. Increasingly, provision of Internet services is becoming an activity in which many varied types of firms engage, hence muddying the notion of the ISP "industry".

Estimation and Data Quality

The statistics contained in the Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 cannot be used to derive industry-level estimates because they are not derived from a representative sample survey, but instead, are based on a database of all known ISPs. Consequently, all estimates are based solely on the responses received from the survey.

Questionnaires were mailed to 675 ISPs and valid responses were received from 383 ISPs across the country (a response rate of 57%). While this is a good proportion of the frame, it is not necessarily representative of the entire ISP population. For example, many large ISP players did not participate. The non-response may vary, not only by the size of firm, but also geographically across the country. The impact of this on the data is: under-representation of totals and possible introduction of bias for characteristics data (e.g., geared towards small and medium-sized ISPs in those parts of the country from which more responses were received).

For more information ...

Preliminary results from the Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997 have been posted on Industry Canada's website at <http://strategis.ic.gc.ca/SSG/it05088e.html>. For more information or to enquire about the concepts, methods and data quality of the survey, contact Norah Hillary (613) 951-8711; hillnor@statcan.ca, Services Industries Division, Statistics Canada.

Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet (FSI) et de services informatiques

L'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet (FSI) et de services informatiques a été réalisée par Statistique Canada pour le compte d'Industrie Canada, au printemps 1998. Un questionnaire complet a été élaboré pour colliger des données statistiques sur les revenus, l'emploi, la gamme de produits, les marchés d'utilisation finale, les canaux de distribution, les pratiques commerciales et les activités de R&D des entreprises offrant un accès Internet et d'autres services Internet au Canada.

Plus précisément, outre les questions sur les aspects organisationnels et financiers des entreprises (leurs revenus, leurs dépenses, l'emploi, les groupes de clients), il y avait aussi des questions à plusieurs parties sur les activités de FSI. Ces questions portaient sur les points suivants : sources de revenus propres aux activités de FSI, clients, forfaits d'abonnement résidentiels et commerciaux, services à valeur ajoutée gratuits ou moyennant des frais supplémentaires, type de produits et services de commerce électronique offerts, capacité du réseau et utilisation par les clients, accès commuté et possibilités de connexion, disposition quant au contenu, politiques des entreprises, adhésion à une association professionnelle, alliances stratégiques et activités de R&D. On a aussi demandé aux FSI quelles étaient leurs perceptions pour les points suivants : facteurs qui freinent la croissance, concurrence dans le secteur Internet, préférences des clients et conduite et contenu offensants. Pour ces questions, la perception des FSI était évaluée sur une échelle de 1 à 5, où 4-5 correspondaient à la catégorie élevée, 3, à la catégorie moyenne et 1-2, à la catégorie faible.

Méthodologie de l'enquête

Population cible

La population cible de l'enquête se composait de toutes les entreprises offrant un accès Internet et/ou d'autres services Internet au Canada. Industrie Canada a compilé une base de données de tous les FSI connus après qu'une campagne téléphonique de grande envergure eut permis de déterminer quelles entreprises offraient, en fait, ces services. Statistique Canada a créé le cadre de l'enquête à partir de la base de données de 675 FSI fournies par Industrie Canada. On pensait que cette base de données était la liste la plus complète d'entreprises qui offraient des services de FSI au Canada. Elle comprenait des organismes à but lucratif ainsi que des libéraux et d'autres organismes sans but lucratif. L'enquête visait à compiler l'information pour toutes les entreprises offrant un accès Internet et/ou d'autres services Internet au Canada, quelle que soit la part de revenus tirés d'activités de FSI. De plus en plus, la prestation de services Internet devient une activité dans laquelle s'engagent différents types d'entreprises, rendant ainsi encore plus confuse la notion d'«industrie» liée aux FSI.

Estimation et qualité des données

Les statistiques de l'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques ne peuvent servir à faire des estimations au niveau de l'industrie parce qu'elles ne proviennent pas d'un échantillon représentatif mais s'appuient plutôt sur une base de données de tous les FSI connus. Par conséquent, toutes les estimations reposent uniquement sur les réponses reçues dans le cadre de l'enquête.

Les questionnaires ont été envoyés à 675 FSI et 383 FSI ont retourné des réponses valides des quatre coins du Canada (soit un taux de réponse de 57 %). Ce pourcentage est bon mais n'est pas forcément représentatif de tous les FSI. Par exemple, plusieurs FSI importants n'ont pas participé à cette enquête. Les FSI qui n'ont pas répondu varient non seulement par la taille mais aussi par la région géographique. Ces écarts entraînent une sous-représentation des totaux et la possibilité de voir apparaître des erreurs systématiques pour ce qui est des données sur les caractéristiques (par ex., tissu constitué de PME dans les régions du pays où le taux de réponse a été le plus élevé).

Pour en savoir plus ...

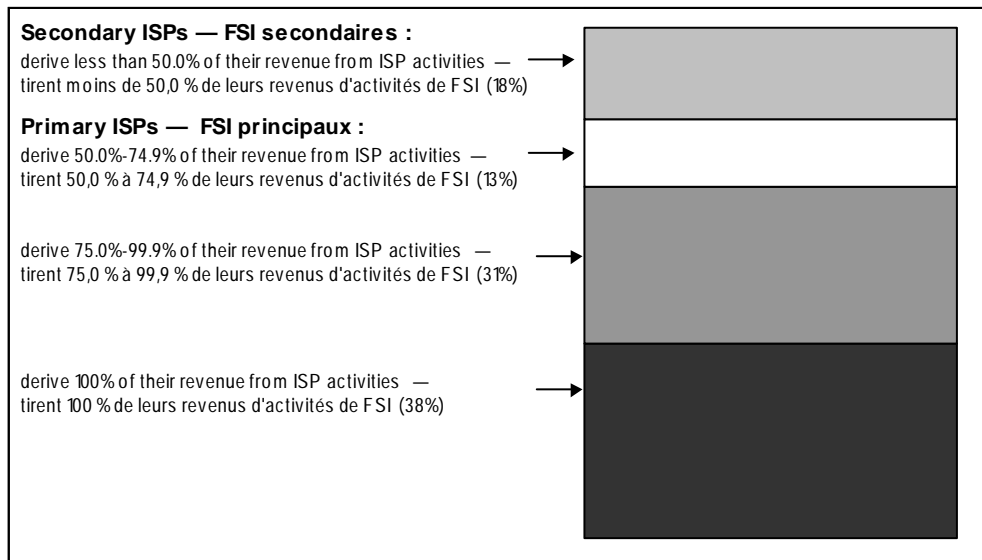
Les résultats préliminaires de l'Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques sont affichés sur le site Web d'Industrie Canada : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it05088f.html>. Pour en savoir plus ou pour s'informer sur les concepts, les méthodes et la qualité des données de l'enquête, contacter Norah Hillary, au (613) 951-8711; hillnor@statcan.ca, Division des industries de service, Statistique Canada.

ii) Secondary ISPs: these are firms that derive less than 50% of their total operating revenue from the provision of ISP services.

Chart 1 shows the distribution of respondents according to the proportion of their revenue derived from ISP activities.

This study will look only at primary ISPs, that is, the 308 firms that rely mainly on ISP revenue.

Chart 1. Distribution of ISPs by percentage of their revenues that they derived from ISP activities in 1997



Firm Size Distribution

Firms with low revenues from ISP activities were more likely to fall into the primary ISP category, while firms with large ISP revenues were more likely to be in the secondary ISP category. This might be expected; although the provision of Internet services may be a secondary activity for “secondary ISPs”, these firms earn a major share of all ISP revenues in Canada. This inverse relationship results from the large firms having different characteristics than the smaller firms. For example, larger, more diversified firms may be able to subsidize their ISP activities with revenues derived from other activities, such as telephone or cable services, or even cybercafés. On the other hand, smaller firms tend to have fewer customers, and often target niche markets rather than adopt strategies to capture greater market share.¹

¹ “One of the ways smaller ISPs have been successful is through offering niche services with added value”, *Globe and Mail*, October 15, 1998, page B14.

ii) Les FSI secondaires. Il s’agit des entreprises qui tirent moins de 50 % du total de leurs revenus d’exploitation de la prestation de services de FSI.

Le graphique 1 indique la distribution des répondants selon la proportion de leurs revenus provenant d’activités de FSI.

La présente étude examinera uniquement les principaux FSI, c’est-à-dire les 308 entreprises qui tirent la plus grande part de leurs revenus d’activités de FSI.

Graphique 1. Distribution des FSI en pourcentage des revenus tirés d’activités de FSI en 1997

Distribution selon la taille des entreprises

Les entreprises qui tirent de faibles revenus de leurs activités de FSI étaient plus susceptibles de se classer dans la catégorie des FSI principaux, alors que les entreprises dont les revenus d’activités de FSI sont élevés étaient plus susceptibles de se classer dans la catégorie des FSI secondaires. On pouvait s’y attendre. Même si la prestation de services Internet peut être une activité secondaire pour les «FSI secondaires», ces entreprises gagnent une très grosse part des revenus provenant d’activités de FSI au Canada. Ce rapport inverse est dû au fait que les grandes entreprises ont des caractéristiques différentes des entreprises plus petites. Par exemple, des entreprises plus grandes et plus diversifiées pourront subventionner leurs activités de FSI grâce aux revenus tirés d’autres activités, notamment services téléphoniques ou de câblodistribution ou même cybercafés. D’autre part, les entreprises plus petites tendent à avoir moins de clients. Elles exercent souvent leurs activités sur des marchés à créneaux cibles plutôt que d’adopter des stratégies pour capturer une plus grande part de marché¹.

¹ «One of the ways smaller ISPs have been successful is through offering niche services with added value», *Globe and Mail*, 15 octobre 1998, page B14.

Table 1 categorizes the 308 respondents classified as primary ISPs into four ISP revenue groups. These ISP revenue group breakdowns were chosen to facilitate comparisons with Industry Canada studies that consider both primary and secondary ISPs.²

Table 1. Distribution of ISPs in 1997, by revenue group

| ISP Revenue Group | Revenues from ISP activities | Primary ISPs — FSI principaux | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------|---------------------------------------|
| | | Number — Nombre | % Distribution — Distribution en % |
| Catégorie de revenus des FSI | Revenus tirés d'activités de FSI | | |
| Micro — Micro-entreprises | Less than \$50,000 — Moins de 50 000 \$ | 60 | 19 |
| Small — Petites entreprises | \$50,000 to \$249,999 — 50 000 \$ à 249 999 \$ | 128 | 42 |
| Medium — Moyennes entreprises | \$250,000 to \$999,999 — 250 000 \$ à 999 999 \$ | 81 | 26 |
| Large — Grandes entreprises | \$1,000,000 or more — 1 000 000 \$ ou plus | 39 | 13 |
| | | 308 | 100 |

While regional breakdowns of the data are possible (Atlantic, Quebec, Ontario, Prairies, BC/Territories), they go beyond the scope of this paper which will look at the national picture.

Barriers to Growth

ISPs were asked about the extent to which various factors impede the growth of their Internet services. For each of twelve potential factors, respondents were asked whether the factor was a high, medium or low barrier to their growth. Table 2 shows the proportion of ISPs that consider various factors to be high barriers to growth, and breaks the results down by size of ISP.

Most ISPs perceived that the cost of dial-up lines (reported by 68%) and the cost of leased lines from upstream providers (61%) were major impediments to growth. Small-sized companies (those with ISP revenues from \$50,000 to \$249,999) were likelier to perceive these factors as high barriers to growth than other ISPs. For the micro and small firms, 70% and 77% respectively, ranked the cost of dial-up lines to be a high barrier. Meanwhile, only 62% of medium firms and 45% of large firms (with ISP revenues of \$1 million or more) reported this to be the case.

It is interesting to note that the large ISPs rated delays in obtaining facilities from telephone or cable companies as their highest barrier to growth, rating it even higher than

² For more information, please visit Industry Canada's website at <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it05088e.html>.

Le Tableau 1 classe les 308 répondants considérés comme des FSI principaux en quatre catégories de revenus. Cette distribution des FSI par catégorie de revenus a été choisie pour faciliter les comparaisons avec les études d'Industrie Canada qui tiennent compte aussi bien des FSI principaux que secondaires².

Tableau 1. Distribution des FSI en 1997, par catégorie de revenus

Ces données peuvent être classées par région (Atlantique, Québec, Ontario, Prairies, C.-B./Territoires). Toutefois, elles dépassent le cadre du présent document qui ne tiendra compte que de la vision nationale.

Obstacles à la croissance

On a demandé aux FSI dans quelle mesure différents facteurs freinaient la croissance de leurs services Internet. Pour chacun des douze facteurs éventuels, on a demandé aux répondants si le facteur était un obstacle majeur, modéré ou mineur à leur croissance. Le Tableau 2 indique la proportion des FSI qui considèrent les différents facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance et répartit les résultats selon la taille des FSI.

Pour la plupart des FSI, le coût des lignes commutées (mentionné par 68 % des répondants) et le coût des lignes louées des fournisseurs en amont (61 %) sont des obstacles majeurs à la croissance. Les petites entreprises (celles dont les revenus d'activités de FSI vont de 50 000 \$ à 249 999 \$) étaient plus susceptibles de percevoir ces facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance que les autres FSI. Les micro- et les petites entreprises, 70 % et 77 % respectivement, ont classé le coût des lignes commutées comme un obstacle majeur. Parallèlement, seulement 62 % des entreprises de taille moyenne et 45 % des grandes entreprises (ayant des revenus d'activités de FSI de 1 million de dollars ou plus) ont mentionné ce point comme étant un obstacle majeur.

Il est intéressant de constater que les FSI qui sont de grandes entreprises ont indiqué les retards dans l'obtention des installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution comme

² Pour en savoir plus, visitez le site Web d'Industrie Canada : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it05088f.html>.

the cost of dial-up lines. By comparison, the delays in obtaining facilities ranked further down the list of barriers for micro and small ISPs (Appendix table 1). This suggests that micro and small ISPs have barriers to growth more related to concerns regarding costs (cost of dial-up lines, access to financing, and costs of leased lines from upstream providers). Such costs may be relatively prohibitive to small ISPs due to their low revenues. By contrast, large ISPs appear better able to absorb these costs.

Overall, ISP respondents also perceived access to financing (reported by 48%), delays in obtaining facilities from a telephone or cable company (46%), and competition (41%) as high barriers to growth. As might be expected, access to financing ranked higher as a barrier to growth for micro-to medium-sized ISPs than it did for large ISPs.

l'obstacle le plus important à la croissance. Cet obstacle était encore plus important que le coût des lignes commutées. Par contre, les retards dans l'obtention d'installations se trouvaient bien plus loin sur la liste des obstacles des petits et des micro-FSI (Tableau 1 figurant en annexe), ce qui suggère que les obstacles à la croissance des petits et des micro-FSI sont plus liés à des préoccupations concernant les coûts (coût des lignes commutées, accès au financement et coût des lignes louées des fournisseurs en amont). Ces coûts peuvent être relativement prohibitifs pour les petits FSI en raison de leurs faibles revenus. Par contre, les grands FSI semblent mieux en mesure d'absorber ces coûts.

Dans l'ensemble, les FSI ont aussi perçu l'accès au financement (mentionné par 48 % des répondants), les retards dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution (46 %) et la concurrence (41 %) comme des obstacles majeurs à la croissance. Comme on pouvait s'y attendre, l'accès au financement est un obstacle plus important à la croissance pour les FSI de taille micro à moyenne que pour les grands FSI.

Table 2. Proportion of ISPs citing various factors as high barriers to growth

Tableau 2. Proportion des FSI citant différents facteurs comme des obstacles majeurs à la croissance

| | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | |
|--|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|
| | Micro Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| | % | | | | | |
| Barrier | | | | | | Obstacles |
| Cost of dial-up lines | 70 | 77 | 62 | 45 | 68 | Coût des lignes commutées |
| Cost of leased lines from upstream providers | 54 | 70 | 60 | 42 | 61 | Coût des lignes louées des fournisseurs en amont |
| Access to Financing | 62 | 49 | 45 | 26 | 48 | Accès au financement |
| Delays in obtaining facilities from telephone or cable cos. | 33 | 46 | 54 | 48 | 46 | Retards dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone et de câblodistribution |
| Competition | 47 | 48 | 29 | 39 | 41 | Concurrence |
| Delays in obtaining facilities from backbone suppliers | 22 | 27 | 34 | 39 | 29 | Retards dans l'obtention d'installations des fournisseurs faisant partie du réseau national d'interconnexion |
| Regulatory environment | 27 | 24 | 30 | 35 | 27 | Milieu de la réglementation |
| Lack of qualified staff | 18 | 13 | 29 | 22 | 19 | Pénurie de personnel qualifié |
| Business management | 11 | 13 | 26 | 16 | 17 | Gestion des affaires |
| Threat of litigation | 2 | 2 | 15 | 0 | 5 | Menace de litige |
| Lack of on-line security | 4 | 5 | 3 | 0 | 4 | Absence de sécurité en ligne |
| Lack of on-line privacy | 4 | 5 | 2 | 0 | 3 | Absence de protection de la vie privée en ligne |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 1. — **Remarque:** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 1 figurant en annexe.

The relatively low ranking ISPs gave to the regulatory environment as a barrier to growth is understandable, given that the industry has largely been self-regulated and has supported the absence of government interference.³ Only 27% of respondents ranked the regulatory environment as a high barrier to growth (this proportion is unlikely to increase in the future due to the CRTC decision in May 1999 not to regulate the industry).⁴ There was a correlation between size of ISP and concern about the regulatory environment. The larger the ISP, the greater the likelihood that the regulatory environment was perceived to be a high barrier to growth.

While threat of litigation, lack of on-line security and lack of on-line privacy ranked consistently at the end of the list of these barriers to growth choices, it is interesting to note that there were no large ISPs rating any of these as a high barrier to growth. This could indicate that ISPs feel that the technical issues related to on-line security and privacy have been resolved and future problems can be overcome. Perhaps on-line security is not a major issue to ISPs because they may consider it an issue of communication between the consumer (using a browser software) and the business web site, and that such communication can be made secure by using appropriate encryption software.

Even the micro, small and medium ISPs rated lack of on-line security and privacy as low barriers to growth. Nevertheless, as will be demonstrated later in the article, protection of personal information, on-line privacy and security, and data and transaction security are being highly emphasized in planning for the future. This suggests that ISPs acknowledge the importance of privacy and security issues, but for the present feel that the technical issues have been addressed adequately and therefore, do not pose a significant barrier to growth. This should be encouraging to ISP customers concerned about on-line security and privacy.

Le fait que les FSI considèrent le milieu de la réglementation comme un obstacle relativement mineur à la croissance est compréhensible, compte tenu du fait que l'industrie est en grande part autoréglementée et se passe de l'intervention du gouvernement³. Seulement 27 % des répondants ont indiqué que le milieu de la réglementation constituait un obstacle majeur à la croissance (il est peu probable que cette proportion augmente à l'avenir en raison de la décision du CRTC, en mai 1999, de ne pas réglementer l'industrie)⁴. Il y a une corrélation entre la taille des FSI et leurs préoccupations pour ce qui est du milieu de la réglementation. Plus les FSI sont grands, plus grande est la probabilité qu'ils perçoivent le milieu de la réglementation comme un obstacle majeur à la croissance.

La menace de litige, l'absence de sécurité et de protection de la vie privée en ligne arrivent constamment à la fin de cette liste d'obstacles à la croissance. Toutefois, il est intéressant de constater qu'aucun FSI de grande taille ne considère aucun de ces points comme un obstacle majeur à la croissance, ce qui pourrait indiquer que, pour les FSI, les questions techniques liées à la sécurité et à la protection de la vie privée en ligne ont été résolues et que les problèmes ultérieurs pourront être surmontés. Peut-être aussi que la sécurité en ligne n'est pas un problème essentiel pour les FSI parce qu'ils considèrent qu'il s'agit d'un problème de communication entre le consommateur (qui utilise un logiciel de navigation) et le site Web de l'entreprise, et que ces communications peuvent avoir lieu en toute sécurité en utilisant un logiciel adapté de chiffrement.

Même les micro-, les petites et les moyennes FSI ont indiqué que la sécurité et la protection de la vie privée en ligne étaient des obstacles mineurs à la croissance. Toutefois, comme nous le démontrerons plus loin dans cet article, on met particulièrement l'accent sur la protection des renseignements personnels, la protection de la vie privée et la sécurité en ligne ainsi que sur la sécurité des données et des transactions dans la planification de l'avenir, ce qui suggère que les FSI reconnaissent l'importance des questions de protection de la vie privée et de sécurité mais sentent que pour l'instant les problèmes techniques ont été réglés adéquatement et, par conséquent, ne représentent pas un obstacle significatif à la croissance. Cette vision devrait être encourageante pour les clients des FSI qui se préoccupent de la sécurité et de la protection de la vie privée en ligne.

³ The Canadian Association of Internet Providers (CAIP) press release, February 4, 1999, "The U.S. experience has shown that voluntary methods of regulating the Internet industry - instead of a patchwork of government laws - are often more effective because self-regulation stimulates strong competitive pressure among service suppliers to meet customer demands for a more private and secure environment. CAIP continues to work with other countries to advance self-regulatory practices and policies worldwide."

⁴ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission news release, May 17, 1999 "CRTC will not regulate the Internet".

³ Communiqué de presse de l'Association canadienne des fournisseurs Internet du 4 février 1999. «L'expérience des États-Unis montre que des méthodes volontaires de réglementation d'Internet, plutôt qu'un ensemble de lois gouvernementales disparates, sont souvent plus efficaces du fait que l'autoréglementation stimule une forte pression concurrentielle entre les fournisseurs de services pour répondre à la demande des clients qui veulent un environnement plus privé et plus sûr. L'ACFI continue de collaborer avec d'autres pays pour faire avancer les pratiques et les politiques d'autoréglementation aux quatre coins du monde.»

⁴ Communiqué de presse du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes du 17 mai 1999. «Le CRTC ne réglementera pas Internet.»

Competition in the Internet Sector

The ISPs were asked to rate their ability to compete, in various manners, in the Internet provider sector. The results are shown in Table 3. ISPs felt best able to compete on the quality of their products and services. Over three-quarters of ISPs ranked their competitiveness in this regard as high. Confidence with respect to quality was especially high for medium- and large-sized ISPs. ISPs also have a high opinion of the service they offer to the public. When asked about their ability to compete based on customer service, 73% of ISPs rated themselves as high. Again, this confidence was especially high for medium- and large-sized ISPs. Still, over half of the smallest ISPs (53%) rated their ability to compete on the basis of customer service as high.

By contrast, ISPs are least confident in their abilities in R&D and introducing new products. While the rest of the world may look upon ISPs as being on the cutting edge of new technology, they appear to have a different view of themselves. Only 36% perceive that they have a high ability to compete on the basis of the frequency of introducing new products and/or services. Similarly, only 33% of the ISPs rate as high their ability to compete on research and development (R&D). This view is relatively stable across all size groups of ISPs.

Table 3. Proportion of ISPs which perceive their ability to compete is high, by various aspects of competitiveness

| | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | |
|--|--|---------------------|----------------------|---------------------|--------------|--|
| | Micro-entreprises | Petites entreprises | Moyennes entreprises | Grandes entreprises | Tous les FSI | |
| | % | | | | | |
| Ability to compete on: | | | | | | Aptitude à soutenir la concurrence dans les domaines suivants : |
| Quality of product and services | 67 | 74 | 81 | 90 | 77 | Qualité des produits et services |
| Customer service | 53 | 73 | 85 | 78 | 73 | Services à la clientèle |
| Skill levels of employees | 54 | 66 | 75 | 71 | 67 | Niveaux des compétences des employés |
| Price of products and services | 59 | 59 | 50 | 65 | 57 | Prix des produits et services |
| Retaining qualified personnel | 31 | 43 | 69 | 75 | 52 | Conserver du personnel qualifié |
| Attracting qualified personnel | 24 | 38 | 55 | 69 | 44 | Attirer du personnel qualifié |
| Costs of production | 39 | 43 | 44 | 41 | 42 | Coûts de production |
| Labour relations | 24 | 39 | 53 | 55 | 42 | Relations de travail |
| Frequency of introducing new products/services | 28 | 35 | 40 | 45 | 36 | Fréquence de lancement de nouveaux produits et services |
| Research and development | 31 | 30 | 39 | 32 | 33 | Recherche et développement |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 2. — **Remarque:** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 2 figurant en annexe.

Concurrence dans le secteur Internet

On a demandé aux FSI d'évaluer leur aptitude à soutenir la concurrence, à différents égards, dans le secteur de la fourniture de services Internet. Les résultats sont indiqués dans le Tableau 3. Les FSI sont le mieux à même de soutenir la concurrence pour ce qui est de la qualité de leurs produits et services. Plus des trois quarts des FSI ont indiqué que leur compétitivité à cet égard était élevée. La confiance pour ce qui est de la qualité est particulièrement élevée pour les FSI de taille moyenne et de grande taille. Les FSI ont aussi une haute opinion du service qu'ils offrent au public. Quand on leur pose des questions sur leur aptitude à soutenir la concurrence pour ce qui est du service à la clientèle, 73 % des FSI ont évalué cette aptitude comme étant élevée. Une fois encore, la confiance est particulièrement élevée pour les FSI de taille moyenne et de grande taille. Pourtant, plus de la moitié des plus petits FSI (53 %) ont évalué leur aptitude à soutenir la concurrence sur la base du service à la clientèle comme étant élevée.

Par contre, la confiance des FSI est moins grande quand il s'agit de R&D et de lancer de nouveaux produits. Le reste du monde considère les FSI comme étant à la fine pointe des nouvelles technologies. Mais les FSI ne se perçoivent pas ainsi. Seulement 36 % d'entre eux perçoivent qu'ils ont une aptitude élevée à soutenir la concurrence pour ce qui est de la fréquence de lancement de nouveaux produits ou services. De même, seulement 33 % des FSI indiquent que leur aptitude à soutenir la concurrence pour ce qui est de la recherche et du développement (R&D) est élevée. Cette vision est relativement stable pour les FSI de toutes tailles.

Tableau 3. Proportion des FSI qui perçoivent leur aptitude à soutenir la concurrence dans différents domaines comme étant élevée

On the human resource front there were some noticeable differences based on the size of the provider. Only 24% of the smallest ISPs felt that their ability to attract qualified personnel was high. By contrast, 69% of the largest ISPs gave themselves high marks in this area. A very similar distribution was found when the ISPs were asked to rate their ability to retain qualified personnel. The smaller the ISPs, the less confident they were in their ability to retain qualified employees. This could be due, in part, to the nature of (that is, the relative ease in setting up and maintaining) an ISP business. As a result, some smaller ISPs may have neither the need nor the desire to attract and retain additional skilled personnel.⁵

While Table 3 showed the ISPs' self-assessment of their ability to compete, ISPs were also asked about how they intend to compete in the future, and how much their company was emphasizing some specific issues in planning for the future. The results are shown in Table 4.

Table 4. Proportion of ISPs that, in planning for the future, expect to place high emphasis on various issues

| | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | |
|--|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| | Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| | | | | | | % |
| Issue: | | | | | | Question : |
| Skill levels of employees | 38 | 55 | 76 | 81 | 61 | Niveau des compétences des employés |
| Data transaction and security | 51 | 58 | 66 | 63 | 59 | Sécurité des données et des transactions |
| Protection of personal information | 49 | 52 | 64 | 55 | 55 | Protection des renseignements personnels |
| Training of employees | 31 | 47 | 66 | 77 | 53 | Formation des employés |
| Ability to retain qualified personnel | 24 | 36 | 71 | 72 | 47 | Aptitude à conserver du personnel qualifié |
| On-line privacy and security | 38 | 46 | 51 | 42 | 45 | Protection de la vie privée et sécurité en ligne |
| Access to low-cost financial capital | 46 | 44 | 43 | 36 | 43 | Accès à du capital à moindre coût |
| Ability to attract qualified personnel | 18 | 30 | 56 | 50 | 37 | Aptitude à attirer du personnel qualifié |
| Ability to conduct R & D | 29 | 25 | 52 | 33 | 34 | Aptitude à se livrer à des activités de R & D |
| Expanding into new geographic markets | 26 | 25 | 36 | 58 | 32 | Expansion sur de nouveaux marchés géographiques |
| Financial assistance from government | 30 | 25 | 34 | 24 | 28 | Aide financière du gouvernement |
| Innovative compensation packages for staff | 20 | 14 | 40 | 41 | 26 | Rémunération novatrice pour le personnel |
| Cutting labour costs | 9 | 21 | 26 | 35 | 22 | Réduction des coûts de main-d'oeuvre |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 3. — **Remarque :** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 3 figurant en annexe.

Pour ce qui est des ressources humaines, on constate des différences notables selon la taille des fournisseurs. Seulement 24 % des FSI les plus petits ont le sentiment que leur aptitude à attirer du personnel qualifié est élevée. Par contre, 69 % des FSI les plus grands se sont donné des notes élevées dans ce domaine. La distribution était très similaire quand on a demandé aux FSI d'évaluer leur aptitude à conserver du personnel qualifié. Plus les FSI sont de petites tailles, moins ils sont convaincus de pouvoir conserver du personnel qualifié. Ceci est peut-être dû, en partie, à la nature des FSI (c'est-à-dire, à la relative facilité avec laquelle on peut créer et exploiter un FSI). Par conséquent, certains des plus petits FSI n'ont peut-être ni le besoin, ni le désir d'attirer et de conserver du personnel qualifié supplémentaire⁵.

Le Tableau 3 indique comment les FSI évaluent leur aptitude à soutenir la concurrence. On leur a aussi demandé de quelle façon ils avaient l'intention de soutenir cette concurrence à l'avenir et dans quelle mesure leur entreprise mettait l'accent sur des questions spécifiques pour la planification de l'avenir. Les résultats sont indiqués dans le Tableau 4.

Tableau 4. Proportion des FSI qui s'attendent à accorder une attention soutenue à différentes questions à l'avenir

⁵ As evidenced by the fact that about one-third of micro-sized ISPs reported these personnel-related questions were "not applicable" (see Appendix table 2).

⁵ Comme l'indique le fait qu'environ un tiers des micro-FSI ont indiqué que les questions liées au personnel «ne s'appliquaient pas» (voir le Tableau 2 figurant en annexe).

In planning for the future, ISPs expect to place especially high emphasis on the skill levels of their employees. 61% of ISPs perceive this to be a high priority - indeed, at least three-quarters of medium- and large-sized ISPs feel this way. To improve the skills of their workforce, many ISPs intend to place high emphasis on training their employees. Again, there is a strong link between size of ISP and training intentions, with larger ISPs placing the highest emphasis on training. This could be due to their larger workforces and the higher likelihood that large firms have corporate policies supportive of employee training.

In addition to these workforce issues, there are other factors that ISPs expect to focus on. 59% of ISPs plan to put high emphasis on data and transaction security. Another area that is expected to receive high emphasis is the protection of personal information.

Customer Preferences

Providers were asked to rate the importance to their customers of various services. Table 5 shows what matters to customers, as perceived by ISPs. ISPs reported that what matters most to their customers is the availability of customer support (87% reported this to be of high importance to customers), and the absence of busy signals (85%), and dropped lines (80%). There were no obvious patterns, by firm size, for these three customer preference categories.

Table 5. Proportion of ISPs perceiving that their customers attach high importance to various types of services

| | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | |
|------------------------------------|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| | Micro Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| | | | | | | |
| | | | % | | | |
| Type of service: | | | | | | Type de services : |
| Customer support | 80 | 85 | 94 | 91 | 87 | Soutien à la clientèle |
| No busy signals | 78 | 86 | 89 | 83 | 85 | Absence de tonalité d'occupation |
| No dropped lines | 71 | 85 | 83 | 77 | 80 | Absence de lignes abandonnées |
| Protection of personal information | 63 | 49 | 58 | 66 | 56 | Protection des renseignements personnels |
| On-line privacy and security | 48 | 29 | 39 | 46 | 38 | Protection de la vie privée et sécurité en ligne |
| Value-added services | 33 | 29 | 53 | 34 | 37 | Services à valeur ajoutée |
| Data and transaction security | 35 | 26 | 44 | 40 | 34 | Sécurité des données et des transactions |
| Quality of on-line content | 31 | 25 | 40 | 31 | 31 | Qualité du contenu en ligne |
| Screening for offensive materials | 21 | 12 | 16 | 14 | 15 | Filtrage des documents offensants |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: For more detailed information, please see Appendix table 4. — **Remarque :** Pour des données plus détaillées, consultez le Tableau 4 figurant en annexe.

Quand ils planifient l'avenir, les FSI s'attendent à mettre particulièrement l'accent sur le niveau des compétences de leurs employés. Pour 61 % des fournisseurs, il s'agit d'une priorité très élevée. En fait, ceci est vrai pour au moins les trois quarts des FSI de taille moyenne et de grande taille. Pour améliorer les compétences de leur main-d'œuvre, nombre de FSI ont l'intention de mettre particulièrement l'accent sur la formation. Une fois encore, il y a une relation très étroite entre la taille des FSI et leurs intentions en matière de formation. Les FSI les plus grands sont ceux pour qui la formation est la plus importante, phénomène qui s'explique peut-être par le fait que leur personnel est plus nombreux. Il est aussi plus probable que les grandes entreprises aient des politiques générales à l'appui de la formation des employés.

Outre ces questions de main-d'œuvre, il y a d'autres facteurs sur lesquels les FSI s'attendent à mettre l'accent. 59 % des fournisseurs prévoient de s'attacher tout particulièrement à la sécurité des données et des transactions. La protection des renseignements personnels est un autre domaine qui devrait faire l'objet d'une attention soutenue.

Les préférences des clients

On a demandé aux fournisseurs d'évaluer l'importance de différents services pour leurs clients. Le Tableau 5 indique les points importants pour les clients, tels que les perçoivent les FSI. Selon les FSI, le soutien à la clientèle est ce qui importe le plus pour leurs clients (87 % ont indiqué qu'il s'agissait d'un point essentiel pour les clients), suivi par l'absence d'une tonalité d'occupation (85 %) et de lignes abandonnées (80 %). Il n'y a pas de tendance évidente, selon la taille des entreprises, pour ces trois catégories faisant l'objet de la préférence des clients.

Tableau 5. Proportion des FSI percevant que leurs clients attachent une grande importance à différents types de services

It seems that ISPs perceive that service performance is more important to their customers than issues related to protection of personal information, on-line privacy and security, and data and transaction security. Nevertheless, over half (56%) of ISPs perceived that the protection of personal information is of high importance to customers. Lower still were on-line privacy and security (38%) and data and transaction security (34%). This result could be due to the fact that the ISPs view encryption, rather than the ISPs themselves, as the main source of security. It would be interesting to directly ask customers these same questions to see if, in fact, their actual preferences resemble those that the ISPs perceive they have.

Despite these results, ISPs appear to expect that the issues of protection and security will become more important to their customers. As more and more customers dabble in e-commerce, data transaction and security might rank higher than in the current survey snapshot. In planning for the future, ISPs are placing high emphasis on privacy and security issues. Over half (59% and 55% respectively) of ISPs are emphasizing data and transaction security and protection of personal information to a high degree, while 45% are emphasizing on-line privacy and security (Table 4). If they are to compete for a larger market share in the future, especially the segment of the market interested in using e-commerce services, ISPs will have to address the many privacy and security obstacles, both real and perceived.

Offensive Conduct and Illegal Content

While illegal content on the Internet (e.g., pornography, obscenity, hate material, copyright infringement) gets much attention,⁶ there do not appear to be many complaints made about this to the ISPs. Two-thirds of ISPs indicated they did not receive customer complaints about illegal content. There was some variation according to the size of the ISP. Only 19% of the smallest providers reported receiving such complaints while 67% of the largest ISPs got complaints of this nature. Perhaps this disparity arises because customers perceive that larger ISPs are better able to deal with illegal content than are other ISPs.

Of greater concern to customers, based on complaints to ISPs, is offensive or illegal conduct such as bulk unsolicited e-mail (known as "spam"), hacking or harassment. Almost 70% of the ISPs reported receiving complaints about such conduct, more than twice the proportion of ISPs (31%)

⁶ "Hate-filled E-mails on the rise, report says", *Toronto Star*, March 25, 1999, page A24. "ISPs held responsible for control of content: Legal liability: The peril is they may remove messages that are legal", *Financial Post*, February 26, 1999, page C8.

Il semble bien que, selon les FSI, le rendement du service est plus important pour leurs clients que les questions concernant la protection des renseignements personnels, la protection de la vie privée et la sécurité en ligne ainsi que la sécurité des données et des transactions. Néanmoins, selon plus de la moitié (56 %) des FSI, la protection des renseignements personnels est essentielle pour les clients. La protection de la vie privée et la sécurité en ligne (38 %) ainsi que la sécurité des données et des transactions (34 %) arrivent plus loin derrière. Ce résultat pourrait être dû au fait que les FSI voient le chiffrement, plutôt que les FSI eux-mêmes, comme la plus grande source de sécurité. Il serait intéressant de poser les mêmes questions directement aux clients pour voir si, en fait, leurs préférences réelles correspondent aux perceptions des FSI.

Malgré ces résultats, les FSI semblent s'attendre à ce que les questions de protection et de sécurité deviennent plus importantes pour leurs clients. À mesure qu'un nombre croissant de clients se lancent dans le commerce électronique, la sécurité des transactions et des données pourraient prendre une importance plus grande que dans le survol de l'enquête actuelle. Quand ils planifient l'avenir, les FSI accordent une attention particulière aux questions de protection de la vie privée et de sécurité. Plus de la moitié (59 % et 55 % respectivement) des FSI mettent particulièrement l'accent sur la sécurité des données et des transactions ainsi que sur la protection des renseignements personnels alors que 45 % soulignent la protection de la vie privée et la sécurité en ligne (Tableau 4). S'ils veulent obtenir une plus grande part de marché à l'avenir, surtout dans le segment du marché qui s'intéresse aux services de commerce électronique, les FSI devront aborder les nombreux obstacles à la protection de la vie privée et à la sécurité, qu'ils soient réels ou perçus.

Conduite offensante et contenu illégal

Alors qu'on accorde beaucoup d'attention au contenu illégal sur Internet (pornographie, obscénité, documents haineux, violation de droits d'auteur)⁶, il ne semble pas y avoir beaucoup de plaintes à ce sujet auprès des FSI. Les deux tiers des FSI ont indiqué qu'ils ne recevaient pas de plaintes de clients à propos de contenu illégal. Il y a toutefois des écarts selon la taille des FSI. Seulement 19 % des fournisseurs les plus petits ont indiqué qu'ils recevaient des plaintes à ce sujet contre 67 % des FSI les plus grands. Cette disparité est peut-être due au fait que les clients pensent que les FSI les plus grands sont mieux en mesure de traiter le contenu illégal que les autres FSI.

D'après les plaintes que reçoivent les FSI, les clients se préoccupent bien plus de la conduite offensante ou illégale, comme les multipostages abusifs, le piratage et le harcèlement. Presque 70 % des FSI ont indiqué avoir reçu des plaintes à ce sujet, soit plus de deux fois la proportion des FSI (31 %) qui ont

⁶ «Hate-filled E-mails on the rise, report says», *Toronto Star*, 25 mars 1999, page A24. «SPs held responsible for control of content: Legal liability: The peril is they may remove messages that are legal», *Financial Post*, 26 février 1999, page C8.

getting complaints about illegal content. Again, it appeared that customers were more likely to complain to the larger providers. While 47% of the smallest ISPs received complaints about inappropriate conduct, this rose to 90% for the largest ISPs.

How do ISPs deal with offensive conduct and illegal content? The most common responses were contracts forbidding inappropriate behaviour (a practice reported by 97% of the ISPs), discontinuing subscriptions (57%), and removing material from the server (41%). Other approaches (reported by more than one third of ISPs) included: consumer education and awareness (43%), making blocking or filtering software available to customers (38%), and consulting with law enforcement officials (36%). Only 12% of the ISPs reported having no practices that deal with offensive conduct or illegal content.

Future Outlook and Challenges

The *Survey of Internet Service Providers (ISPs) and Computer Services, 1997* was a first attempt to measure this new industry in Canada. When the survey is repeated, the 1997 results will provide a baseline from which to measure growth rates and changes. As a result, these indicators should also assist the federal government in measuring progress towards its policy goal of making Canada the most connected nation in the world.

Statistics Canada's Household Internet Use Survey offers valuable information about household use of the Internet and electronic commerce. The Survey of Internet Service Providers, meanwhile, complements these demand-oriented statistics with supply-side information. It provides indicators of the ISP industry's ability to compete in the market place and valuable information on the health of the industry. It also provides indicators of the public's comfort level with privacy/security issues and the industry's response to these matters.

One challenge complicating the monitoring process is the volatility and fast rate of change in this industry. For the *Survey of Internet Service Providers and Computer Services, 1997*, firms were contacted in the eight weeks prior to the mail out of the survey forms. Despite the very short time period, 6% of the initially contacted ISPs were either out of business or no longer ISPs by the time that the data collection had started just weeks later. Such rapid turnover of ISPs compounds the problem of estimating the ISP population and will be a continuing challenge in trying to measure this industry.

reçu des plaintes pour contenu illégal. Une fois encore, il semble bien que les clients soient plus susceptibles de se plaindre auprès des fournisseurs les plus gros. Alors que 47 % des FSI les plus petits ont reçu des plaintes pour conduite déplacée, cette proportion est de 90 % pour les FSI les plus grands.

Comment les FSI font-ils face à la conduite offensante et au contenu illégal? Les réactions les plus courantes sont les suivantes : contrats interdisant les comportements déplacés (une pratique rapportée par 97 % des FSI), arrêt de l'abonnement (57 %) et retrait du matériel du serveur (41 %). D'autres approches (dont font mention plus du tiers des FSI) sont les suivantes : information et sensibilisation des consommateurs (43 %), mise à la disposition des consommateurs de logiciels de blocage ou de filtrage (38 %) et consultation avec des responsables de l'application de la loi (36 %). Seulement 12 % des FSI ont indiqué qu'ils n'avaient aucune pratique pour faire face à une conduite offensante ou à un contenu illégal.

Perspectives d'avenir et enjeux

L'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques* est la première tentative visant à évaluer ce nouveau secteur au Canada. Lorsque l'enquête aura de nouveau lieu, les résultats de 1997 fourniront des données de base à partir desquelles on mesurera les taux de croissance et les changements. Ainsi, ces résultats devraient aussi aider le gouvernement fédéral à mesurer les progrès vers son objectif politique qui consiste à faire du Canada le pays le plus connecté du monde.

L'enquête de Statistique Canada sur l'utilisation d'Internet à la maison offre de précieuses données sur l'utilisation d'Internet et du commerce électronique à la maison. Ces statistiques orientées vers la demande se voient enrichies par l'Enquête sur les fournisseurs de services Internet, orienté plutôt vers l'offre. Elle fournit des indicateurs sur l'aptitude des FSI à soutenir la concurrence sur le marché ainsi que de précieuses données sur la santé de l'industrie. Elle donne aussi des indicateurs sur la façon dont la population se sent face aux questions de protection de la vie privée et de sécurité, et sur la réaction du secteur à ces questions.

La volatilité et la rapidité du changement dans ce secteur constituent un enjeu qui complique le processus de suivi. Pour l'*Enquête de 1997 sur les fournisseurs de services Internet et de services informatiques*, on a contacté les entreprises dans les huit semaines précédant l'envoi des questionnaires. Malgré ce délai très court, 6 % des FSI avec lesquels on avait communiqué n'exerçaient plus leurs activités ou n'offraient plus de services Internet au moment où la collecte des données avait commencé, quelques semaines plus tard. Un roulement si rapide des FSI complique la tâche quand il s'agit d'évaluer le nombre de FSI et sera toujours un enjeu quand il s'agira d'évaluer ce secteur.

Appendix Table 1.

Proportion of ISPs rating various factors as low, medium and high barriers to growth

Annexe Tableau 1.

Proportion des FSI évaluant différents facteurs comme représentant des obstacles mineurs, modérés ou majeurs à la croissance

| Barrier & rating | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | Obstacle et évaluation |
|--|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|
| | Micro Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| | | | | | | |
| | | | % | | | |
| Cost of dial-up lines | | | | | | Coût des lignes commutées |
| High | 70 | 77 | 62 | 45 | 68 | Majeur |
| Medium | 13 | 13 | 21 | 19 | 16 | Modéré |
| Low | 9 | 10 | 13 | 29 | 13 | Mineur |
| Not Applicable | 9 | 1 | 3 | 6 | 4 | Ne s'applique pas |
| Cost of leased lines from upstream providers | | | | | | Coût des lignes louées des fournisseurs en amont |
| High | 54 | 70 | 60 | 42 | 61 | Majeur |
| Medium | 15 | 14 | 24 | 35 | 19 | Modéré |
| Low | 13 | 12 | 11 | 23 | 13 | Mineur |
| Not Applicable | 17 | 5 | 5 | 0 | 7 | Ne s'applique pas |
| Access to Financing | | | | | | Accès au financement |
| High | 62 | 49 | 45 | 26 | 48 | Majeur |
| Medium | 6 | 12 | 16 | 13 | 12 | Modéré |
| Low | 15 | 27 | 29 | 52 | 29 | Mineur |
| Not Applicable | 17 | 12 | 10 | 10 | 12 | Ne s'applique pas |
| Delays in obtaining facilities from telephone or cable cos. | | | | | | Retards dans l'obtention d'installations des co. de téléphone et de câblodistribution |
| High | 33 | 46 | 54 | 48 | 46 | Majeur |
| Medium | 9 | 21 | 13 | 19 | 16 | Modéré |
| Low | 33 | 27 | 31 | 26 | 29 | Mineur |
| Not Applicable | 24 | 6 | 2 | 6 | 8 | Ne s'applique pas |
| Competition | | | | | | Concurrence |
| High | 47 | 48 | 29 | 39 | 41 | Majeur |
| Medium | 27 | 29 | 47 | 45 | 35 | Modéré |
| Low | 18 | 22 | 19 | 16 | 20 | Mineur |
| Not Applicable | 9 | 2 | 5 | 0 | 4 | Ne s'applique pas |
| Delays in obtaining facilities from backbone suppliers | | | | | | Retards dans l'obtention d'installations des fournisseurs faisant partie du réseau national d'interconnexion |
| High | 22 | 27 | 34 | 39 | 29 | Majeur |
| Medium | 15 | 20 | 24 | 23 | 21 | Modéré |
| Low | 30 | 42 | 39 | 35 | 38 | Mineur |
| Not Applicable | 33 | 11 | 3 | 3 | 12 | Ne s'applique pas |
| Regulatory environment | | | | | | Milieu de la réglementation |
| High | 27 | 24 | 30 | 35 | 27 | Majeur |
| Medium | 16 | 20 | 15 | 19 | 18 | Modéré |
| Low | 22 | 38 | 43 | 29 | 35 | Mineur |
| Not Applicable | 36 | 19 | 13 | 16 | 20 | Ne s'applique pas |
| Lack of qualified staff | | | | | | Pénurie de personnel qualifié |
| High | 18 | 13 | 29 | 22 | 19 | Majeur |
| Medium | 11 | 29 | 19 | 28 | 23 | Modéré |
| Low | 40 | 41 | 45 | 38 | 41 | Mineur |
| Not Applicable | 31 | 18 | 6 | 13 | 17 | Ne s'applique pas |
| Business management | | | | | | Gestion des affaires |
| High | 11 | 13 | 26 | 16 | 17 | Majeur |
| Medium | 18 | 22 | 16 | 29 | 21 | Modéré |
| Low | 47 | 50 | 54 | 45 | 50 | Mineur |
| Not Applicable | 24 | 14 | 3 | 10 | 13 | Ne s'applique pas |
| Threat of litigation | | | | | | Menace de litige |
| High | 2 | 2 | 15 | 0 | 5 | Majeur |
| Medium | 9 | 14 | 8 | 13 | 11 | Modéré |
| Low | 54 | 61 | 62 | 71 | 62 | Mineur |
| Not Applicable | 35 | 23 | 15 | 16 | 22 | Ne s'applique pas |
| Lack of on-line security | | | | | | Absence de sécurité en ligne |
| High | 4 | 5 | 3 | 0 | 4 | Majeur |
| Medium | 7 | 8 | 13 | 6 | 9 | Modéré |
| Low | 51 | 63 | 65 | 71 | 62 | Mineur |
| Not Applicable | 38 | 25 | 19 | 23 | 25 | Ne s'applique pas |
| Lack of on-line privacy | | | | | | Absence de protection de la vie privée en ligne |
| High | 4 | 5 | 2 | 0 | 3 | Majeur |
| Medium | 4 | 7 | 8 | 3 | 6 | Modéré |
| Low | 49 | 60 | 69 | 71 | 62 | Mineur |
| Not Applicable | 42 | 28 | 21 | 26 | 29 | Ne s'applique pas |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — **Remarque:** Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

Appendix Table 2.

Proportion of ISPs perceiving their ability to compete is low, medium or high, by various aspects of competitiveness

Annexe Tableau 2.

Proportion des FSI percevant leur aptitude à soutenir la concurrence dans différents domaines comme étant basse, moyenne ou élevée

| Competitiveness aspect and rating | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | Domaine de concurrence et évaluation |
|---|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| | Micro Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| Ability to compete on: | | | | | | |
| | | | % | | | |
| Quality of product and services | | | | | | Qualité des produits et services |
| High | 67 | 74 | 81 | 90 | 77 | Majeur |
| Medium | 11 | 16 | 13 | 6 | 13 | Modéré |
| Low | 11 | 6 | 6 | 3 | 7 | Mineur |
| Not applicable | 11 | 4 | 0 | 0 | 4 | Ne s'applique pas |
| Customer service | | | | | | Services à la clientèle |
| High | 53 | 73 | 85 | 78 | 73 | Majeur |
| Medium | 27 | 16 | 8 | 9 | 15 | Modéré |
| Low | 11 | 8 | 6 | 9 | 8 | Mineur |
| Not applicable | 9 | 3 | 0 | 3 | 3 | Ne s'applique pas |
| Skill levels of employees | | | | | | Niveau des compétences des employés |
| High | 54 | 66 | 75 | 71 | 67 | Majeur |
| Medium | 13 | 21 | 23 | 29 | 21 | Modéré |
| Low | 9 | 8 | 2 | 0 | 5 | Mineur |
| Not applicable | 24 | 6 | 0 | 0 | 7 | Ne s'applique pas |
| Price of products and services | | | | | | Prix des produits et services |
| High | 59 | 59 | 50 | 65 | 57 | Majeur |
| Medium | 17 | 25 | 34 | 29 | 26 | Modéré |
| Low | 13 | 14 | 15 | 6 | 13 | Mineur |
| Not applicable | 11 | 2 | 2 | 0 | 3 | Ne s'applique pas |
| Retaining qualified personnel | | | | | | Conserver du personnel qualifié |
| High | 31 | 43 | 69 | 75 | 52 | Majeur |
| Medium | 9 | 31 | 27 | 19 | 24 | Modéré |
| Low | 24 | 12 | 3 | 6 | 11 | Mineur |
| Not applicable | 36 | 14 | 0 | 0 | 13 | Ne s'applique pas |
| Attracting qualified personnel | | | | | | Conserver du personnel qualifié |
| High | 24 | 38 | 55 | 69 | 44 | Majeur |
| Medium | 16 | 31 | 31 | 22 | 27 | Modéré |
| Low | 27 | 17 | 13 | 9 | 17 | Mineur |
| Not applicable | 33 | 13 | 2 | 0 | 12 | Ne s'applique pas |
| Costs of production | | | | | | Coûts de production |
| High | 39 | 43 | 44 | 41 | 42 | Majeur |
| Medium | 25 | 30 | 37 | 41 | 32 | Modéré |
| Low | 23 | 19 | 18 | 9 | 18 | Mineur |
| Not applicable | 14 | 8 | 2 | 9 | 7 | Ne s'applique pas |
| Labour relations | | | | | | Relations de travail |
| High | 24 | 39 | 53 | 55 | 42 | Majeur |
| Medium | 7 | 22 | 29 | 23 | 21 | Modéré |
| Low | 17 | 12 | 6 | 10 | 11 | Mineur |
| Not applicable | 52 | 27 | 11 | 13 | 26 | Ne s'applique pas |
| Frequency of introducing new products/services | | | | | | Fréquence de lancement de nouveaux produits et services |
| High | 28 | 35 | 40 | 45 | 36 | Majeur |
| Medium | 30 | 39 | 35 | 32 | 36 | Modéré |
| Low | 26 | 22 | 21 | 23 | 23 | Mineur |
| Not applicable | 15 | 4 | 3 | 0 | 5 | Ne s'applique pas |
| Research & development | | | | | | Recherche et développement |
| High | 31 | 30 | 39 | 32 | 33 | Majeur |
| Medium | 18 | 20 | 24 | 26 | 21 | Modéré |
| Low | 24 | 32 | 29 | 32 | 30 | Mineur |
| Not applicable | 27 | 18 | 8 | 10 | 16 | Ne s'applique pas |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — **Remarque :** Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

Appendix Table 3.

Proportion of ISPs that, in planning for the future, expect to place low, medium and high emphasis on various issues

Annexe Tableau 3.

Proportion des FSI qui s'attendent à accorder une attention faible, modérée ou soutenue à différents points pour ce qui est de la planification de l'avenir

| Planning issue and rating | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | Point planifié et évaluation |
|---|--|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---|
| | Micro Micro- entreprises | Small Petites entreprises | Medium Moyennes entreprises | Large Grandes entreprises | All ISPs Tous les FSI | |
| | | | % | | | |
| Skill levels of employees | | | | | | Niveaux des compétence des employés |
| High | 38 | 55 | 76 | 81 | 61 | Majeur |
| Medium | 9 | 17 | 19 | 19 | 17 | Modéré |
| Low | 16 | 15 | 3 | 0 | 10 | Mineur |
| Not applicable | 38 | 13 | 2 | 0 | 13 | Ne s'applique pas |
| Data transaction and security | | | | | | Sécurité des données et des transactions |
| High | 51 | 58 | 66 | 63 | 59 | Majeur |
| Medium | 11 | 17 | 20 | 22 | 17 | Modéré |
| Low | 20 | 16 | 15 | 16 | 16 | Mineur |
| Not applicable | 18 | 10 | 0 | 0 | 8 | Ne s'applique pas |
| Protection of personal information | | | | | | Protection des renseignements personnels |
| High | 49 | 52 | 64 | 55 | 55 | Majeur |
| Medium | 18 | 21 | 16 | 21 | 19 | Modéré |
| Low | 16 | 19 | 18 | 21 | 18 | Mineur |
| Not applicable | 18 | 9 | 2 | 3 | 8 | Ne s'applique pas |
| Training of employees | | | | | | Formation des employés |
| High | 31 | 47 | 66 | 77 | 53 | Majeur |
| Medium | 13 | 22 | 24 | 13 | 20 | Modéré |
| Low | 16 | 18 | 8 | 10 | 14 | Mineur |
| Not applicable | 40 | 13 | 2 | 0 | 13 | Ne s'applique pas |
| Ability to retain qualified personnel | | | | | | Aptitude à conserver du personnel qualifié |
| High | 24 | 36 | 71 | 72 | 47 | Majeur |
| Medium | 11 | 31 | 15 | 25 | 22 | Modéré |
| Low | 20 | 17 | 11 | 3 | 14 | Mineur |
| Not applicable | 44 | 16 | 3 | 0 | 16 | Ne s'applique pas |
| On-line privacy and security | | | | | | Protection de la vie privée et sécurité en ligne |
| High | 38 | 46 | 51 | 42 | 45 | Majeur |
| Medium | 24 | 23 | 23 | 30 | 24 | Modéré |
| Low | 20 | 23 | 23 | 24 | 23 | Mineur |
| Not applicable | 18 | 9 | 3 | 3 | 8 | Ne s'applique pas |
| Access to low-cost financial capital | | | | | | Accès à du capital à moindre coût |
| High | 46 | 44 | 43 | 36 | 43 | Majeur |
| Medium | 13 | 20 | 23 | 27 | 20 | Modéré |
| Low | 22 | 25 | 28 | 24 | 25 | Mineur |
| Not applicable | 20 | 12 | 7 | 12 | 12 | Ne s'applique pas |
| Ability to attract qualified personnel | | | | | | Aptitude à attirer du personnel qualifié |
| High | 18 | 30 | 56 | 50 | 37 | Majeur |
| Medium | 9 | 31 | 26 | 41 | 27 | Modéré |
| Low | 29 | 23 | 16 | 9 | 21 | Mineur |
| Not applicable | 44 | 16 | 2 | 0 | 16 | Ne s'applique pas |
| Ability to conduct R & D | | | | | | Aptitude à se livrer à des activités de R&D |
| High | 29 | 25 | 52 | 33 | 34 | Majeur |
| Medium | 11 | 25 | 21 | 30 | 22 | Modéré |
| Low | 36 | 33 | 21 | 33 | 31 | Mineur |
| Not applicable | 24 | 16 | 5 | 3 | 13 | Ne s'applique pas |
| Expanding into new geographic markets | | | | | | Expansion sur de nouveaux marchés géogr. |
| High | 26 | 25 | 36 | 58 | 32 | Majeur |
| Medium | 15 | 23 | 15 | 19 | 19 | Modéré |
| Low | 33 | 39 | 44 | 19 | 37 | Mineur |
| Not applicable | 26 | 13 | 5 | 3 | 12 | Ne s'applique pas |
| Financial assistance from government | | | | | | Aide financière du gouvernement |
| High | 30 | 25 | 34 | 24 | 28 | Majeur |
| Medium | 9 | 16 | 13 | 12 | 13 | Modéré |
| Low | 35 | 40 | 43 | 48 | 41 | Mineur |
| Not applicable | 26 | 19 | 10 | 15 | 18 | Ne s'applique pas |
| Innovative compensation packages for staff | | | | | | Rémunération novatrice pour le personnel |
| High | 20 | 14 | 40 | 41 | 26 | Majeur |
| Medium | 2 | 22 | 27 | 34 | 21 | Modéré |
| Low | 32 | 40 | 24 | 22 | 32 | Mineur |
| Not applicable | 45 | 23 | 8 | 3 | 21 | Ne s'applique pas |
| Cutting labour costs | | | | | | Réduction des coûts de main-d'oeuvre |
| High | 9 | 21 | 26 | 35 | 22 | Majeur |
| Medium | 13 | 29 | 23 | 35 | 25 | Modéré |
| Low | 31 | 34 | 47 | 19 | 35 | Mineur |
| Not applicable | 47 | 16 | 5 | 10 | 18 | Ne s'applique pas |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — **Remarque:** Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

Appendix Table 4.

Proportion of ISPs perceiving that their customers attach low, medium or high importance to various types of services

Annexe Tableau 4.

Proportion des FSI percevant leur que leurs clients attachent une importance faible, moyenne ou grande à différents types de services

| Service type & rating | ISP Revenue Group — Catégorie de revenus des FSI | | | | | Type de services et évaluation |
|---|--|---------------------|----------------------|---------------------|--------------|---|
| | Micro-entreprises | Petites entreprises | Moyennes entreprises | Grandes entreprises | Tous les FSI | |
| | % | | | | | |
| Customer support | | | | | | Soutien à la clientèle |
| High | 80 | 85 | 94 | 91 | 87 | Majeur |
| Medium | 6 | 13 | 6 | 9 | 10 | Modéré |
| Low | 10 | 2 | 0 | 0 | 3 | Mineur |
| Not applicable | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 | Ne s'applique pas |
| No busy signals | | | | | | Absence de tonalité d'occupation |
| High | 78 | 86 | 89 | 83 | 85 | Majeur |
| Medium | 10 | 11 | 3 | 6 | 8 | Modéré |
| Low | 0 | 2 | 2 | 3 | 2 | Mineur |
| Not applicable | 12 | 1 | 6 | 9 | 6 | Ne s'applique pas |
| No dropped lines | | | | | | Absence de lignes abandonnées |
| High | 71 | 85 | 83 | 77 | 80 | Majeur |
| Medium | 8 | 12 | 8 | 14 | 11 | Modéré |
| Low | 4 | 2 | 6 | 0 | 3 | Mineur |
| Not applicable | 17 | 1 | 3 | 9 | 6 | Ne s'applique pas |
| Protection of personal information | | | | | | Protection des renseignements personnels |
| High | 63 | 49 | 58 | 66 | 56 | Majeur |
| Medium | 21 | 28 | 16 | 14 | 22 | Modéré |
| Low | 13 | 20 | 24 | 14 | 19 | Mineur |
| Not applicable | 4 | 3 | 2 | 6 | 3 | Ne s'applique pas |
| On-line privacy and security | | | | | | Protection de la vie privée et sécurité en ligne |
| High | 48 | 29 | 39 | 46 | 38 | Majeur |
| Medium | 23 | 42 | 37 | 34 | 36 | Modéré |
| Low | 19 | 26 | 24 | 20 | 23 | Mineur |
| Not applicable | 10 | 3 | 0 | 0 | 3 | Ne s'applique pas |
| Value-added services | | | | | | Services à valeur ajoutée |
| High | 33 | 29 | 53 | 34 | 37 | Majeur |
| Medium | 19 | 42 | 31 | 54 | 36 | Modéré |
| Low | 29 | 21 | 11 | 11 | 19 | Mineur |
| Not applicable | 19 | 8 | 5 | 0 | 8 | Ne s'applique pas |
| Data and transaction security | | | | | | Sécurité des données et des transactions |
| High | 35 | 26 | 44 | 40 | 34 | Majeur |
| Medium | 21 | 37 | 36 | 40 | 34 | Modéré |
| Low | 29 | 31 | 20 | 20 | 26 | Mineur |
| Not applicable | 15 | 6 | 0 | 0 | 5 | Ne s'applique pas |
| Quality of on-line content | | | | | | Qualité du contenu en ligne |
| High | 31 | 25 | 40 | 31 | 31 | Majeur |
| Medium | 20 | 42 | 27 | 37 | 33 | Modéré |
| Low | 31 | 23 | 27 | 23 | 25 | Mineur |
| Not applicable | 18 | 11 | 5 | 9 | 10 | Ne s'applique pas |
| Screening for offensive materials | | | | | | Filtrage des documents offensants |
| High | 21 | 12 | 16 | 14 | 15 | Majeur |
| Medium | 13 | 30 | 21 | 34 | 25 | Modéré |
| Low | 49 | 49 | 53 | 43 | 49 | Mineur |
| Not applicable | 17 | 10 | 10 | 9 | 11 | Ne s'applique pas |

Micro: ISP Revenue = less than \$50,000. — Micro-entreprises - Revenus de FSI = moins de 50 000 \$.

Small: ISP Revenue = \$50,000 to \$249,999 — Petites entreprises - Revenus de FSI = de 50 000 \$ à 249 999 \$.

Medium: ISP Revenue = \$250,000 to \$999,999 — Moyennes entreprises - Revenus de FSI = de 250 000 \$ à 999 999 \$.

Large: ISP Revenue = \$1,000,000 or more — Grandes entreprises - Revenus de FSI = 1 000 000 \$ ou plus.

Note: Numbers in columns may not add up to 100% due to rounding. — **Remarque :** Les chiffres des colonnes ont été arrondis. C'est pourquoi le total ne correspond peut-être pas à 100 %.

A Glance at the new North American Industrial Classification System

Don Little

Service Industries Division

Telephone: (613) 951-6739

Fax: (613) 951-6696

E-mail: littdon@statcan.ca

The North American Industrial Classification System (NAICS) is being adopted by Statistics Canada to replace the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system used during the past two decades.¹ The impetus behind NAICS was the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and the resultant need for the three signatories (Canada, the United States and Mexico) to have a statistical framework enabling industrial statistics to be collected, analyzed and disseminated in a consistent manner by all three countries on an industry-by-industry basis.²

The NAICS strives to encompass all economic activities, and has a hierarchical structure composed of sectors, subsectors, industry groups and industries. The numbering system is a six-digit code, where a two-digit code usually defines a NAICS sector.³ Three digits are used for subsectors, four digits for industry groups, and five digits for specific industries. Six digit codes are reserved for *national* industries, specific to each country. For Canada the five- and six-digit codes are usually identical except that the six-digit code will have a trailing zero as its sixth digit (which indicates no further breakdown for a national industry).

In Canada, at the highest level, the NAICS includes twenty sectors, within which there are ultimately 921 industry classifications. For Canada the NAICS represents a significant improvement over the 1980 SIC system, which offered classification categories for 860 industries in eighteen sectors.

¹ The first Canadian SIC system was developed in 1948. Subsequent improvements led to SIC revisions in 1960, 1970 and 1980.

² The NAICS was jointly developed by Statistics Canada, the United States Office of Management and Budget and Mexico's Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. The NAICS comes into effect for reference year 1997 in both Canada and the U.S., and in 1998 for Mexico.

³ However, a set of 2-digit numbers was needed to define Manufacturing (31-33), Retail Trade (44-45) and Transportation and Warehousing (48-49).

Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord

Don Little

Division des industries de service

Téléphone : (613) 951-6739

Télécopieur : (613) 951-6696

Courrier électronique : littdon@statcan.ca

Statistique Canada est en train d'adopter le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) pour remplacer la Classification type des industries (CTI) de 1980 utilisée au cours des deux dernières décennies¹. L'élaboration du SCIAN a été motivée par la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) et par la nécessité subséquente pour les trois pays signataires (Canada, États-Unis et Mexique) d'établir un cadre statistique permettant de recueillir, d'analyser et de diffuser des statistiques industrielles comparables par branche d'activité².

Le SCIAN est conçu pour couvrir, dans la mesure du possible, toutes les activités économiques et possède une structure hiérarchique comprenant des secteurs, des sous-secteurs, des groupes et des classes. Le système de numérotation est un système à six chiffres, où un code à deux chiffres définit ordinairement un secteur du SCIAN³. Un code à trois chiffres est utilisé pour les sous-secteurs, un code à quatre chiffres pour les groupes et un code à cinq chiffres pour les classes. Les codes à six chiffres sont réservés aux classes *nationales* particulières à chaque pays. Pour le Canada, les codes à cinq et à six chiffres sont ordinairement identiques, excepté le fait que le code à six chiffres contient un zéro à droite à titre de sixième chiffre (ce qui indique que la ventilation n'est pas poussée plus loin pour une classe nationale).

Au niveau d'agrégation le plus élevé, le SCIAN Canada comprend vingt secteurs qui englobent, en bout de ligne, 921 classes. Le SCIAN Canada représente donc une amélioration importante par rapport à la CTI de 1980, qui comptait 860 industries regroupées en dix-huit secteurs.

¹ Le premier système de la CTI a été mis au point au Canada en 1948. Des améliorations subséquentes ont mené à des révisions de la CTI en 1960, 1970 et 1980.

² Le SCIAN a été élaboré collectivement par Statistique Canada, le *United States Office of Management and Budget* et l'*Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática* du Mexique. La mise en application du SCIAN a eu lieu en 1997 au Canada et aux États-Unis et en 1998 au Mexique.

³ Cependant, on a dû recourir à un ensemble de codes à 2 chiffres pour définir la fabrication (31-33), le commerce de détail (44-45) et le transport et l'entreposage (48-49).

The NAICS uses a supply-based, or production-oriented, conceptual framework. It employs the principle that producing units that use similar production processes should be grouped together to ensure that the three countries' statistical agencies can produce comparable information on inputs and outputs, industrial performance, employment and other indicators. NAICS is largely a classification for *establishments*, with establishment defined as the most homogenous unit of production for which the business maintains accounting records that are detailed enough to yield business statistics. The producing unit makes up the lowest level of a business' operating structure. For example, a producing unit could be a farm, warehouse, store or a movie theatre. Each establishment is classified to the industry corresponding to its primary activity - the activity in which the establishment's value-added is highest.

Meanwhile, financial statistics are compiled for *enterprises*, which for most small and medium-sized businesses, are identical to establishments. Large and complex enterprises usually comprise more than one establishment, which can belong to different NAICS industries. Enterprises are assigned to the industry of the establishment or group of establishments that account for the largest proportion of the value-added of the enterprise. As a result, the higher levels of NAICS better represent the activities of enterprises than do the industry levels of NAICS.

NAICS Canada is substantially different from the 1980 SIC. Of the lowest level NAICS industry classes, only 220 remain the same as they were under the 1980 SIC. Although some 1980 SIC classes were simply split or combined under NAICS, in other cases particular activities from 1980 SIC industries were removed or recombined into new NAICS industry categories. For example, repair services were a component of several different 1980 SIC industries. For NAICS, all of these repair services were instead allocated to one new industry called Repair and Maintenance.

Many benefits will arise from the adoption of NAICS. The NAICS better reflects our modern-day economy than does the 1980 SIC system. NAICS categories were created for new and emerging industries and, in particular, reflect growth and diversification in the service industries, along with the technological advances that have occurred in recent decades. Whereas five of the twenty broad NAICS sectors are largely goods-producing, fifteen are entirely services-producing industries.

A new sector category under NAICS is Information and Cultural Industries which includes industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming

Le SCIAN s'appuie sur un cadre conceptuel axé sur l'offre, c'est-à-dire la production. Il se fonde sur le principe voulant que les unités de production qui recourent à des procédés de fabrication similaires soient regroupées, de sorte que les bureaux de la statistique des trois pays puissent produire des renseignements comparables sur les entrées et sur les sorties, le rendement industriel, l'emploi et d'autres indicateurs. Le SCIAN est, en grande partie, une classification des *établissements*, où l'établissement est défini comme étant l'unité de production la plus homogène pour laquelle l'entreprise tient à jour des livres comptables suffisamment détaillés pour produire des statistiques commerciales. L'unité de production représente le niveau le plus bas de la structure d'exploitation d'une entreprise. Par exemple, une unité de production pourrait être une entreprise agricole, un entrepôt, un magasin ou une salle de cinéma. Chaque établissement est rangé dans la classe qui correspond à son activité principale, c'est-à-dire l'activité pour laquelle la valeur ajoutée de l'établissement est la plus élevée.

Parallèlement, on recueille des statistiques financières sur les *entreprises*, qui, pour la plupart des petites et moyennes entreprises, coïncident avec les établissements. Les grandes entreprises complexes comprennent ordinairement plusieurs établissements, qui peuvent appartenir à diverses classes du SCIAN. Les entreprises sont rangées dans la classe attribuée à l'établissement ou au groupe d'établissements qui représente la proportion plus élevée de la valeur ajoutée de l'entreprise. Par conséquent, les niveaux d'agrégation les plus élevés du SCIAN représentent mieux les activités de l'entreprise que ceux de la classe ou du groupe.

Le SCIAN Canada diffère considérablement de la CTI de 1980. Parmi les classes du SCIAN, qui représentent le niveau d'agrégation le plus bas, 220 seulement correspondent à des catégories de la CTI de 1980. Dans certains cas, les catégories de la CTI de 1980 ont simplement été subdivisées ou regroupées dans le SCIAN, mais dans d'autres, des activités particulières des industries de la CTI de 1980 ont été éliminées ou regroupées pour former de nouvelles classes du SCIAN. Par exemple, les services de réparation étaient une composante de plusieurs industries de la CTI de 1980. En revanche, dans le SCIAN, tous ces services de réparation sont regroupés en une nouvelle classe appelée « réparation et entretien ».

L'adoption du SCIAN offrira de nombreux avantages. Le SCIAN reflète mieux l'économie contemporaine que la CTI de 1980. Il comprend de nouvelles catégories réservées aux industries nouvelles ou naissantes et témoigne tout spécialement de la croissance et de la diversification du secteur des services, ainsi que des progrès technologiques survenus ces dernières décennies. Bien que cinq des vingt grands secteurs du SCIAN soient principalement des secteurs producteurs de biens, quinze d'entre eux sont entièrement des secteurs producteurs de services.

Le SCIAN compte un nouveau secteur, celui de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle, qui regroupe les branches d'activité qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que celles dont l'activité principale consiste à

information into a commodity that is produced and distributed. Examples of industries in this newly defined sector are telecommunications, broadcasting, information and data processing, publishing, libraries, and motion picture and sound recording.

The new Professional, Scientific and Technical Services category will offer coverage of establishments engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider. For example, among the thirty-five industries included in this sector are legal services, interior design services, accounting services, and advertising services.

The NAICS also brings other noteworthy categorization improvements for the service sector. The Arts, Entertainment and Recreation Services sector has vastly expanded coverage for each of the three industries. Also added is enhanced coverage of the Health Care and Social Assistance sector.

It is anticipated that all of Statistics Canada's by-industry data will be published on a NAICS basis by 2002. The Household Surveys Division has already switched to NAICS for the release of data from the Labour Force Survey. As a result, for the first time, the current issue of *Services Indicators* carries tables with NAICS-based employment data. The Industrial Organization and Finance Division, which compiles financial statement information on an industry-by-industry basis, expects to provide NAICS-based financial data in time for the next edition of this publication. For more information on planned Statistics Canada release dates for NAICS-based data, please visit Statistics Canada's web site at the following address: <http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/implem.htm>.

Services Indicators' readers will benefit from fuller coverage of the services industries. Not only is coverage more detailed for most of the broad industries traditionally covered by this publication, there is also coverage for some services industries that were previously excluded. For example, broad employment are now offered for the following service industries: Rental and Leasing Services (NAICS category 53); Management of Companies and Enterprises (55); Administrative, Support, Waste Management and Remediation Services (56); Education Services (61); Health Care and Social Assistance (62); and Repair, Maintenance and Other Personal Services (81).

For now, data by industry for remuneration and gross domestic product will continue to be presented in *Services Indicators* on an SIC-basis until the NAICS-based data are ready. It is expected that, within one year, gross domestic

transformer l'information en biens qui sont produits et distribués. Les branches des télécommunications, de la radiodiffusion, de l'information et du traitement des données, de l'édition, des bibliothèques, ainsi que du film et de l'enregistrement sonore en sont des exemples.

Le nouveau secteur des services professionnels, scientifiques et techniques couvrira les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de services. Par exemple, parmi les trente-cinq classes qui forment ce secteur, on compte les services juridiques, les services de design d'intérieur, les services de comptabilité et les services de publicité.

Le SCIAN présente aussi des améliorations remarquables de la classification dans le cas du secteur des services. Ainsi, le secteur des arts, des spectacles et des loisirs offre un champ d'observation nettement plus étendu pour chacune des trois branches d'activité visées. La couverture du secteur des soins de santé et de l'assistance sociale a, elle aussi, été améliorée.

En principe, toutes les données par branche d'activité que publie Statistique Canada se fonderont sur le SCIAN d'ici à l'an 2002. Les données de l'Enquête sur la population active diffusées par la Division des enquêtes-ménages se fondent déjà sur le SCIAN. Par conséquent, pour la première fois, le numéro courant d'*Indicateurs des services* renferme des tableaux contenant des données sur l'emploi fondés sur le SCIAN. La Division de l'organisation et des finances de l'industrie, qui produit des données financières par branche d'activité, compte produire les données financières fondées sur le SCIAN à temps pour le prochain numéro de cette publication. Pour plus de renseignements sur les dates auxquelles Statistique Canada prévoit diffuser des données fondées sur le SCIAN, consulter le site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/français/Subjects/Standard/implem_f.htm.

Les lecteurs de la publication *Indicateurs des services* bénéficieront d'une meilleure couverture du secteur des services. La publication contient maintenant non seulement des renseignements plus détaillés sur les grandes branches d'activité habituelles, mais aussi des données sur certaines branches des services non couvertes auparavant. Par exemple, on fournit maintenant des données sur l'emploi d'ordre général pour les branches de services suivantes : services immobiliers et services de location et de location à bail (secteur 53 du SCIAN); gestion de sociétés et d'entreprises (55); services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (56); services d'enseignement (61); soins de santé et assistance sociale (62); réparations, entretien et autres services personnels (81).

On continuera de présenter les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut par branche d'activité qui figurent dans *Indicateurs des services* en fonction de la CTI jusqu'à ce que les données fondées sur le SCIAN soient disponibles. En principe, d'ici

product data will be made available by the Industry Measures Analysis Division. After Labour Division makes the transition to NAICS in 2001, all of this publication's industry data will be presented according to NAICS industry codings.

For more detailed information on NAICS, please visit Statistics Canada's web site at the following address: <http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

un an, les données sur le produit intérieur brut seront fournies par la Division des mesures et de l'analyse des industries. Après l'adoption du SCIAN par la Division du travail en 2001, toutes les données industrielles de la présente publication seront présentées d'après les codes de classe du SCIAN.

Pour plus de renseignements sur le SCIAN, consulter le site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante : http://www.statcan.ca/français/Subjects/Standard/index_f.htm.

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE
**Annual Estimates of Employment,
Earnings and Hours, 1984 - 1996**

You can now get *the historical labour market information* needed to complete your research project, accomplish long-term company planning or successfully resolve contract escalation questions.

This product will help you...

Identify, retrieve and process essential information for over 200 industry groups available at national, provincial and territorial levels. Also included are total number of employees (including estimates of those paid by the hour); average weekly and hourly earnings; average weekly hours worked and payrolls data.

This indispensable reference source is presented in two easy-to-load, **user friendly electronic formats** that makes accessing the data you need easier than ever before. With Adobe Acrobat software, you can easily view or print your own paper copy, while the ASCII file format lets you import the data to your preferred spreadsheet.

PLUS, also included in this issue is the "**Help-Wanted Index, 1981- 1996**" supplement. This index gives you reliable information on changes in the demand for labour for Canada, provinces, territories, regions and metropolitan areas. In fact, it is the only indicator of labour demand compiled by Statistics Canada on a regular basis.

"Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996" plus the "Help-Wanted Index, 1981 - 1996", a goldmine of information at your fingertips.

Order today! **Diskette** (catalogue # 72F0002XDDE) or **Internet** version (catalogue # 72F0002XIE) for only \$120 Cdn. + GST and applicable PST or HST. **Diskette version plus paper copy** (catalogue # 10-3000XKB) for \$150 Cdn. + GST and applicable PST or HST. Prices for clients outside Canada are in US dollars and should be paid in US funds.

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:



1-(800)-263-1136
1-(613)-951-4090

INTERNET:



order@statcan.ca
labour@statcan.ca

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:



1-(613)-951-4087

MAIL TO / ENVOYEZ À:



Statistics Canada,
Labour Division du travail,
Ottawa, Ontario,
Canada K1A 0T6

MAINTENANT DISPONIBLE
**Les estimations annuelles de
l'emploi, des gains et de la durée
du travail, 1984 - 1996**

Vous pouvez maintenant obtenir de *l'information historique sur le marché du travail* qui vous permettra de compléter votre projet de recherche, faire de la planification à long terme pour votre entreprise ou résoudre efficacement les questions touchant les clauses d'indexation de contrats.

Ce produit vous aidera à...

Identifier, recueillir et transformer des renseignements indispensables pour plus de 200 groupes d'industries, tant sur les plans national, provincial et territorial. On y retrouve de l'information sur le nombre total de salariés et de salariés rémunérés à l'heure; la rémunération hebdomadaire et horaire; les heures hebdomadaires moyennes travaillées ainsi que la rémunération brute.

Cette ressource est un outil de travail important. Elle est présentée dans deux **formats facile à télécharger et à utiliser** rendant l'accès aux données plus facile que jamais. À l'aide du logiciel Adobe Acrobat, vous pouvez facilement visualiser ou imprimer votre propre publication. Les fichiers ASCII vous permettent d'importer les données dans un chiffrier de votre choix.

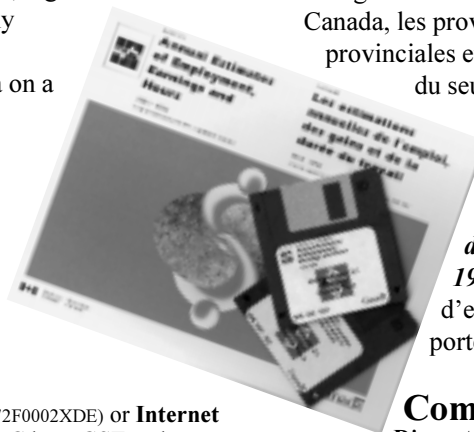
De plus, cette édition contient le supplément de «**L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996**». Cet indice vous fournit des renseignements fiables permettant de suivre les changements sur la demande de main-d'oeuvre, au niveau du Canada, les provinces et territoires, les grandes régions provinciales et les régions métropolitaines. Il s'agit en fait du seul indicateur de la demande de main-d'oeuvre produit de façon régulière par Statistique Canada.

«*Les estimations annuelles de l'emploi, des gains et de la durée du travail, 1984 - 1996*» ainsi que «*L'indice de l'offre d'emploi, 1981 - 1996*», sont une mine d'or à la portée de la main.

Commandez dès aujourd'hui!

Disquette (72F0002XDF au catalogue) ou version **Internet** (72F0002XIF au catalogue) pour seulement 120 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Version **disquette et papier** (10-3000XKB au catalogue) pour 150 \$ Cdn. + TPS et TVQ ou TVH selon le cas. Les prix pour les clients de l'extérieur du Canada sont en dollars américains et doivent être payés en dollars US.

PF # 4007



**Information and Cultural
Industries**

**Industrie de l'information
et industrie culturelle**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This new Information and Cultural Industries category groups those industries that create and disseminate products subject to copyright, along with industries whose main activities involve transforming information into a commodity that is produced and distributed. Also included here are publishers, libraries, and the motion picture and sound recording industries.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Newspaper, Periodical, Book and Database Publishers (NAICS 5111):

E2831 Book Publishing Industry

E2839* Other Publishing Industries

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le nouveau secteur de l'industrie de l'information et de l'industrie culturelle regroupe les établissements qui créent et diffusent des produits assujettis à des droits d'auteur, ainsi que ceux dont l'activité principale consiste à transformer l'information en un bien qui est produit et distribué. Il inclut aussi les éditeurs, les bibliothèques et les industries du film et de l'enregistrement sonore.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Éditeurs de journaux, de périodiques, de livres et de base de données (SCIAN 5111) :

E2831 Industrie de l'édition du livre

E2839* Autres industries d'édition

E2841 Newspapers, Magazines and Periodicals

E2849 Other Combined Publishing and Printing

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Software Publishers (NAICS 5112):

M7721* Computer Services

Motion Picture and Video Industries (NAICS 5121):

R9611* Motion Picture & Video Production

R9612* Motion Picture & Video Distribution

R9613* Motion Picture Labs & Video Prod. Facilities

R9619 Other Motion Picture, Audio & Video services

R9621 Regular Motion Picture Theatres

R9622 Outdoor Motion Picture Theatres

R9629 Other Motion Picture Exhibition

Sound Recording Industries (NAICS 5122):

E2839* Other Publishing Industries

E2849* Other Combined Publishing and Printing

E3994* Musical Instruments and Sound Recording

I5952* Musical Instruments & Accessories, Wholesale

R9614 Sound Recording Services

Radio and Television Broadcasting (NAICS 5131-5132):

H4811 Radio Broadcasting Industry

H4812 Television Broadcasting Industry

H4813 Combined Radio & Television Broadcasting

H4814 Cable Television Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

Telecommunications (NAICS 5133):

H4821 Telecommunication Carriers Industry

H4839* Other Telecommunication Industries

E2841 Industries des journaux, livres et périodiques

E2849 Autres industries d'impression et d'édition combinées

M7721* Services d'informatiques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Éditeurs de logiciel (SCIAN 5112) :

M7721* Services d'informatique

Industries du film et de la vidéo (SCIAN 5121) :

R9611* Production de films et de matériel visuel

R9612* Distribution de films et de matériel visuel

R9613* Laboratoires de films et de matériel visuel

R9619 Autres services relatifs aux films et au domaine de l'audiovisuel

R9621 Salles de cinéma ordinaires

R9622 Projection de film en extérieur

R9629 Autres salles de cinéma

Industries de l'enregistrement sonore (SCIAN 5122) :

E2839* Autres industries de l'édition

E2849* Autres industries d'impression et d'édition combinées

E3994* Industries de l'enregistrement du son et des instruments de musique

I5952* Instruments et accessoires de musique, commerce de gros

R9614 Services d'enregistrement du son

Radiodiffusion et télédiffusion (SCIAN 5131-5132) :

H4811 Industrie de la radiodiffusion

H4812 Industrie de la télédiffusion

H4813 Industrie de la radiodiffusion et de la télédiffusion intégrées

H4814 Industrie de la télédistribution

H4839* Autres industries des télécommunications

Télécommunications (SCIAN 5133) :

H4821 Industrie de la transmission des télécommunications

H4839* Autres industries de télécommunications

Information Services and Data Processing Services (NAICS 514):

M7721* Computer Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

O8541 Library Services

O8551* Museums & Archives

R9999* Other Services n.e.c.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Telecommunication Broadcasting (481)

Telecommunication Carriers and Other Telecommunication Industries (482, 483)

Postal and Courier Service Industries (484)

Services d'information et de traitement des données (SCIAN 514) :

M7721* Services d'informatique

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

O8541 Bibliothèques

O8551* Musées et archives

R9999* Autres services n.c.a.

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Diffusion des télécommunications (481)

Transmission des télécommunications et autres industries des télécommunications (482, 483)

Services postaux et de messagerie (484)

Information and Cultural Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- The carriers and other telecommunications industry continued to experience rapid output growth, with a GDP increase of 5.0% in the first quarter of 1999. This was the fourth consecutive quarter of strong growth for the industry. As a result, the industry's output this quarter was 20.6% higher than it was in the first quarter of 1998. This easily exceeded the 2.6% growth rate over the same four-quarter period for the overall economy.
- Output in the broadcasting industry increased for the third straight quarter, this time by 2.9%. This GDP growth rate more than tripled the first quarter growth rate in the overall economy.
- Employment in the information and cultural industries declined by 18,000 this quarter. More than half of the jobs lost were full-time positions. Although the motion picture and video industry's total workforce expanded by 10,000 this quarter, this was more than offset by declines in the telecommunications services (-22,000) and information services and data processing services (-10,000) industries.
- Despite the recent job losses, the workforce in the information and cultural industries is still slightly larger than it was in the first quarter of 1998. Relative to four quarters ago, employment has risen by 13,000 in the motion picture and video industry. However, this was somewhat negated by job losses in radio and television broadcasting (-9,000).

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Au premier trimestre de 1999, le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications a de nouveau affiché une forte croissance, son PIB progressant de 5,0 %. Il s'agit du quatrième trimestre consécutif de forte croissance pour ce secteur, dont la production a augmenté de 20,6 % depuis le premier trimestre de 1998. Ceci dépasse largement le taux de croissance dans l'ensemble de l'économie qui a été observé durant cette même période d'un an (+2,6 %).
- Dans le secteur de la diffusion, la production a augmenté pour un troisième trimestre consécutif, cette fois-ci de 2,9 %; ce taux d'accroissement du PIB est plus de trois fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie, au premier trimestre.
- Au cours du présent trimestre, 18 000 emplois ont été perdus dans le secteur de l'information et celui de la culture, dont plus de la moitié étaient des emplois à temps plein. La perte de 22 000 emplois dans les services de télécommunications et de 10 000 emplois dans les services d'information et de traitement des données a en effet plus qu'annulé la création de 10 000 emplois dans l'industrie du film et de la vidéo.
- Malgré les récentes pertes d'emplois, les effectifs dans les secteurs de l'information et de la culture demeurent légèrement supérieurs à ce qu'ils étaient au même trimestre l'an dernier. Par comparaison à l'an dernier, 13 000 emplois ont été créés dans l'industrie du film et de la vidéo, alors que 9 000 emplois ont été perdus dans les secteurs de la radiodiffusion et de la télédiffusion.

Key Services Indicators (change from last quarter)

| | | |
|-------------|---|------|
| Employment* | ↑ | 0.8% |
| Salaries | ↑ | 1.6% |
| GDP | ↑ | 3.8% |

* From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

| | | |
|--------------|---|-------|
| Emploi* | ↑ | 0,8 % |
| Rémunération | ↑ | 1,6 % |
| PIB | ↑ | 3,8 % |

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- After declining for four consecutive quarters, remuneration rose this quarter in both the broadcasting industry and the carriers and other telecommunication industry. As well, both industries' employees continue to earn more than their counterparts in other industries. Average annual wages and salaries in broadcasting (\$42,891) and in the carriers and other telecommunications industries (\$44,098) easily exceeded the \$31,473 figure posted for the economy as a whole.
- Nevertheless, average wages and salaries in broadcasting are now 1.5% lower than they were in the first quarter of 1998. Similarly, during the same period, employee remuneration fell by 1.8% in the carriers and other telecommunication industry.
- Après avoir diminué pendant quatre trimestres consécutifs, la rémunération s'est accrue au premier trimestre dans le secteur de la diffusion et celui des télécommunications et autres services de télécommunications. Dans ces deux secteurs, les employés continuent de gagner davantage que leurs homologues des autres secteurs. La rémunération annuelle moyenne dans le secteur de la diffusion (42 891 \$) et celui des télécommunications et autres services de télécommunications (44 098 \$) dépasse en effet largement la rémunération annuelle moyenne dans l'ensemble de l'économie (31 473 \$).
- Néanmoins, la rémunération moyenne en diffusion est aujourd'hui de 1,5 % inférieure à ce qu'elle était au premier trimestre de 1998. De même, durant la même période, la rémunération des employés a diminué de 1,8 % dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

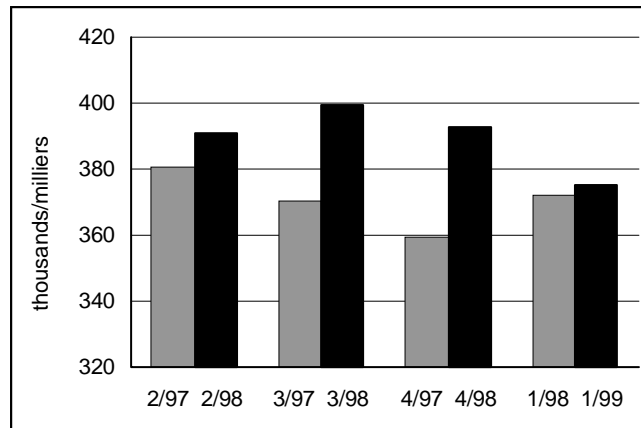


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

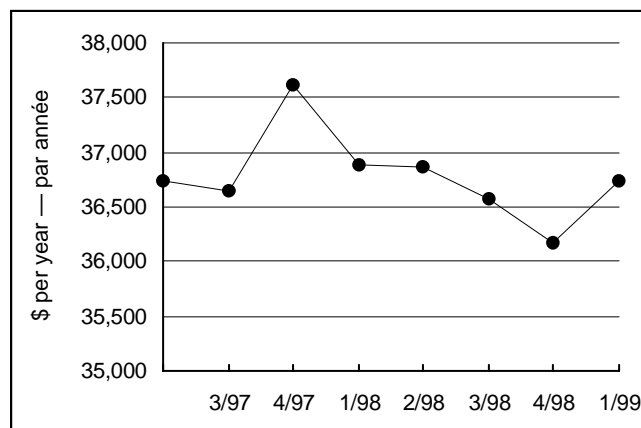


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

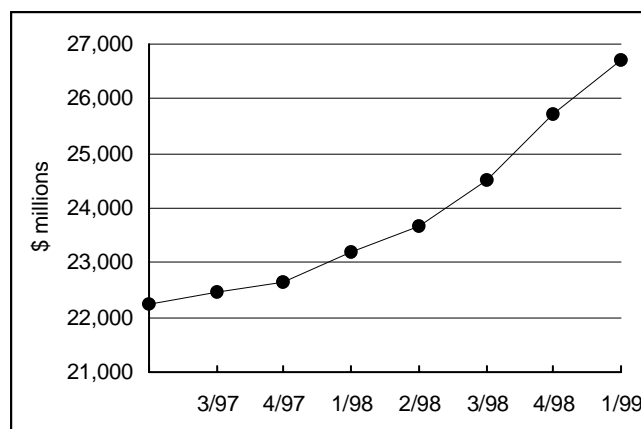


Table A1. Communications, annualized GDP at factor cost

Tableau A1. Communications, PIB annualisé au coût des facteurs

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | |
| Annualized GDP (s.a.) | | | | | | | | PIB annualisé (dés.) |
| Broadcasting | 3,456 | 3,503 | 3,598 | 3,701 | 3,692 | 3,746 | 3,865 | 3,979 |
| Carriers/other telecom. | 15,097 | 15,355 | 15,675 | 15,805 | 16,350 | 17,101 | 18,140 | 19,056 |
| Postal/courier services | 3,678 | 3,611 | 3,375 | 3,677 | 3,635 | 3,680 | 3,723 | 3,674 |
| Total communications | 22,231 | 22,469 | 22,648 | 23,184 | 23,677 | 24,528 | 25,728 | 26,708 |
| Overall economy | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 |

Analytical table — Tableau analytique

| | % growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre | | | | | | | |
|-----------------------------|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Rates of change (%) | | | | | | | |
| Broadcasting | 0.8 | 1.4 | 2.7 | 2.9 | -0.2 | 1.5 | 3.2 | 2.9 |
| Carriers/other telecom. | 2.2 | 1.7 | 2.1 | 0.8 | 3.4 | 4.6 | 6.1 | 5.0 |
| Postal/courier services | -0.7 | -1.8 | -6.5 | 8.9 | -1.1 | 1.2 | 1.2 | -1.3 |
| Total communications | 1.5 | 1.1 | 0.8 | 2.4 | 2.1 | 3.6 | 4.9 | 3.8 |
| Overall economy | 1.3 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 1.1 | 0.8 |

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

| | | | | | | | | |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Broadcasting | 0.50 | 0.50 | 0.51 | 0.52 | 0.52 | 0.52 | 0.53 | 0.54 |
| Carriers/other telecom. | 2.17 | 2.18 | 2.21 | 2.22 | 2.28 | 2.38 | 2.50 | 2.61 |
| Postal/courier services | 0.53 | 0.51 | 0.48 | 0.52 | 0.51 | 0.51 | 0.51 | 0.50 |
| Total communications | 3.20 | 3.19 | 3.20 | 3.25 | 3.31 | 3.42 | 3.55 | 3.65 |

Chart A4. GDP nominal growth rates

Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB

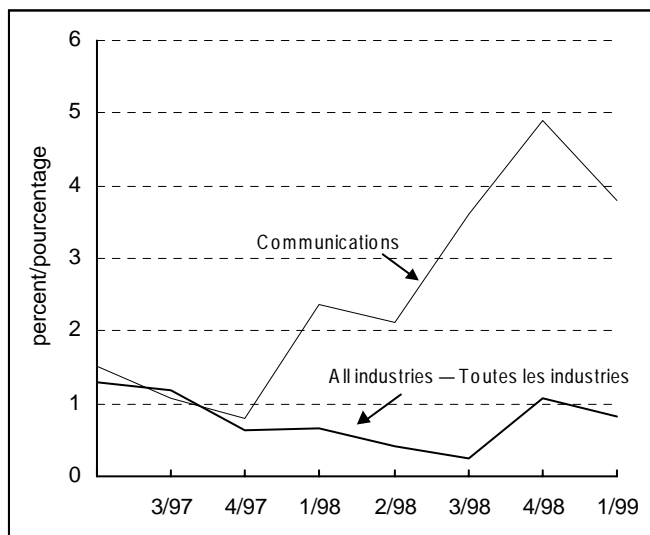
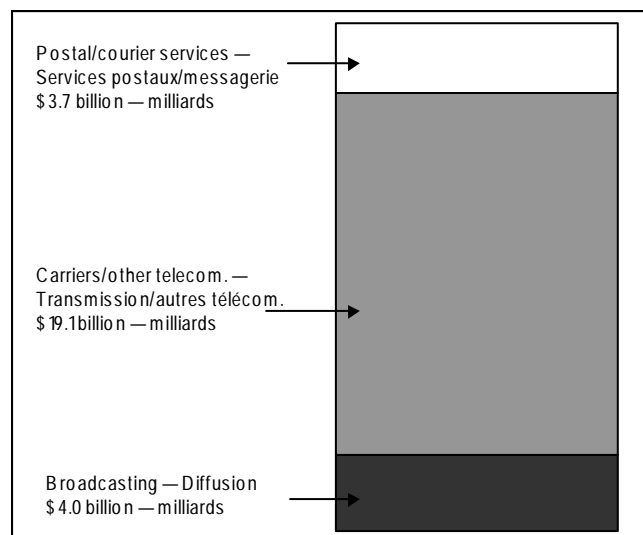


Chart A5. Output of communications group of industries

Graphique A5. Production du groupe des communications



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table A2. Information and cultural industries, employment

Tableau A2. Industrie de l'information et industrie culturelle, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|--|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| Employment | thousands — milliers | | | | | | | Emploi |
| Newspaper, periodical, book, database, software publishers | 89 | 85 | 83 | 80 | 79 | 75 | 73 | 77 |
| Motion picture/video indust's | 39 | 39 | 27 | 29 | 30 | 28 | 32 | 42 |
| Sound recording industries | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Broadcasting | 51 | 51 | 59 | 66 | 64 | 59 | 58 | 57 |
| Telecommunications services | 165 | 159 | 153 | 159 | 182 | 193 | 182 | 160 |
| Information/data processing | 31 | 32 | 35 | 35 | 33 | 40 | 44 | 34 |
| Total | 381 | 371 | 360 | 372 | 391 | 400 | 393 | 375 |
| Full-time | 323 | 321 | 305 | 317 | 336 | 338 | 329 | 318 |
| Part-time | 58 | 50 | 55 | 55 | 55 | 61 | 64 | 57 |

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

| | Rates of change (%) | | | Rates of change (%) | | | | Taux de variation (%) | |
|--|---------------------|------------|------------|---------------------|------------|------------|------------|--|-------------------------------------|
| Newspaper, periodical, book, database, software publishers | 8.9 | 8.2 | 1.6 | 0.4 | -11.5 | -12.2 | -12.5 | -3.0 | livres, bases de données, logiciels |
| Motion picture/video indust's | 44.9 | 37.1 | 3.1 | 18.9 | -23.9 | -27.1 | 18.6 | 44.3 | Industries du film et de la vidéo |
| Sound recording industries | .. | .. | 16.0 | 56.5 | -22.4 | -9.5 | 44.8 | 16.7 | Indust. de l'enregistrement sonore |
| Broadcasting | -16.7 | -20.0 | 10.9 | 46.1 | 24.5 | 16.7 | -1.7 | -12.7 | Radiotélévision |
| Telecommunications services | 14.2 | 9.2 | 13.2 | 6.3 | 10.3 | 21.1 | 19.0 | 0.9 | Services de télécommunications |
| Information/data processing | -9.1 | -5.8 | 10.2 | 12.4 | 5.5 | 25.2 | 27.4 | -3.1 | Information/traitement des données |
| Total | 8.5 | 5.4 | 8.9 | 12.1 | 2.8 | 7.8 | 9.3 | 0.8 | Total |
| Full-time | 9.8 | 5.6 | 7.9 | 13.6 | 4.0 | 5.6 | 8.0 | 0.5 | Plein temps |
| Part-time | 1.4 | 4.6 | 15.4 | 4.3 | -4.2 | 22.2 | 16.3 | 2.5 | Temps partiel |
| Overall economy growth rates (%) | | | | | | | | Taux de croissance de l'économie totale (%) | |
| Total | 1.8 | 2.4 | 2.5 | 3.0 | 2.7 | 2.2 | 3.2 | 3.4 | Total |
| Full-time | 1.9 | 1.9 | 2.8 | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 3.2 | 3.5 | Plein temps |
| Part-time | 1.7 | 5.0 | 1.0 | -0.7 | 1.5 | 1.2 | 3.3 | 2.7 | Temps partiel |

Chart A6. Employment¹

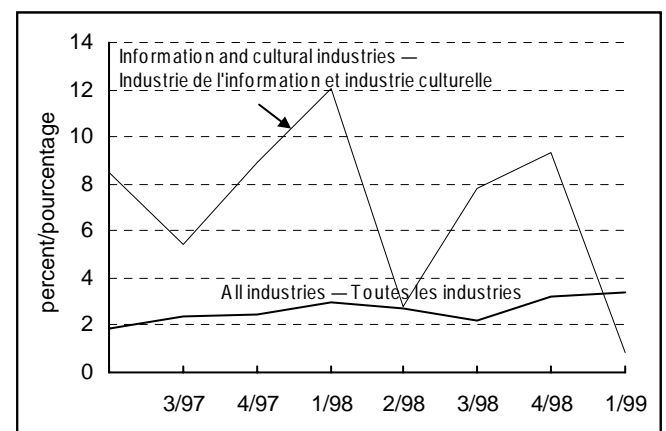
Graphique A6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart A7. Employment growth rates²

Graphique A7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table A3. Communications, average wages and salaries

Tableau A3. Communications, rémunération

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| current dollars per year — dollars courants par année | | | | | | | | | |
| All employees | | | | | | | | | Tous les employés |
| Broadcasting | 43,756 | 43,490 | 44,066 | 43,551 | 43,268 | 42,936 | 42,710 | 42,891 | Diffusion |
| Carriers/other telecom. | 44,593 | 44,491 | 44,888 | 44,893 | 44,782 | 44,279 | 43,629 | 44,098 | Transmission/autres télécom. |
| Postal/courier services | 26,901 | 26,937 | 26,738 | 27,048 | 27,349 | 27,232 | 27,084 | 27,813 | Services postaux/messagerie |
| Total communications | 36,736 | 36,646 | 37,624 | 36,876 | 36,874 | 36,571 | 36,167 | 36,742 | Total communications |
| Overall economy | 31,182 | 31,165 | 31,151 | 31,499 | 31,547 | 31,467 | 31,600 | 31,473 | Économie totale |
| Analytical table — Tableau analytique | | | | | | | | | |
| from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | | |
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Broadcasting | 1.3 | -0.6 | 1.3 | -1.2 | -0.6 | -0.8 | -0.5 | 0.4 | Diffusion |
| Carriers/other telecom. | 1.2 | -0.2 | 0.9 | 0.0 | -0.2 | -1.1 | -1.5 | 1.1 | Transmission/autres télécom. |
| Postal/courier services | -0.9 | 0.1 | -0.7 | 1.2 | 1.1 | -0.4 | -0.5 | 2.7 | Services postaux/messagerie |
| Total communications | 0.5 | -0.2 | 2.7 | -2.0 | -0.0 | -0.8 | -1.1 | 1.6 | Total communications |
| CPI-adjusted rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation ajustés selon l'IPC (%) |
| Broadcasting | 1.0 | -0.9 | 1.4 | -1.7 | -0.9 | -0.9 | -0.7 | 0.2 | Diffusion |
| Carriers/other telecom. | 0.9 | -0.5 | 1.0 | -0.5 | -0.5 | -1.2 | -1.6 | 0.8 | Transmission/autres télécom. |
| Postal/courier services | -1.2 | -0.1 | -0.7 | 0.6 | 0.8 | -0.5 | -0.7 | 2.4 | Services postaux/messagerie |
| Total communications | 0.2 | -0.5 | 2.7 | -2.5 | -0.3 | -0.9 | -1.3 | 1.3 | Total communications |
| Nominal growth rates (%) | | | | | | | | | Taux de croissance nominaux (%) |
| Overall economy | 0.8 | -0.1 | -0.0 | 1.1 | 0.2 | -0.3 | 0.4 | -0.4 | Économie totale |

Chart A8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in communications

Graphique A8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les communications

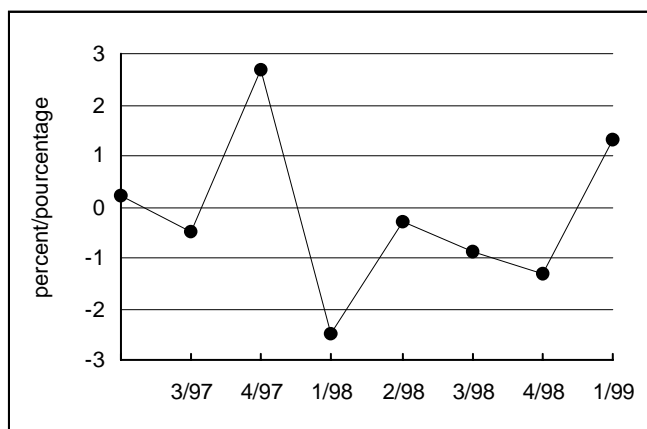
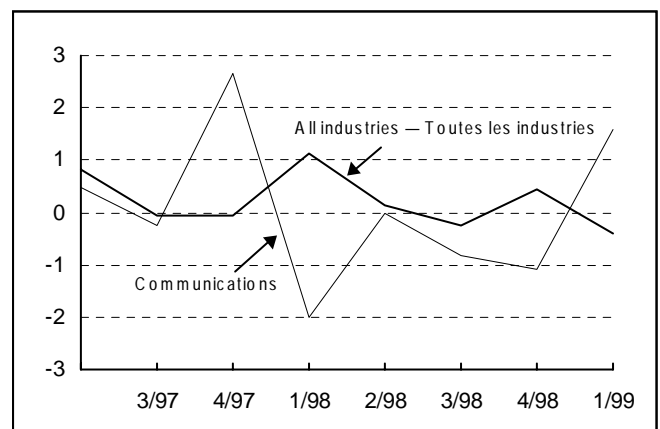


Chart A9. Wage and salary growth rates¹

Graphique A9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

Finance and Insurance Industries

Finance et assurances

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

B. Finance and Insurance Industries

B. Finance et assurances

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this *Services Industry Indicators* portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Finance and Insurance section covers establishments primarily engaged in financial transactions, or in facilitating financial transactions. Included are establishments that are primarily engaged in: financial intermediation; the pooling of risk by underwriting annuities and insurance; and/or providing specialized services that facilitate or support financial intermediation, insurance and employee benefit programs.

Please note that, compared to previous issues of *Services Indicators*, a major difference in coverage for this section is that it now excludes data for the real estate services industry. These data can instead be located in the Other Services Industries section.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de la finance et des assurances couvre les établissements dont l'activité principale consiste à effectuer des opérations financières ou à en faciliter l'exécution. Sont compris les établissements dont l'activité principale est l'intermédiation financière, la mise en commun des risques par la souscription à des contrats d'assurance de rente et à d'autres formes de contrat d'assurance, et(ou) la fourniture de services spécialisés qui facilitent ou complètent des programmes d'intermédiation financière, d'assurance et d'avantages sociaux.

Il convient de souligner que, par rapport aux numéros précédents d'*Indicateurs des services*, on a modifié considérablement la couverture de la présente section, puisque celle-ci ne contient plus les données sur les services immobiliers, qui figurent maintenant dans la section consacrée aux autres industries de services.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Monetary Authorities – Central Bank (NAICS 521)

K7011 Central Bank

Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5221)

K7021 Chartered Banks

K7029 Other Banking-Type Intermediaries

K7031* Trust Companies

K7042 Co-operative Mortgage Companies

K7051 Local Credit Unions

K7099 Other Deposit Accepting Intermediaries

Non-Depository Credit Intermediation Services (NAICS 5222)

K7111 Consumer Loan Companies

K7121 Sales Finance Companies

K7122 Credit Card Companies

K7123 Factoring Companies

K7124* Financial Leasing Companies

K7129 Other Business Financing Companies

K7221 Mortgage Investment Companies

K7229 Other Mortgage Companies

J6591* Second-Hand Merchandise Stores n.e.c.
(pawnshops)**Mortgage and Non-mortgage Loan Brokers (NAICS 5223)**

K7052 Central Credit Unions

K7421 Mortgage Brokers

K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.

R9999* Other Services n.e.c.

Securities, Commodity Contracts, and Other Financial Investment Activities (NAICS 523)

K7031* Trust Companies

K7125 Venture Capital Companies

K7211* Investment (Mutual) Funds

K7212* Retirement Savings Funds

K7214 Investment Companies

K7222* Real Estate Investment Trusts

Autorités monétaires – Banque centrale (SCIAN 521)

K7011 Banque centrale

Intermédiation financière par le biais de dépôts (SCIAN 5221)

K7021 Banques à charte

K7029 Autres intermédiaires de type de bancaire

K7031* Sociétés de fiducie

K7042 Fiducies coopératives de prêt hypothécaire

K7051 Caisses locales d'épargne et de crédit

K7099 Autres intermédiaires de dépôts

Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts (SCIAN 5222)

K7111 Sociétés de prêt à la consommation

K7121 Sociétés de financement des ventes

K7122 Sociétés de cartes de crédit

K7123 Sociétés d'affacturage

K7124* Sociétés de crédit-bail

K7129 Autres sociétés de financement des entreprises

K7221 Sociétés de placement hypothécaire

K7229 Autres sociétés de prêt hypothécaire

J6591* Magasins de marchandises d'occasion n.c.a. (prêteurs sur gage)

Courtiers en prêt hypothécaire et non hypothécaire (SCIAN 52231)

K7052 Caisses centrales d'épargne et de crédit

K7421 Courtiers en prêts hypothécaires

K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.

R9999* Autres services n.c.a.

Valeurs mobilières, contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier connexes (SCIAN 523)

K7031* Sociétés de fiducie

K7125 Société de capital à risque

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)

K7212* Fonds d'épargne-retraite

K7214 Sociétés d'investissement

K7222* Fiducies de placement immobilier

K7291* Trusteed Pension Funds
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.
 K7411 Investment Dealers
 K7412 Stock Brokers
 K7413 Commodity Brokers
 K7431 Stock Exchanges
 K7432 Commodity Exchanges
 K7499* Other Financial Intermediaries n.e.c.
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Insurance Carriers (NAICS 5241)

K7311 Life Insurers
 K7321 Deposit Insurers
 K7331* Health Insurers
 K7339* Other Property & Casualty Insurers

Insurance Agencies and Brokerages (NAICS 5242)

L7611* Insurance & Real Estate Agencies
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Pension Funds (NAICS 5261)

K7213* Segregated Funds
 K7291* Trusteed Pension Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Other Funds and Financial Vehicles (NAICS 5269)

K7211* Investment (Mutual) Funds
 K7212* Retirement Savings Funds
 K7213* Segregated Funds
 K7222* Real Estate Investment Trusts
 K7292* Estate, Trust & Agency Funds
 K7299* Other Investment Intermediaries n.e.c.

Employment data for NAICS categories 521 and 526 are not shown in this section because they are suppressed. This occurs whenever an industry's employment is estimated to be less than 1,500.

K7291* Caisses de retraite en fiducie
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.
 K7411 Négociations de titres
 K7412 Courtiers boursiers
 K7413 Courtiers en marchandises
 K7431 Bourses des valeurs
 K7432 Bourses des marchandises
 K7499* Autres intermédiaires financiers n.c.a.
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Sociétés d'assurance (SCIAN 5241)

K7311 Sociétés d'assurance-vie
 K7321 Sociétés d'assurance-dépôt
 K7331* Sociétés d'assurance-santé
 K7339* Autres sociétés d'assurance-biens et services divers

Agences et courtiers d'assurances et autres activités liées à l'assurance (SCIAN 5242)

L7611* Agences d'assurances et agences immobilières
 M7799* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Caisses de retraite (SCIAN 5261)

K7213* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7291* Fonds d'épargne-retraite
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Autres fonds et instruments financiers (SCIAN 5269)

K7211* Sociétés de placement (fonds mutuels)
 K7212* Fonds d'épargne-retraite
 K7213* Caisses séparées
 K7222* Fiducies de placement immobilier
 K7292* Fonds de succession, de fiducie et d'agence
 K7299* Autres intermédiaires d'investissement n.c.a.

Les données sur l'emploi pour catégories les 521 et 526 du SCIAN ne figurent pas dans cette section parce qu'elles ont été supprimées. Cela se produit lorsqu'on estime que l'emploi dans une industrie sera inférieur à 1,500.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Chartered Banks and Other Deposit-Accepting Institutions (701, 702, 709)

Trust Companies and Deposit-Accepting Mortgage Companies (703, 704)

Credit Unions (705)

Insurance (73)

Other Financial Intermediaries (71, 72, 74)

Real Estate Operators (except Developers) (75)

Insurance and Real Estate Agents (76)

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Banques à charte et autres intermédiaires financiers de dépôts (701, 702, 709)

Sociétés de fiducie et sociétés de prêt hypothécaire des dépôts (703, 704)

Caisses d'épargne et de crédit (705)

Assurances (73)

Autres intermédiaires financiers (71, 72, 74)

Services immobiliers (sauf les lotisseurs) (75)

Agences d'assurances et agences immobilières (76)

Finance and Insurance

Highlights — 1st Quarter 1999

- Following three quarters of moderate growth, GDP in the finance, insurance and real estate sector fell by 0.2% this quarter. Although output rose by 2.8% in the real estate and insurance agents industry, it declined for banks, credit unions, insurance companies and other financial intermediaries.
- The finance, insurance and real estate sector's GDP was 1.3% higher this quarter than it was four quarters ago — about half the rate of growth that was recorded for the entire economy in the same period. The most sizeable output increases, compared to one year ago, occurred in the other financial intermediaries industry (+4.6%) and the real estate and insurance agents industry (+2.9%). Meanwhile, although the output of insurance companies and credit unions rose marginally, the GDP of the banking industry shrank slightly.
- The average wage and salary in the finance, insurance and real estate sector (\$39,459) this quarter was virtually unchanged compared to the previous quarter. Remuneration rose most rapidly this quarter for employees of insurance companies (1.9%) and real estate operators (1.0%). However, after having risen for several consecutive quarters, the average remuneration in credit unions did fall this quarter by 1.5%.
- As well, average remuneration in the other financial intermediaries industry dropped 2.6% this quarter — the seventh decline in the last eight quarters. Indeed, average wages and salaries in this industry were 14.1% lower this quarter than they were in the first quarter of 1997.

Key Services Indicators (change from last quarter)

| | |
|-------------|--------|
| Employment* | ↑ 7.0% |
| Salaries | ↑ 0.1% |
| GDP | ↓ 0.2% |

* From same quarter last year.

Finance et assurances

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Après trois trimestres de croissance modérée, le PIB dans le secteur des finances, des assurances et de l'immobilier a reculé de 0,2 % au premier trimestre de 1999. Bien que les agents immobiliers et les agents d'assurance aient accru leur production de 2,8 %, celle-ci a diminué dans les banques, les coopératives de crédit, les sociétés d'assurance et autres intermédiaires financiers.
- Entre le premier trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des finances, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 1,3 %, ce taux correspondant environ à la moitié du taux de croissance pour l'ensemble de l'économie durant la même période. Les gains les plus marqués durant cette période d'un an ont été observés dans le secteur des autres intermédiaires financiers (+4,6 %) et chez les agents immobiliers et agents d'assurance (+2,9 %). La production des sociétés d'assurance et des coopératives de crédit a elle aussi légèrement augmenté, mais le PIB des banques a légèrement diminué.
- Au premier trimestre, la rémunération moyenne dans le secteur des finances, des assurances et de l'immobilier (39 459 \$) est demeurée pratiquement inchangée par rapport au trimestre précédent. Ce sont les employés des sociétés d'assurance et les exploitants immobiliers qui ont bénéficié des plus fortes hausses ce trimestre-ci, leur rémunération augmentant respectivement de 1,9 % et 1,0 %. À l'inverse, la rémunération moyenne des employés des coopératives de crédit a diminué de 1,5 % au premier trimestre, après plusieurs trimestres consécutifs à la hausse.
- De plus, la rémunération moyenne dans les autres intermédiaires financiers a chuté de 2,6 % au premier trimestre, ceci constituant la septième baisse au cours des huit derniers trimestres. De fait, la rémunération moyenne dans ce secteur a diminué de 14,1 % depuis le premier trimestre de 1997.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

| | |
|--------------|---------|
| Emploi* | ↑ 7,0 % |
| Rémunération | ↑ 0,1 % |
| PIB | ↓ 0,2 % |

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Finance and insurance sector employment rose by 13,000 this quarter, due entirely to a sharp increase in full-time jobs. The most sizeable employment increases occurred in the insurance services (+12,000 jobs) and securities, commodity contracts, and other financial investment activities (+5,000). These job gains were offset somewhat by the loss of 6,000 positions in non-depository credit intermediation services.
- Compared to the first quarter of 1998, the workforce of the finance and insurance sector has expanded by 41,000, an increase of 7.0%. About half of these jobs were added in depository credit intermediation services which are, for the most part, offered by chartered banks. Over the past four quarters, there was also an 8.8% increase in employment in securities, commodity contracts, and other financial investment activities, and a 5.0% gain in the workforce providing insurance services.
- Au premier trimestre, 13 000 emplois ont été créés dans le secteur des finances et des assurances, tous étant des emplois à temps plein. Les gains les plus notables ont été enregistrés dans les services d'assurance (+12 000 emplois), ainsi que les valeurs mobilières, les contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier (+5 000). Ces gains ont été quelque peu neutralisés par la perte de 6 000 postes dans le secteur de l'intermédiation financière non faite par le biais de dépôts.
- Comparativement au premier trimestre de 1998, les effectifs dans le secteur des finances et des assurances se sont accrus de 41 000, ce qui représente une augmentation de 7,0 %. Près de la moitié de ces emplois ont été créés dans les services d'intermédiation financière par le biais de dépôts, lesquels sont offerts pour la plupart par les banques à charte. Au cours des quatre derniers trimestres, on a observé également une hausse de 8,8 % de l'emploi dans les valeurs mobilières, les contrats de marchandises et autres activités d'investissement financier, ainsi qu'une augmentation de 5,0 % dans les services d'assurance.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

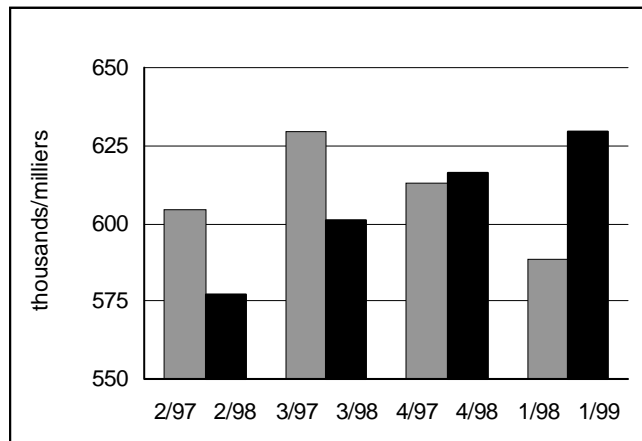


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

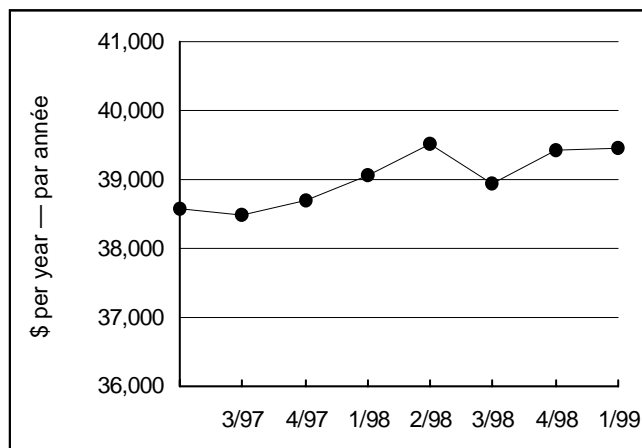
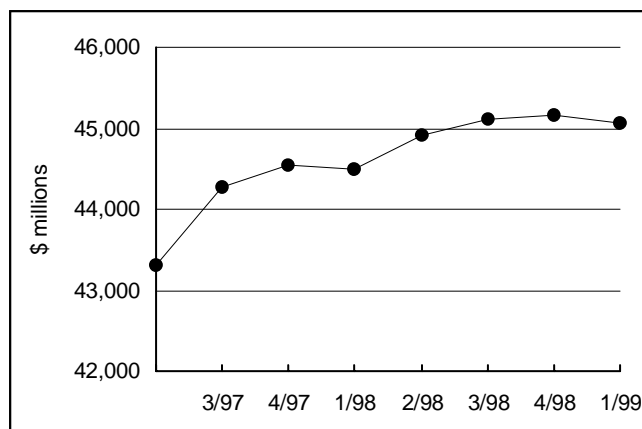


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost

Tableau B1. Finance, assurances et services immobiliers, PIB annualisé au coût des facteurs

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | | |
| Annualized GDP (s.a.) | | | | | | | | | PIB annualisé (dés.) |
| Banks* | 21,378 | 22,120 | 22,432 | 22,560 | 22,659 | 22,756 | 22,667 | 22,540 | Banques* |
| Credit unions | 1,661 | 1,664 | 1,672 | 1,681 | 1,687 | 1,702 | 1,712 | 1,707 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 8,452 | 8,414 | 8,439 | 8,320 | 8,275 | 8,336 | 8,505 | 8,407 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | 6,452 | 6,754 | 6,870 | 6,914 | 7,073 | 7,117 | 7,249 | 7,231 | Autres interm. financiers |
| Real est. and insur. agents | 5,365 | 5,308 | 5,135 | 5,031 | 5,214 | 5,203 | 5,037 | 5,178 | Serv. imm. et courtiers d'ass. |
| Total group | 43,308 | 44,260 | 44,548 | 44,506 | 44,908 | 45,114 | 45,170 | 45,063 | Total du groupe |
| Overall economy | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 | Économie totale |

Analytical table — Tableau analytique

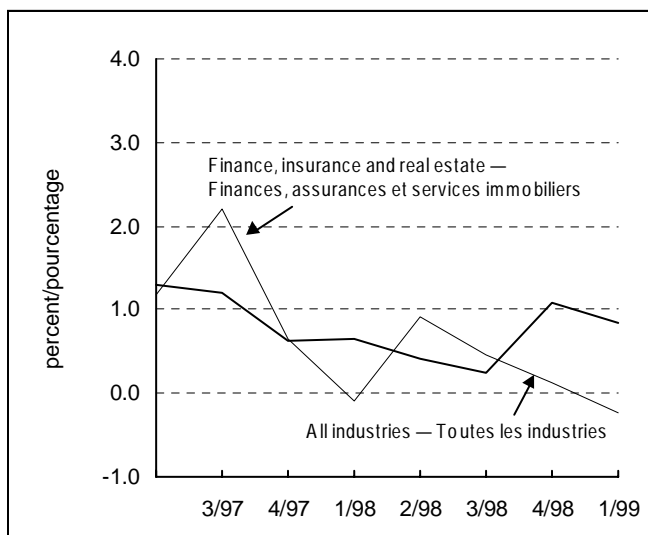
| | % growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | |
|---|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------------------------|
| | | | | | | | | | |
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Banks* | 2.1 | 3.5 | 1.4 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | -0.4 | -0.6 | Banques* |
| Credit unions | 0.1 | 0.2 | 0.5 | 0.5 | 0.4 | 0.9 | 0.6 | -0.3 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 0.6 | -0.4 | 0.3 | -1.4 | -0.5 | 0.7 | 2.0 | -1.2 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | 1.3 | 4.7 | 1.7 | 0.6 | 2.3 | 0.6 | 1.9 | -0.2 | Autres interm. financiers |
| Real est. and insur. agents | -1.1 | -1.1 | -3.3 | -2.0 | 3.6 | -0.2 | -3.2 | 2.8 | Serv. imm. et courtiers d'ass. |
| Total group | 1.2 | 2.2 | 0.7 | -0.1 | 0.9 | 0.5 | 0.1 | -0.2 | Total du groupe |
| Overall economy | 1.3 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 1.1 | 0.8 | Économie totale |
| % of Canada's GDP — % du PIB du Canada | | | | | | | | | |
| Banks* | 3.08 | 3.14 | 3.17 | 3.17 | 3.17 | 3.17 | 3.13 | 3.08 | Banques* |
| Credit unions | 0.24 | 0.24 | 0.24 | 0.24 | 0.24 | 0.24 | 0.24 | 0.23 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 1.22 | 1.20 | 1.19 | 1.17 | 1.16 | 1.16 | 1.17 | 1.15 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | 0.93 | 0.96 | 0.97 | 0.97 | 0.99 | 0.99 | 1.00 | 0.99 | Autres interm. financiers |
| Real est. and insur. agents | 0.77 | 0.75 | 0.73 | 0.71 | 0.73 | 0.73 | 0.69 | 0.71 | Serv. imm. et courtiers d'ass. |
| Total group | 6.23 | 6.29 | 6.29 | 6.24 | 6.28 | 6.29 | 6.23 | 6.16 | Total du groupe |

* Includes the central bank, banks and other deposit accepting institutions.

* Inclut la banque centrale, les banques et les autres établissements de dépôts.

Chart B4. GDP nominal growth rates

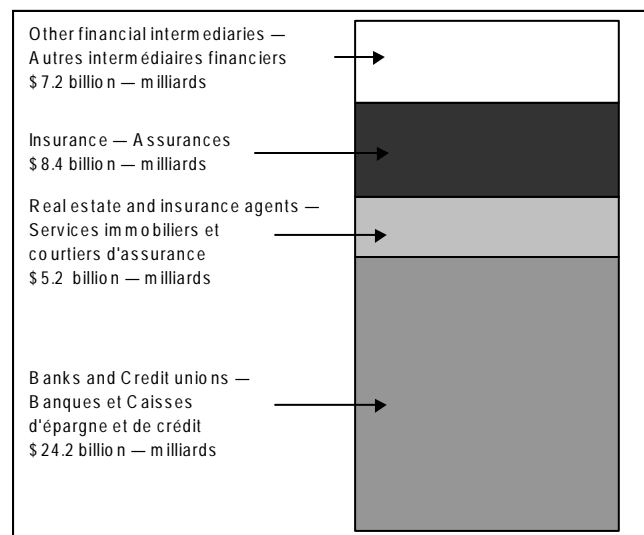
Graphique B4. Taux nominaux de croissance du PIB



See definitions and concepts at the end of publication

Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries

Graphique B5. Production du groupe de finance, assurances et services immobiliers



Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B2. Finance and insurance industries, employment

Tableau B2. Finance et assurances, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| thousands — milliers | | | | | | | | | |
| Employment | | | | | | | | Emploi | |
| Depository credit intermediation | 301 | 302 | 296 | 286 | 279 | 296 | 308 | 307 | Interm. fin. par le biais de dépôts |
| Non-depository credit intermediation | 19 | 20 | 19 | 18 | 20 | 22 | 24 | 18 | Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts |
| Activities related to credit interm. | 5 | 7 | 5 | 5 | 4 | 5 | 6 | 8 | Activités liées à l'intermédiation fin. |
| Securities/commodity contracts | 67 | 82 | 80 | 82 | 77 | 79 | 84 | 89 | Valeurs mobil./contrats de march. |
| Insurance services | 212 | 217 | 211 | 196 | 195 | 198 | 193 | 205 | Assurances |
| Total | 604 | 629 | 613 | 588 | 577 | 601 | 616 | 629 | Total |
| Full-time | 530 | 550 | 536 | 520 | 508 | 528 | 535 | 552 | Plein temps |
| Part-time | 74 | 80 | 78 | 69 | 69 | 73 | 82 | 77 | Temps partiel |
| Self employment* | 60 | 63 | 54 | 47 | 43 | 50 | 51 | 54 | Travail autonome* |

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

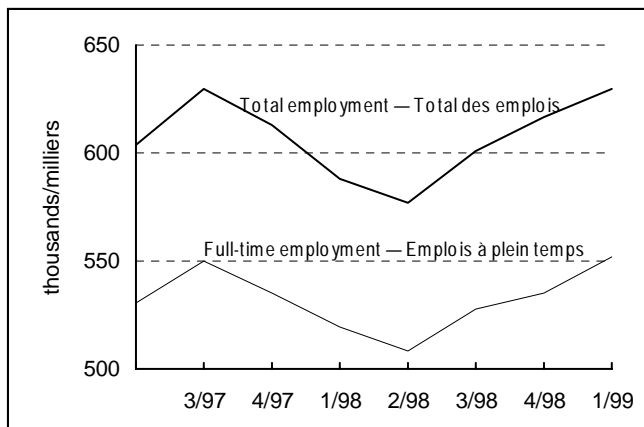
| | Rates of change (%) | | | Rates of change (%) | | | | Taux de variation (%) | |
|---|---------------------|------------|------------|---------------------|-------------|-------------|------------|-----------------------|--|
| Depository credit intermediation | 2.6 | 2.7 | -2.8 | -6.8 | -7.1 | -2.0 | 3.9 | 7.2 | Interm. fin. par le biais de dépôts |
| Non-depository credit intermediation | 2.1 | -11.1 | -1.1 | -3.7 | 4.6 | 8.5 | 29.2 | -3.8 | Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts |
| Activities related to credit interm. | 84.6 | 69.2 | 47.2 | 65.5 | -14.6 | -30.3 | 5.7 | 56.3 | Activités liées à l'intermédiation fin. |
| Securities/commodity contracts | -7.9 | 23.3 | 38.1 | 50.2 | 15.0 | -3.9 | 4.6 | 8.8 | Valeurs mobil./contrats de march. |
| Insurance services | 2.2 | 4.2 | 4.5 | -4.4 | -8.0 | -9.1 | -8.7 | 4.9 | Assurances |
| Total | 1.5 | 5.3 | 4.1 | -0.1 | -4.5 | -4.5 | 0.5 | 7.0 | Total |
| Full-time | 0.9 | 4.1 | 4.6 | 1.7 | -4.2 | -4.0 | -0.1 | 6.3 | Plein temps |
| Part-time | 6.0 | 14.2 | 0.8 | -11.8 | -6.2 | -8.1 | 4.9 | 12.5 | Temps partiel |
| Self employment* | 17.5 | 25.3 | 14.7 | -8.9 | -27.6 | -20.6 | -4.6 | 14.3 | Travail autonome* |
| Overall economy growth rates (%) | | | | | | | | | |
| Total | 1.8 | 2.4 | 2.5 | 3.0 | 2.7 | 2.2 | 3.2 | 3.4 | Taux de croissance de l'économie totale (%) |
| Full-time | 1.9 | 1.9 | 2.8 | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 3.2 | 3.5 | Plein temps |
| Part-time | 1.7 | 5.0 | 1.0 | -0.7 | 1.5 | 1.2 | 3.3 | 2.7 | Temps partiel |
| Self-employment | 11.9 | 11.9 | 4.8 | 0.4 | -0.8 | 1.7 | 5.8 | 6.7 | Travail autonome |

* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart B6. Employment¹

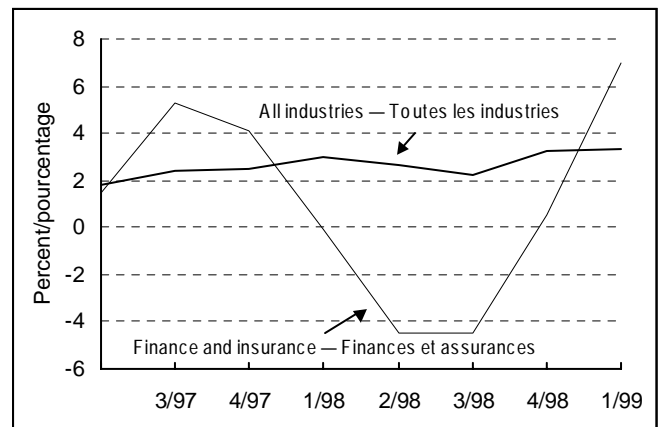
Graphique B6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted. Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart B7. Employment growth rates²

Graphique B7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year. Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table B3. Finance, insurance and real estate, average wages and salaries

Tableau B3. Finance, assurances et services immobiliers, rémunération

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------------------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| All employees | current dollars per year — dollars courants par année | | | | | | | | Tous les employés |
| Chartered banks | 34,748 | 34,553 | 35,105 | 35,465 | 35,480 | 35,542 | 35,984 | 35,962 | Banques à charte |
| Trust/mortg. companies | 33,396 | 35,448 | 35,577 | 35,760 | 36,068 | 35,898 | 36,382 | 36,157 | Sociétés de fiducie et hypoth. |
| Credit unions | 32,114 | 33,155 | 33,755 | 35,080 | 35,407 | 35,841 | 36,114 | 35,566 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 43,469 | 42,593 | 43,443 | 45,400 | 47,091 | 46,164 | 46,383 | 47,274 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | 53,205 | 52,008 | 51,690 | 50,985 | 51,993 | 49,557 | 49,398 | 48,131 | Autres interm. financiers |
| Real estate operators | 30,077 | 30,261 | 29,802 | 29,334 | 28,724 | 28,852 | 30,250 | 30,565 | Services immobiliers |
| Agents (ins. & real est.) | 35,349 | 36,142 | 35,821 | 36,161 | 36,628 | 36,449 | 36,435 | 36,688 | Agences (assur./immob.) |
| Total | 38,568 | 38,480 | 38,701 | 39,066 | 39,528 | 38,935 | 39,434 | 39,459 | Total |
| Overall economy | 31,182 | 31,165 | 31,151 | 31,499 | 31,547 | 31,467 | 31,600 | 31,473 | Économie totale |
| Analytical table — Tableau analytique | | | | | | | | | |
| Rates of change (%) | from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Chartered banks | 0.9 | -0.6 | 1.6 | 1.0 | 0.0 | 0.2 | 1.2 | -0.1 | Banques à charte |
| Trust/mortg. companies | 0.5 | 6.1 | 0.4 | 0.5 | 0.9 | -0.5 | 1.3 | -0.6 | Sociétés de fiducie et hypoth. |
| Credit unions | 1.7 | 3.2 | 1.8 | 3.9 | 0.9 | 1.2 | 0.8 | -1.5 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 1.9 | -2.0 | 2.0 | 4.5 | 3.7 | -2.0 | 0.5 | 1.9 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | -5.1 | -2.2 | -0.6 | -1.4 | 2.0 | -4.7 | -0.3 | -2.6 | Autres interm. financiers |
| Real estate operators | 5.0 | 0.6 | -1.5 | -1.6 | -2.1 | 0.4 | 4.8 | 1.0 | Services immobiliers |
| Agents (ins. & real est.) | -1.3 | 2.2 | -0.9 | 0.9 | 1.3 | -0.5 | -0.0 | 0.7 | Agences (assur./immob.) |
| Total | -0.1 | -0.2 | 0.6 | 0.9 | 1.2 | -1.5 | 1.3 | 0.1 | Total |
| CPI-adjusted rates of change (%) | Taux de variation ajustés selon l'IPC (%) | | | | | | | | |
| Chartered banks | 0.6 | -0.8 | 1.7 | 0.5 | -0.2 | 0.1 | 1.1 | -0.3 | Banques à charte |
| Trust/mortg. companies | 0.1 | 5.9 | 0.4 | 0.0 | 0.6 | -0.6 | 1.2 | -0.9 | Sociétés de fiducie et hypoth. |
| Credit unions | 1.4 | 3.0 | 1.9 | 3.4 | 0.7 | 1.1 | 0.6 | -1.8 | Caisses d'épargne et crédit |
| Insurance | 1.6 | -2.3 | 2.1 | 3.9 | 3.5 | -2.1 | 0.3 | 1.7 | Assurances |
| Other finan. intermediaries | -5.3 | -2.5 | -0.6 | -1.9 | 1.7 | -4.8 | -0.5 | -2.8 | Autres interm. financiers |
| Real estate operators | 4.7 | 0.4 | -1.5 | -2.1 | -2.3 | 0.3 | 4.7 | 0.8 | Services immobiliers |
| Agents (ins. & real est.) | -1.6 | 2.0 | -0.8 | 0.4 | 1.0 | -0.6 | -0.2 | 0.4 | Agences (assur./immob.) |
| Total | -0.4 | -0.5 | 0.6 | 0.4 | 0.9 | -1.6 | 1.1 | -0.2 | Total |
| Nominal growth rates (%) | Taux de croissance nom. (%) | | | | | | | | |
| Overall economy | 0.8 | -0.1 | -0.0 | 1.1 | 0.2 | -0.3 | 0.4 | -0.4 | Économie totale |

Chart B8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted)

Graphique B8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC)

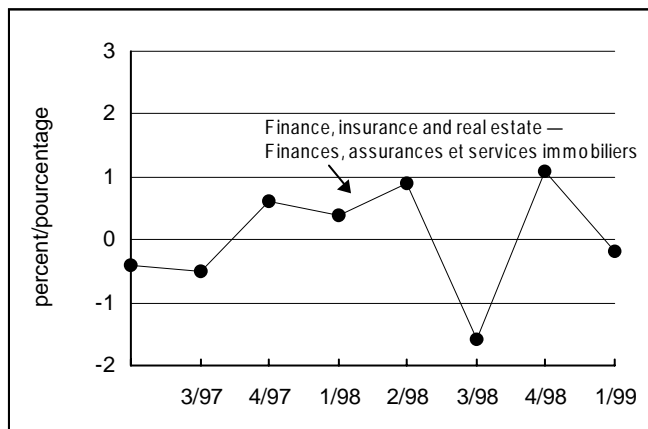
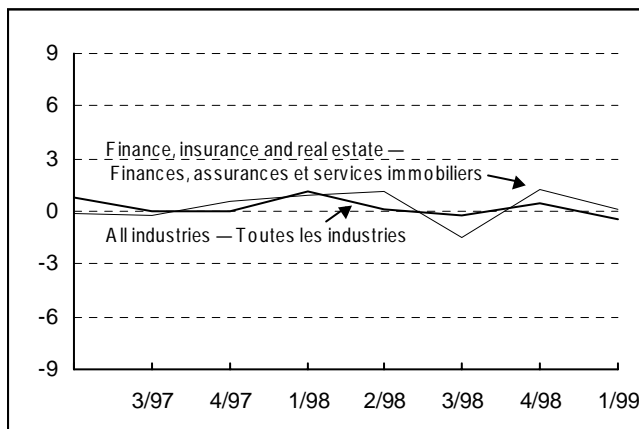


Chart B9. Wage and salary growth rates¹

Graphique B9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication



Custom Totalisations Tabulations spéciales

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

**Professional, Scientific
and Technical Services
Industries**

**Services professionnels,
scientifiques et
techniques**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

C. Professional, Scientific and Technical Services Industries

C. Services professionnels, scientifiques et techniques

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Professional, Scientific and Technical Services section offers coverage of establishments primarily engaged in activities where human capital is the major input. This sector's industries are each defined by the training and expertise of the service provider, and expertise is what each of these industries sells. The distinguishing feature of this sector is that most of its industries have production processes that are wholly dependent on worker skills, therefore equipment and materials are relatively less important. Nevertheless, this section's industry coverage resembles that which was offered in the business services sections of previous issues of *Services Indicators*.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur des services professionnels, scientifiques et techniques comprend les établissements dont l'activité principale repose sur le capital humain, qui constitue de ce fait le principal facteur de production. Les différentes classes de ce secteur sont définies en fonction de l'expertise et de la formation du fournisseur de service, et l'expertise est ce que vend chacun de ces établissements. Ce secteur se distingue par le fait qu'il comprend surtout des établissements dont les procédés de production dépendent entièrement des compétences des employés et dans lesquels le matériel et l'outillage jouent un rôle relativement moins important. Néanmoins, la couverture de ce secteur est semblable à celle des sections sur les services aux entreprises des numéros antérieurs d'*Indicateurs des services*.

Vous trouverez la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Legal Services (NAICS 5411)

M7761* Offices Of Lawyers & Notaries
 M7799* Other Business Services n.e.c.
 R9999* Other Services n.e.c.

Accounting, Tax Preparation, Bookkeeping and Payroll Services (NAICS 5412)

M7731 Offices Of Chartered & Certified Accountants
 M7739* Other Accounting & Bookkeeping

Architectural, Engineering and Related Services (NAICS 5413)

A0229* Other Services Inc to Agricultural Crops
 F4499* Other Services Inc. to Construction n.e.c.
 G4513* Non-Scheduled Air Transport Specialty Service
 M7751 Offices Of Architects
 M7752 Offices Of Engineers
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.
 P8684* Public Health Laboratories

Specialized Design Services (NAICS 5414)

M7749* Other Advertising Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Computer Systems Design and Related Services (NAICS 5415)

M7721* Computer Services

Management, Scientific and Technical Consulting Services (NAICS 5416)

A0231* Agricultural Management & Consulting Services
 M7711* Employment Agencies
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 M7771* Management Consulting Services
 M7799* Other Business Services n.e.c.

Scientific Research and Development Services (NAICS 5417)

A0239* Other Services Inc. to Agriculture n.e.c.
 B0321* Services Incidental to Fishing
 M7759* Other Scientific & Technical Services
 O8599* Other Educational Services
 P8693 Health Care Research Agencies
 P8694* Social Service Planning & Advocacy Agencies

Services juridiques (SCIAN 5411)

M7761* Études d'avocats et de notaires
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 R9999* Autres services n.c.a.

Services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paie (SCIAN 5412)

M7731 Bureaux de comptables et d'experts-comptables
 M7739* Autres services de comptabilité et de tenue de livres

Architecture, génie et services connexes (SCIAN 5413)

A0229* Autres services relatifs aux cultures
 F4499* Autres services relatifs à la construction n.c.a.
 G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)
 M7751 Bureaux d'architectes
 M7752 Bureaux d'ingénieurs
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 P8684* Laboratoires de santé publique

Services spécialisés de design (SCIAN 5414)

M7749* Autres services de publicité
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Conception de systèmes informatiques et services connexes (SCIAN 5415)

M7721* Services d'informatique

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (SCIAN 5416)

A0231* Services de gestion agricole d'experts-conseils
 M7711* Bureaux de placement
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 M7771* Bureaux de conseils en gestion
 M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Services de recherche et de développement scientifiques (SCIAN 5417)

A0239* Autres services relatifs à l'agriculture n.c.a.
 B0321* Services relatifs à la pêche
 M7759* Autres services scientifiques et techniques
 O8599* Autres services d'enseignement
 P8693 Organismes de recherche pour les soins de santé
 P8694* Organismes de planification et de soutien des services sociaux

R9999* Other Services n.e.c.

Advertising and Related Services (NAICS 5418)

M7741 Advertising Agencies

M7742 Media Representatives

M7743 Outdoor Display & Billboard Advertising

M7749* Other Advertising Services

M7771* Management Consulting Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

Other Professional, Scientific and Technical Services (NAICS 5419)

A0211 Veterinary Services

M7749* Other Advertising Services

M7759* Other Scientific & Technical Services

M7799* Other Business Services n.e.c.

R9931 Photographers

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Computer and Related Services (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Advertising Services (774)

Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services (775)

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

R9999* Autres services n.c.a.

Publicité et services connexes (SCIAN 5418)

M7741 Agences de publicité

M7742 Représentants de médias

M7743 Étalages et panneaux d'affichage publicitaire en extérieur

M7749* Autres services de publicité

M7771* Bureaux de conseil en gestion

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

Autres services professionnels, scientifiques et techniques (SCIAN 5419)

A0211 Services vétérinaires

M7749* Autres services de publicité

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.

R9931 Photographes

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services informatiques et services connexes (772)

Services de comptabilité (773)

Services de publicité (774)

Bureaux d'architectes, d'ingénieurs et autres services scientifiques et techniques (775)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Services divers fournis aux entreprises (771, 777, 779)

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output in the business services sector grew at a healthy rate of 2.0% this quarter, more than double the GDP growth rate recorded for the entire economy. This was largely propelled by continued expansion in the computer services industry, where output rose 6.2%. As well, after declining in the last two quarters of 1998, output rose this quarter by 2.2% in the accounting and legal services industry. These increases more than offset the 0.8% decline in GDP for the architectural, engineering and other scientific and technical services industry.
- The GDP of the computer services industry has risen by a very rapid 20.8% since the first quarter of 1998. This far surpassed the accounting and legal services industry which witnessed output growth of just 0.6% over the last year. By comparison, the GDP of the entire economy increased 2.6% over this same four quarter period.
- Although total employment in professional, scientific and technical services was virtually unchanged from last quarter, there were some shifts in the mix of this sector's workforce. 12,000 full-time jobs were added this quarter, while 14,000 part-time positions were shed. Moreover, sizeable job gains were recorded in computer systems design (+20,000 jobs), and in accounting, tax preparation, bookkeeping and payroll services (+12,000). Meanwhile, employment fell sharply this quarter in advertising and related services (-12,000) and in management, scientific and technical consulting services (-8,000).

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- Au premier trimestre, la production dans le secteur des services aux entreprises a fait un gain appréciable de 2,0 %, ce qui est plus de deux fois supérieur à la croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie. Ce gain est en grande partie attribuable à l'expansion continue du secteur des services informatiques, dont la production s'est accrue de 6,2 %. En outre, après avoir diminué durant les deux derniers trimestres de 1998, la production dans les services de comptabilité et les services juridiques a augmenté de 2,2 % au premier trimestre de 1999. Ces hausses ont plus que compensé pour la baisse de 0,8 % du PIB dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques.
- Depuis le premier trimestre de 1998, le PIB du secteur des services informatiques a fait un bond de 20,8 %, ce qui est de loin supérieur à l'augmentation (0,6 %) dans les services de comptabilité et services juridiques. À titre de comparaison, le PIB de l'ensemble de l'économie a augmenté de 2,6 % au cours des quatre derniers trimestres.
- Bien que l'emploi total dans les services professionnels, scientifiques et techniques soit demeuré pratiquement inchangé depuis le dernier trimestre, on a observé certains changements dans la répartition des emplois : ainsi, 12 000 emplois à temps plein ont été créés, alors que 14 000 emplois à temps partiel ont été perdus. Des gains importants ont été réalisés dans la conception de systèmes informatiques (+20 000 emplois), ainsi que dans les services de comptabilité, de préparation des déclarations de revenus, de tenue de livres et de paye (+12 000). En revanche, l'emploi a fortement diminué dans la publicité et services connexes (-12 000), ainsi que dans les services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques (-8 000).

Key Services Indicators (change from last quarter)

| | |
|-------------|--------|
| Employment* | ↑ 9.2% |
| Salaries | ↑ 0.3% |
| GDP | ↑ 2.0% |

* From same quarter last year.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

| | |
|--------------|---------|
| Emploi* | ↑ 9,2 % |
| Rémunération | ↑ 0,3 % |
| PIB | ↑ 2,0 % |

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Compared to the first quarter of 1998, total employment in the professional, scientific and technical services sector has risen by 78,000. Virtually all of the added jobs were full-time positions. Indeed, 87.3% of the sector's jobs are now full-time, up markedly from 83.7% just four quarters ago.
- Average wages and salaries in the business services sector edged up 0.3% this quarter. This was impressive given that average remuneration in the overall economy dipped by 0.4%. The sector's largest gains were posted in the management consulting services (+1.1%) and computer services (+1.0%) industries. Meanwhile, average remuneration dropped 2.2% in the accounting services industry.
- Comparing to four quarters ago, the business services industries' remuneration levels have risen by 2.4%, unlike in the rest of the economy where they are almost unchanged from the first quarter 1998. This could be due to the sector's shift towards more full-time positions, and fewer part-time jobs. In this period, average wages and salaries rose most significantly in accounting services (+5.5%), computer services (+5.2%), advertising services (+3.9%).
- Comparativement au premier trimestre de 1998, les effectifs dans les services professionnels, scientifiques et techniques se sont accrus de 78 000, la presque totalité de ces emplois créés étant des emplois à temps plein. De fait, 87,3 % des emplois dans ce secteur sont aujourd'hui à temps plein, ce qui est nettement supérieur au taux de 83,7 % observé il y a quatre trimestres.
- La rémunération moyenne dans le secteur des services aux entreprises a progressé de 0,3 % au premier trimestre, ce qui est appréciable compte tenu du fait que la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie a régressé de 0,4 %. Les gains les plus marqués ont été enregistrés dans les secteurs des services de conseils en gestion (+1,1 %) et des services informatiques (+1,0 %). Par contre, la rémunération moyenne a chuté de 2,2 % dans les services de comptabilité.
- Depuis le premier trimestre de 1998, les taux de rémunération dans le secteur des services aux entreprises ont progressé de 2,4 %, tandis qu'ils sont restés pratiquement inchangés dans le reste de l'économie. Ces résultats pourraient s'expliquer par l'accroissement des emplois à temps plein et la réduction des emplois à temps partiel dans ce secteur. Durant cette période, les gains les plus notables au titre de la rémunération ont été observés dans les services de comptabilité (+5,5 %), les services informatiques (+5,2 %) et les services de publicité (+3,9 %).

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

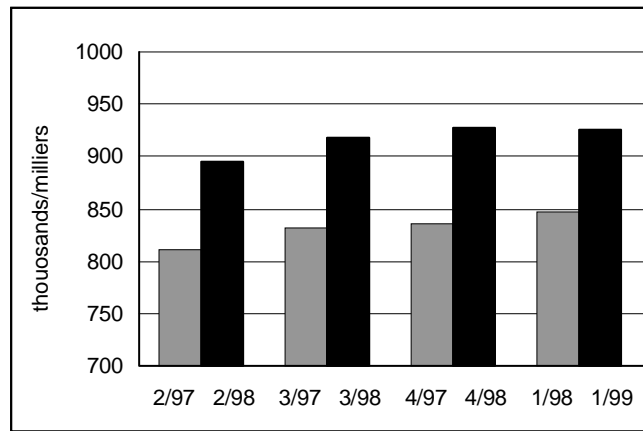


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

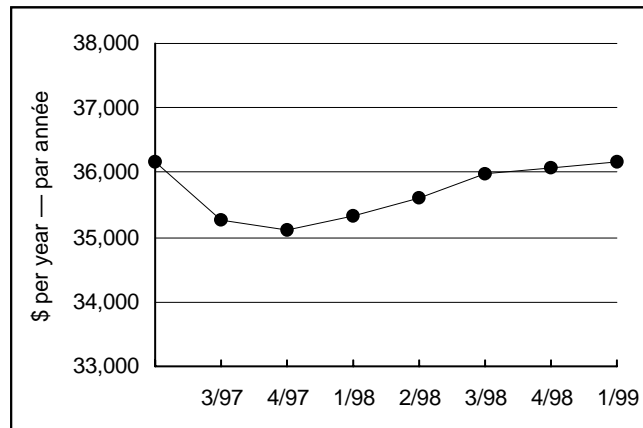
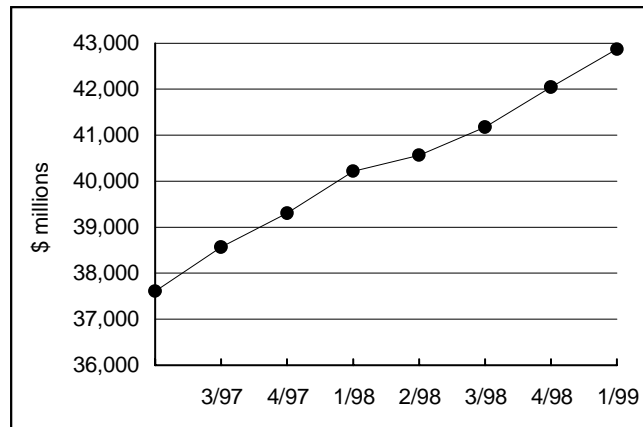


Chart C3. GDP

Graphique C3. PIB



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C1. Business services, annualized GDP at factor cost

Tableau C1. Services aux entreprises, PIB annualisé au coût des facteurs

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | | |
| Annualized GDP (s.a.) | | | | | | | | | PIB annualisé (dés.) |
| Computer services | 7,819 | 8,129 | 8,287 | 8,626 | 8,815 | 9,227 | 9,809 | 10,420 | Services informatiques |
| Advertising services | 2,083 | 2,106 | 2,161 | 2,276 | 2,273 | 2,287 | 2,296 | 2,322 | Services de publicité |
| Architectural and other scientific services | 8,738 | 9,152 | 9,514 | 9,721 | 9,768 | 9,848 | 9,937 | 9,861 | Services d'architecture et autres services scientifiques |
| Accounting and legal serv. | 7,535 | 7,573 | 7,519 | 7,540 | 7,606 | 7,507 | 7,421 | 7,583 | Serv. de comptabilité et juridiques |
| Misc. business services* | 11,451 | 11,605 | 11,802 | 12,054 | 12,117 | 12,317 | 12,560 | 12,678 | Services divers aux entreprises* |
| Total business services | 37,626 | 38,565 | 39,283 | 40,217 | 40,579 | 41,186 | 42,023 | 42,864 | Total serv. aux entreprises |
| Overall economy | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 | Économie totale |

Analytical table — Tableau analytique

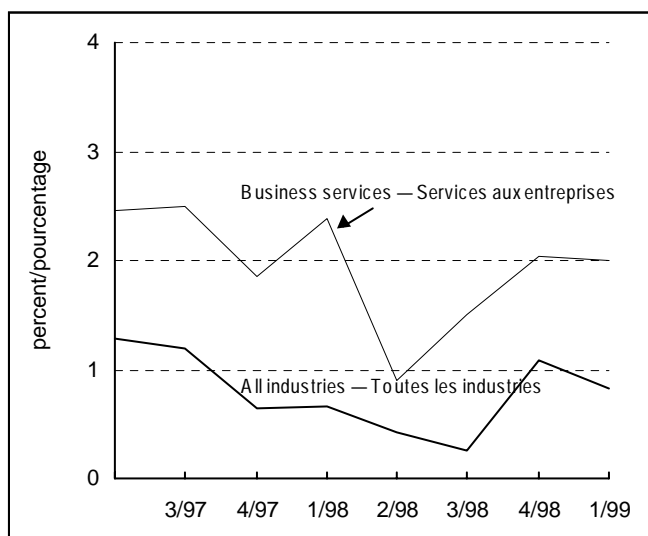
| | % growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | |
|---|---|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--|
| | Rates of change (%) | | | | | | | | |
| Computer services | 4.9 | 4.0 | 1.9 | 4.1 | 2.2 | 4.7 | 6.3 | 6.2 | Services informatiques |
| Advertising services | 4.7 | 1.1 | 2.6 | 5.3 | -0.1 | 0.6 | 0.4 | 1.1 | Services de publicité |
| Architectural and other scientific services | 2.8 | 4.7 | 4.0 | 2.2 | 0.5 | 0.8 | 0.9 | -0.8 | Services d'architecture et autres services scientifiques |
| Accounting and legal serv. | -1.4 | 0.5 | -0.7 | 0.3 | 0.9 | -1.3 | -1.1 | 2.2 | Serv. de comptabilité et juridiques |
| Misc. business services* | 2.8 | 1.3 | 1.7 | 2.1 | 0.5 | 1.7 | 2.0 | 0.9 | Services divers aux entreprises* |
| Total business services | 2.5 | 2.5 | 1.9 | 2.4 | 0.9 | 1.5 | 2.0 | 2.0 | Total serv. aux entreprises |
| Overall economy | 1.3 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 1.1 | 0.8 | Économie totale |
| % of Canada's GDP — % du PIB du Canada | | | | | | | | | |
| Computer services | 1.1 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.3 | 1.4 | 1.4 | Services informatiques |
| Advertising services | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | Services de publicité |
| Architectural and other scientific services | 1.3 | 1.3 | 1.3 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | 1.3 | Services d'architecture et autres services scientifiques |
| Accounting and legal serv. | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | Serv. de comptabilité et juridiques |
| Misc. business services* | 1.6 | 1.6 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | 1.7 | Services divers aux entreprises* |
| Total business services | 5.4 | 5.5 | 5.5 | 5.6 | 5.7 | 5.7 | 5.8 | 5.9 | Total serv. aux entreprises |

* Includes the following SIC-E's: 771, 777 and 779.

* Comprend les groupes suivants de CTI-E : 771, 777 et 779.

Chart C4. GDP nominal growth rates

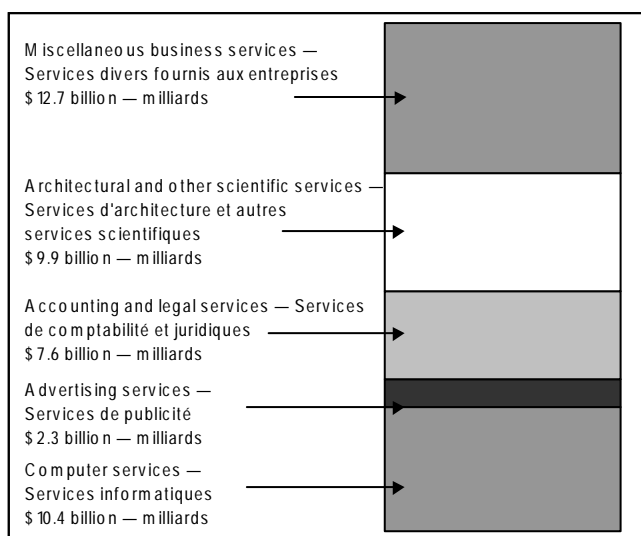
Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB



See definitions and concepts at the end of publication

Chart C5. Output of business services group of industries

Graphique C5. Production des services aux entreprises



Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C2. Professional, scientific and technical services industries, employment

Tableau C2. Services professionnels, scientifiques et techniques, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|----------------------------------|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|---------------------------------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| Employment | thousands — milliers | | | | | | | Emploi | |
| Legal services | 113 | 114 | 110 | 110 | 124 | 134 | 120 | 115 | Services juridiques |
| Accounting-related services | 111 | 99 | 99 | 110 | 114 | 109 | 118 | 130 | Comptabilité et services connexes |
| Archit./engineering services | 160 | 164 | 156 | 146 | 165 | 174 | 173 | 172 | Architecture/génie |
| Specialized design services | 43 | 49 | 46 | 48 | 47 | 44 | 45 | 37 | Services spécialisés de design |
| Computer systems design | 161 | 162 | 175 | 181 | 177 | 195 | 202 | 222 | Conception de syst. informatiques |
| Mngt/sci/tech'l consulting | 94 | 103 | 108 | 117 | 127 | 120 | 118 | 110 | Conseils en gestion, scient. et tech. |
| Scientific R&D services | 18 | 20 | 21 | 19 | 17 | 17 | 17 | 26 | Services de R&D scientifiques |
| Advertising services | 58 | 65 | 67 | 63 | 65 | 67 | 74 | 62 | Publicité |
| Other prof'l/sci/tech'l services | 55 | 56 | 54 | 55 | 58 | 58 | 62 | 53 | Autres serv. prof., scient. et tech. |
| Total | 811 | 831 | 835 | 848 | 894 | 917 | 928 | 926 | Total |
| Full-time | 693 | 710 | 700 | 710 | 758 | 789 | 796 | 808 | Plein temps |
| Part-time | 118 | 122 | 136 | 138 | 137 | 129 | 132 | 118 | Temps partiel |
| Self employment* | 316 | 325 | 322 | 342 | 355 | 350 | 353 | 353 | Travail autonome* |

Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

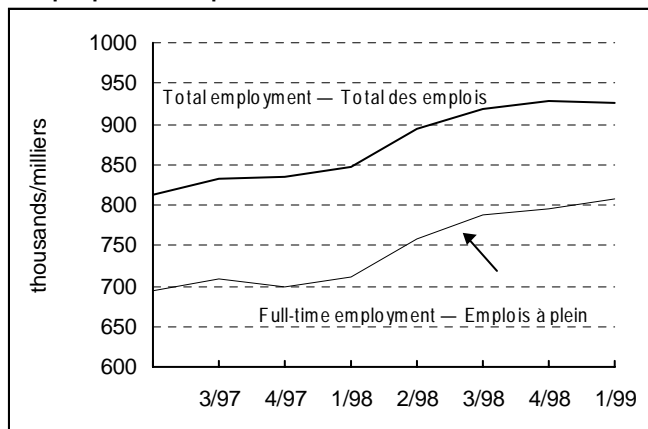
| | Rates of change (%) | | | Rates of change (%) | | | | Taux de variation (%) | | |
|---|---------------------|------------|------------|---------------------|-------------|-------------|---|-----------------------|---------------------------------------|--|
| Legal services | 9.0 | 1.4 | -4.5 | -2.8 | 9.5 | 18.2 | 9.9 | 3.9 | Services juridiques | |
| Accounting-related services | 3.1 | -7.1 | -8.3 | -5.9 | 3.1 | 9.8 | 19.0 | 18.6 | Comptabilité et services connexes | |
| Archit./engineer. services | 16.8 | 16.4 | 2.6 | -4.3 | 3.2 | 6.2 | 10.8 | 18.3 | Architecture/génie | |
| Specialized design services | -4.9 | -0.6 | -11.2 | 9.2 | 10.6 | -9.5 | -2.8 | -22.9 | Services spécialisés de design | |
| Computer systems design | 30.6 | 20.7 | 34.0 | 24.7 | 10.1 | 20.4 | 15.3 | 22.6 | Conception de syst. informatiques | |
| Mngt/sci/tech'l consulting | 7.5 | 12.8 | 7.5 | 19.2 | 35.7 | 16.4 | 9.3 | -5.8 | Conseils en gestion, scient. et tech. | |
| Scientific R&D services | 44.6 | 51.1 | 20.8 | 6.2 | -5.7 | -16.4 | -18.2 | 36.2 | Services de R&D scientifiques | |
| Advertising services | -7.1 | 0.6 | 22.9 | 29.4 | 13.0 | 2.2 | 10.8 | -1.9 | Publicité | |
| Other prof'l/sci/tech'l services | -3.5 | 2.8 | 17.2 | 22.1 | 5.6 | 3.4 | 13.4 | -3.3 | Autres serv. prof., scient. et tech. | |
| Total | 10.4 | 8.5 | 7.7 | 8.6 | 10.2 | 10.3 | 11.1 | 9.2 | Total | |
| Full-time | 9.8 | 8.4 | 7.1 | 6.9 | 9.3 | 11.1 | 13.7 | 13.8 | Plein temps | |
| Part-time | 14.1 | 9.1 | 11.4 | 18.8 | 15.7 | 5.5 | -2.5 | -14.3 | Temps partiel | |
| Self employment* | 19.1 | 19.2 | 13.9 | 12.6 | 12.5 | 7.7 | 9.8 | 3.5 | Travail autonome* | |
| Overall economy growth rates (%) | | | | | | | Taux de croissance de l'économie globale (%) | | | |
| Total | 1.8 | 2.4 | 2.5 | 3.0 | 2.7 | 2.2 | 3.2 | 3.4 | Total | |
| Full-time | 1.9 | 1.9 | 2.8 | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 3.2 | 3.5 | Plein temps | |
| Part-time | 1.7 | 5.0 | 1.0 | -0.7 | 1.5 | 1.2 | 3.3 | 2.7 | Temps partiel | |
| Self employment | 11.9 | 11.9 | 4.8 | 0.4 | -0.8 | 1.7 | 5.8 | 6.7 | Travail autonome | |

* The self-employed include incorporated and unincorporated owners. The self-employed are also included in the full-time and part-time categories.

* La catégorie des emplois autonomes comprend les propriétaires constitués et non constitués. Elles recouvrent aussi l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel.

Chart C6. Employment¹

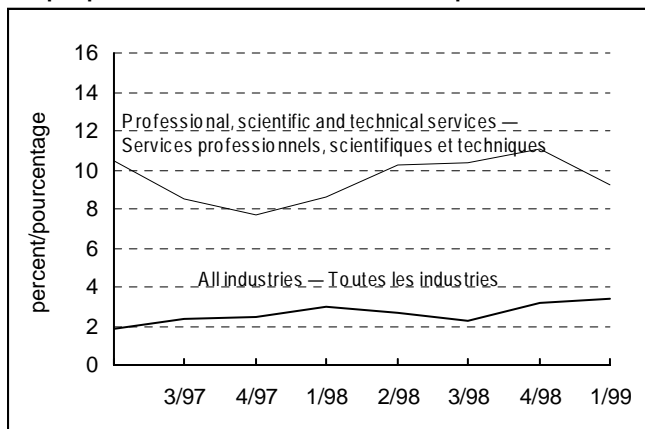
Graphique C6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted. Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart C7. Employment growth rates²

Graphique C7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year. Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table C3. Business services, average wages and salaries

Tableau C3. Services aux entreprises, rémunération

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|---------------------------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| | current dollars per year — dollars courants par année | | | | | | | |
| All employees | | | | | | | | Employés |
| Computer services | 47,374 | 45,811 | 45,983 | 45,702 | 46,262 | 47,579 | 47,611 | 48,076 |
| Accounting services | 33,787 | 33,360 | 33,470 | 32,271 | 34,014 | 34,632 | 34,821 | 34,047 |
| Advertising services | 33,493 | 32,121 | 31,670 | 31,085 | 31,196 | 31,562 | 32,074 | 32,287 |
| Archit./engin. services | 46,203 | 44,541 | 44,282 | 44,762 | 44,426 | 44,212 | 44,377 | 44,439 |
| Lawyers and notaries | 36,255 | 34,699 | 35,000 | 35,482 | 35,854 | 36,800 | 37,059 | 36,781 |
| Employment agencies | 25,153 | 24,940 | 24,435 | 24,726 | 25,313 | 25,360 | 25,506 | 25,291 |
| Mngt. consulting services | 37,780 | 36,050 | 36,277 | 37,388 | 37,226 | 37,187 | 37,253 | 37,678 |
| Other business services | 28,023 | 27,905 | 27,607 | 27,757 | 27,624 | 27,920 | 27,728 | 27,852 |
| Total | 36,158 | 35,261 | 35,114 | 35,334 | 35,604 | 35,968 | 36,060 | 36,176 |
| Overall economy | 31,182 | 31,165 | 31,151 | 31,499 | 31,547 | 31,467 | 31,600 | 31,473 |
| | | | | | | | | Économie totale |

Analytical table — Tableau analytique

| | from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | |
|---|--|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| Rates of change (%) | Taux de variation (%) | | | | | | | |
| Computer services | 4.0 | -3.3 | 0.4 | -0.6 | 1.2 | 2.8 | 0.1 | 1.0 |
| Accounting services | 8.7 | -1.3 | 0.3 | -3.6 | 5.4 | 1.8 | 0.5 | -2.2 |
| Advertising services | -2.1 | -4.1 | -1.4 | -1.8 | 0.4 | 1.2 | 1.6 | 0.7 |
| Archit./engin. services | 1.6 | -3.6 | -0.6 | 1.1 | -0.8 | -0.5 | 0.4 | 0.1 |
| Lawyers and notaries | 5.1 | -4.3 | 0.9 | 1.4 | 1.0 | 2.6 | 0.7 | -0.8 |
| Employment agencies | 5.1 | -0.8 | -2.0 | 1.2 | 2.4 | 0.2 | 0.6 | -0.8 |
| Mngt. consulting services | 2.7 | -4.6 | 0.6 | 3.1 | -0.4 | -0.1 | 0.2 | 1.1 |
| Other business services | 2.4 | -0.4 | -1.1 | 0.5 | -0.5 | 1.1 | -0.7 | 0.4 |
| Total | 3.3 | -2.5 | -0.4 | 0.6 | 0.8 | 1.0 | 0.3 | 0.3 |
| CPI-adjusted rates of change (%) | Taux de variation ajustés selon l'IPC (%) | | | | | | | |
| Computer services | 3.7 | -3.5 | 0.4 | -1.1 | 1.0 | 2.7 | -0.1 | 0.7 |
| Accounting services | 8.4 | -1.5 | 0.4 | -4.1 | 5.1 | 1.7 | 0.4 | -2.5 |
| Advertising services | -2.4 | -4.3 | -1.3 | -2.4 | 0.1 | 1.1 | 1.5 | 0.4 |
| Archit./engin. services | 1.3 | -3.8 | -0.5 | 0.5 | -1.0 | -0.6 | 0.2 | -0.1 |
| Lawyers and notaries | 4.7 | -4.5 | 0.9 | 0.8 | 0.8 | 2.5 | 0.5 | -1.0 |
| Employment agencies | 4.8 | -1.1 | -2.0 | 0.6 | 2.1 | 0.1 | 0.4 | -1.1 |
| Mngt. consulting services | 2.4 | -4.8 | 0.7 | 2.5 | -0.7 | -0.2 | 0.0 | 0.9 |
| Other business services | 2.1 | -0.7 | 0.1 | 0.0 | -0.7 | 1.0 | -0.9 | 0.2 |
| Total | 3.0 | -2.7 | -0.4 | 0.1 | 0.5 | 0.9 | 0.1 | 0.1 |
| Nominal growth rates (%) | Taux nom. de variation (%) | | | | | | | |
| Overall economy | 0.8 | -0.1 | -0.0 | 1.1 | 0.2 | -0.3 | 0.4 | -0.4 |
| | | | | | | | | Économie totale |

Chart C8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique C8. Taux de croissance réels (ajustés selon l'IPC)

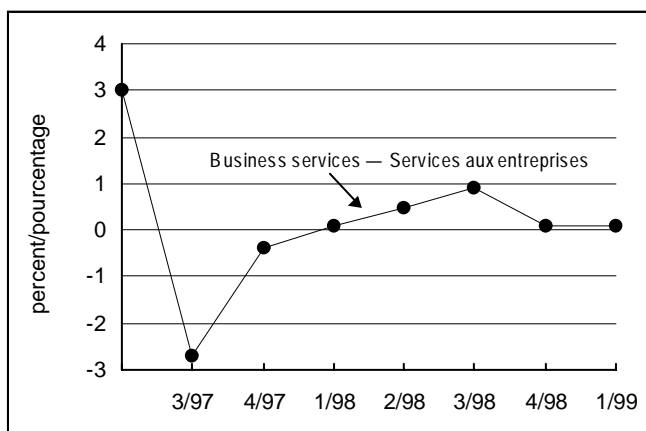
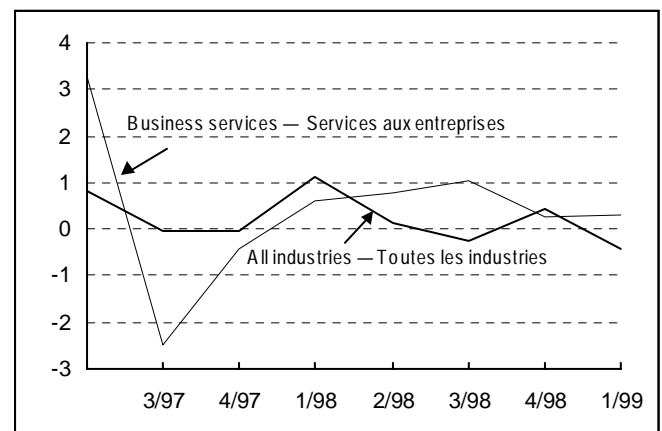


Chart C9. Nominal wage and salary growth rates
Graphique C9. Taux nominaux de croissance



**Accommodation and
Food Services Industries**

**Hébergement et services
de restauration**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

D. Accommodation and Food Services Industries

D. Hébergement et services de restauration

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

This Accommodation and Food Services section covers establishments that are primary engaged in providing short-term lodging and complementary services to travellers and vacationers in facilities such as hotels and motels. This sector also comprises establishments that mainly prepare meals, snacks and beverages, to customer order, for immediate consumption.

Compared to the corresponding section of previous *Services Indicators*, this section required only slight modifications due to the fact that the industry's coverage under NAICS closely resembles that which was offered under the SIC-based coding structure.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le secteur de l'hébergement et des services de restauration comprend les établissements dont l'activité principale consiste à fournir de l'hébergement de courte durée et des services complémentaires à des voyageurs et des vacanciers dans des installations telles que des hôtels et des motels. Ce secteur comprend aussi les établissements dont l'activité principale consiste à préparer des repas, des repas légers et des boissons commandés par les clients pour consommation immédiate.

Comparativement à la section correspondante des numéros précédents d'*Indicateurs des services*, la présente section ne comporte que de légères modifications, car la couverture du secteur est presque la même aux termes du SCIAN que selon la CTI.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Accommodation Services (NAICS 721)

Q9111 Hotels & Motor Hotels
 Q9112 Motels
 Q9113 Tourist Courts & Cabins
 Q9114 Guest Houses & Tourist Homes
 Q9121 Lodging Houses & Residential Clubs
 Q9131 Camping Grounds & Travel Trailer Parks
 Q9141 Outfitters (Hunting & Fishing Camps)
 Q9149* Other Recreation & Vacation Camps

Full-Service Restaurants (NAICS 722)

Q9211* Restaurants, Licensed
 Q9212 Restaurants, Unlicensed (Incl Drive-Ins)
 Q9213 Take-Out Food Services
 Q9214 Caterers
 Q9221 Taverns, Bars & Night Clubs

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System" on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Traveler Accommodation Services (91)

- Hotels, Motels and Tourist Courts (911)
- Lodging Houses and Residential Clubs (912)
- Camping Grounds and Travel Trailer Parks (913)
- Recreation and Vacation Camps (914)

Food and Beverage Services Industries (92)

- Food Services (921)
- Taverns, Bars and Nightclubs (922)

Services d'hébergement (SCIAN 721)

Q9111 Hôtels et auberges routières
 Q9112 Motels
 Q9113 Camps et cabines pour touristes
 Q9114 Petits hôtels
 Q9121 Pensions de famille et hôtels privés
 Q9131 Terrains de camping et parcs à roulettes
 Q9141 Camps de chasse et de pêche
 Q9149* Autres camps de vacances

Services de restauration et débits de boissons (SCIAN 722)

Q9211* Restaurants avec permis de boissons
 Q9212 Restaurants sans permis de boissons (y compris les restovolants)
 Q9213 Services de mets à emporter
 Q9214 Traiteurs
 Q9221 Tavernes, bars et boîtes de nuit

Pour d'autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l'article intitulé «Coup d'œil sur le nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services d'hébergement des voyageurs (91)

- Hôtels, motels et camps pour touristes (911)
- Pensions de famille et hôtels privés (912)
- Terrains de camping et parcs à roulettes (913)
- Camps de vacances (914)

Industries de la restauration (92)

- Services de restauration (921)
- Tavernes, bars et boîtes de nuit (922)

Accommodation and Food Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output in the traveler accommodation services industry shrank by 1.5% this quarter, after having grown by 4.1% in the fourth quarter of 1998. Meanwhile, the food and beverage services industry's GDP rose by 0.7%, a rate closely resembling that for the overall economy.
- Having declined in three of the last four quarters, accommodation services industry output was 1.7% lower this quarter than in the first quarter of 1998. Meanwhile, food and beverage services industry output rose by just 0.3%. These growth rates were well below that for the overall economy, which expanded its output by 2.6% over the past year.
- Lower output in accommodation services may have prompted some job losses, as industry employment declined from 184,000 to 175,000. Furthermore, relative to the first quarter of 1998, the accommodation services workforce is now 4.4% smaller. By comparison, employment in the overall economy expanded by 3.4% over the same one-year period.
- For six consecutive quarters, employment levels have been fairly stable in restaurants and other food services. Although the industry shed 4,000 jobs this quarter, employment is now 0.9% higher than it was four quarters ago. However, there have been sizeable job losses in taverns, bars and nightclubs. Employment in this industry dropped by 8.9% this quarter. Moreover, since the first quarter of 1998, 19.6% of the industry's jobs have been lost.
- Following declines in five of the six previous quarters, average wages and salaries in traveler accommodations services rose by 1.5% in the first quarter of 1999. Despite the recent increase, average remuneration in this industry remains 5.1% lower than it was in the second quarter of 1997.

Key Services Indicators (change from last quarter)

| | |
|-------------|--------|
| Employment* | ↓ 1.3% |
| GDP | ↑ 0.0% |

* From same quarter last year.

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- La production dans les services d'hébergement des voyageurs a diminué de 1,5 % au présent trimestre, après avoir fait un bond de 4,1 % au quatrième trimestre de 1998. Durant la même période, le PIB du secteur des services de restauration a augmenté de 0,7 %, soit un taux comparable à la croissance de l'ensemble de l'économie.
- Les baisses observées dans le secteur des services d'hébergement durant trois des quatre derniers trimestres porte à 1,7 % le recul enregistré depuis le premier trimestre de 1998. Dans les services de restauration, la production a augmenté d'un maigre 0,3 %, ce qui est nettement inférieur au taux de croissance de l'ensemble de l'économie au cours de la dernière année (2,6 %).
- La diminution de la production dans les services d'hébergement pourrait être à l'origine de certaines pertes d'emplois, dont le nombre est passé de 184 000 à 175 000. Depuis le premier trimestre de 1998, les effectifs ont été réduits de 4,4 %. À l'opposé, l'emploi dans l'ensemble de l'économie a progressé de 3,4 % durant cette même période.
- Pendant six trimestres consécutifs, les niveaux d'emploi sont demeurés relativement stables dans les restaurants et autres services de restauration et, malgré la perte de 4 000 emplois au présent trimestre, l'emploi est en hausse de 0,9 % par rapport au premier trimestre de 1998. Cependant, des pertes d'emplois importantes ont été observées dans les brasseries, les bars et les boîtes de nuit. Dans ce secteur, l'emploi a diminué de 8,9 % au présent trimestre et de 19,6 % depuis le premier trimestre de 1998.
- Après avoir diminué pendant cinq des six derniers trimestres, la rémunération moyenne dans les services d'hébergement des voyageurs s'est accrue de 1,5 % au premier trimestre de 1999. En dépit de cette récente hausse, la rémunération moyenne dans ce secteur demeure 5,1 % inférieure à ce qu'elle était au deuxième trimestre de 1997.

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

| | |
|---------|---------|
| Emploi* | ↓ 1,3 % |
| PIB | ↑ 0,0 % |

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

- Average remuneration in the food and beverage services industry fell 0.9% this quarter. Yet, the industry's average wage and salary is now 2.7% higher than it was four quarters ago. This increase may be due a shift away from part-time employment, as the proportion of the industry's jobs that are full-time rose from 53.1% in the first quarter of 1998 to 56.1% this quarter.
- Dans les services de restauration, la rémunération moyenne a diminué de 0,9 % au premier trimestre. Malgré ce recul, la rémunération moyenne dans ce secteur affiche un gain de 2,7 % par rapport au premier trimestre de 1998. Cette augmentation pourrait s'expliquer par un changement en faveur des emplois à temps plein, la proportion des emplois à temps plein étant passée de 53,1 % au premier trimestre de 1998 à 56,1 %, ce trimestre-ci.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

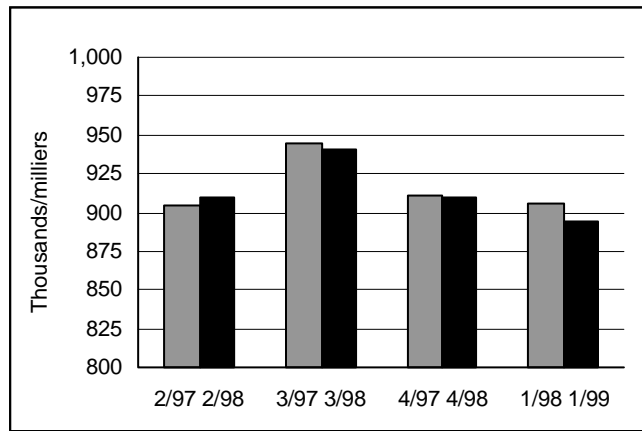


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

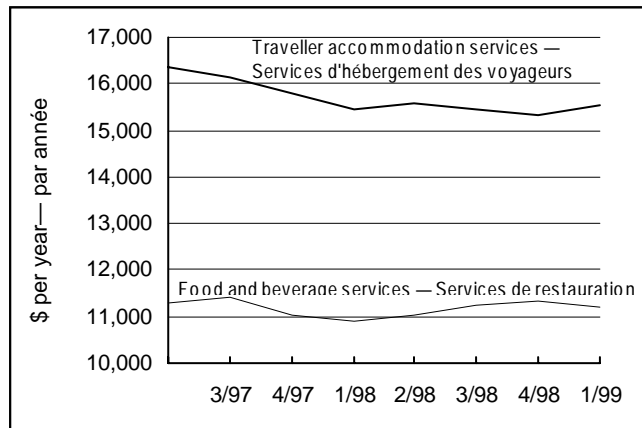
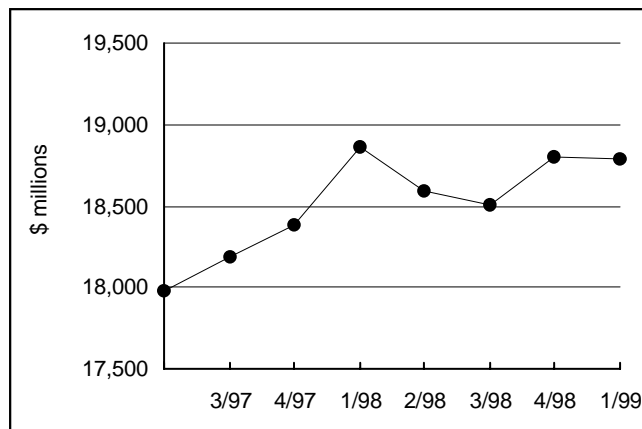


Chart D3. Real GDP

Graphique D3. PIB réel



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table D1. Travel accommodation and food services, annualized GDP at factor cost

Tableau D1. Services d'hébergement des voyageurs et de restauration, PIB annualisé au coût des facteurs

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | | |
| Annualized GDP (s.a.) | | | | | | | | PIB annualisé (dés.) | |
| Accommodation services | 5,920 | 5,875 | 5,970 | 6,252 | 6,091 | 5,998 | 6,243 | 6,147 | Services d'hébergement |
| Food and beverage serv. | 12,062 | 12,313 | 12,412 | 12,606 | 12,499 | 12,509 | 12,554 | 12,642 | Services de restauration |
| Traveler accommodation and food services | 17,982 | 18,188 | 18,382 | 18,858 | 18,590 | 18,507 | 18,797 | 18,789 | Services d'hébergement des voyageurs et de restauration |
| Overall economy | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 | Économie totale |

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre

| Rates of change (%) | | | | | | | | Taux de variation (%) | |
|---|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|-----------------------|--|
| Accommodation services | 1.6 | -0.8 | 1.6 | 4.7 | -2.6 | -1.5 | 4.1 | -1.5 | Services d'hébergement |
| Food and beverage serv. | 1.7 | 2.1 | 0.8 | 1.6 | -0.8 | 0.1 | 0.4 | 0.7 | Services de restauration |
| Traveler accommodation and food services | 1.7 | 1.1 | 1.1 | 2.6 | -1.4 | -0.4 | 1.6 | 0.0 | Services d'hébergement des voyageurs et de restauration |
| Overall economy | 1.3 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 1.1 | 0.8 | Économie totale |

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

| | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| Accommodation services | 0.85 | 0.84 | 0.84 | 0.88 | 0.85 | 0.84 | 0.86 | 0.84 | Services d'hébergement |
| Food and beverage serv. | 1.74 | 1.75 | 1.75 | 1.77 | 1.75 | 1.74 | 1.73 | 1.73 | Services de restauration |
| Traveler accommodation and food services | 2.59 | 2.59 | 2.60 | 2.65 | 2.60 | 2.58 | 2.59 | 2.57 | Services d'hébergement des voyageurs et de restauration |

Chart D4. GDP nominal growth rates

Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB

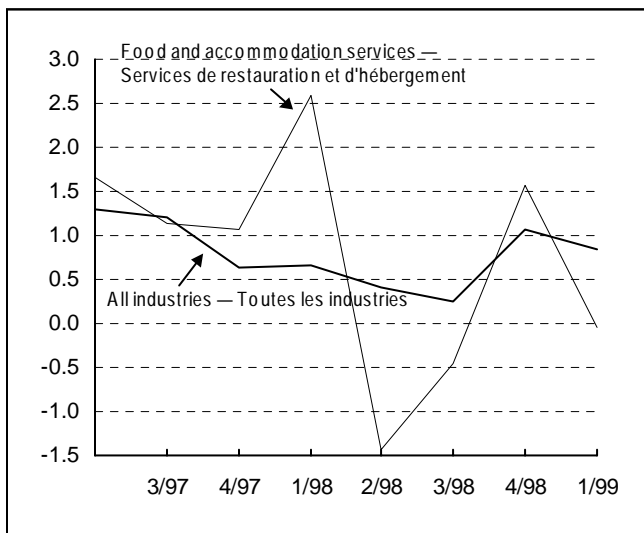
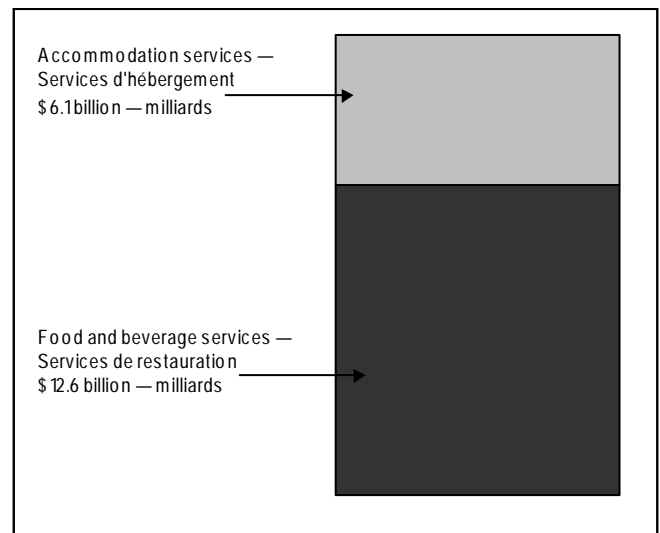


Chart D5. Output of food and accommodation services industries

Graphique D5. Production des industries de la restauration et de l'hébergement



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table D2. Accommodation and food services industries, employment

Tableau D2. Hébergement et services de restauration, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|------------------------------------|----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| | thousands — milliers | | | | | | | |
| Employment | | | | | | | | Emploi |
| Accommodation services | 196 | 225 | 191 | 183 | 192 | 224 | 184 | 175 Services d'hébergement |
| Restaurants/other food services | 665 | 673 | 674 | 672 | 675 | 675 | 682 | 678 Restaurants/autres services de restauration |
| Drinking places (alcoholic bever.) | 44 | 47 | 46 | 51 | 43 | 42 | 45 | 41 Débits de boissons (alcoolisées) |
| Total | 905 | 944 | 911 | 906 | 909 | 941 | 910 | 894 Total |
| Full-time | 549 | 604 | 547 | 531 | 562 | 636 | 557 | 532 Plein temps |
| Part-time | 355 | 340 | 365 | 374 | 347 | 305 | 354 | 362 Temps partiel |

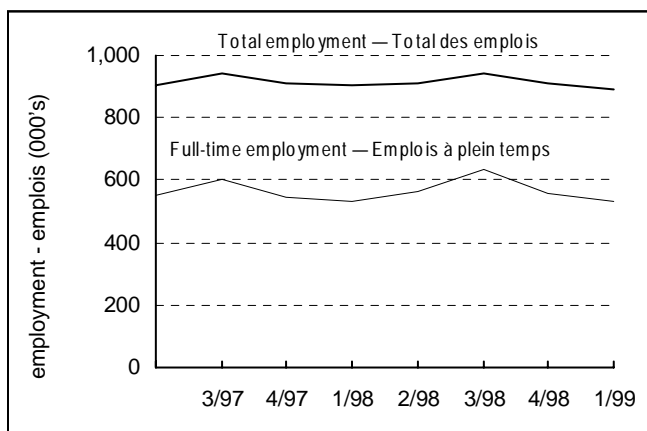
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

| | Rates of change (%) | | | Rates of change (%) | | | | Taux de variation (%) | |
|---|---------------------|------------|------------|---------------------|------------|-------------|-------------|-----------------------|--|
| Accommodation services | 9.1 | 5.8 | 13.1 | 11.2 | -1.7 | -0.2 | -3.9 | -4.6 | Services d'hébergement |
| Restaurants/other food services | -2.4 | -0.9 | 4.1 | 6.3 | 1.4 | 0.4 | 1.1 | 0.9 | Restaurants/autres services de restauration |
| Drinking places (alcoholic bever.) | -3.3 | 4.0 | 14.8 | 21.8 | -2.5 | -11.5 | -2.4 | -19.1 | Débits de boissons (alcoolisées) |
| Total | -0.2 | 0.9 | 6.4 | 8.1 | 0.5 | -0.3 | -0.1 | -1.3 | Total |
| Full-time | -1.8 | -3.5 | 3.9 | 8.5 | 2.4 | 5.3 | 1.8 | 0.1 | Plein temps |
| Part-time | 2.4 | 9.7 | 10.3 | 7.5 | -2.4 | -10.3 | -3.0 | -3.3 | Temps partiel |
| Overall economy growth rates (%) | | | | | | | | | Taux de croissance de l'économie totale (%) |
| Total | 1.8 | 2.4 | 2.5 | 3.0 | 2.7 | 2.2 | 3.2 | 3.4 | Total |
| Full-time | 1.9 | 1.9 | 2.8 | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 3.2 | 3.5 | Plein temps |
| Part-time | 1.7 | 5.0 | 1.0 | -0.7 | 1.5 | 1.2 | 3.3 | 2.7 | Temps partiel |

Chart D6. Employment¹

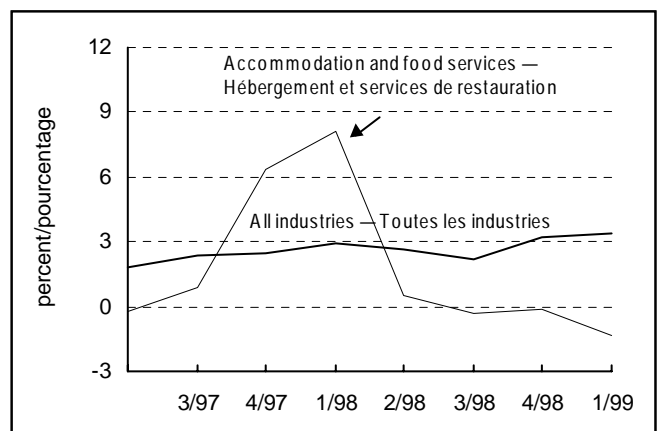
Graphique D6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart D7. Employment growth rates²

Graphique D7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table D3. Travel accommodation and food services, average wages and salaries

Tableau D3. Services de restauration et d'hébergement, rémunération

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| current dollars per year — dollars courants par année | | | | | | | | | |
| All employees | | | | | | | | | Tous les employés |
| Traveller accommodation services | 16,367 | 16,134 | 15,801 | 15,451 | 15,591 | 15,453 | 15,307 | 15,536 | |
| Food and beverage services | 11,292 | 11,422 | 11,036 | 10,920 | 11,030 | 11,224 | 11,315 | 11,218 | |
| Overall economy | 31,182 | 31,165 | 31,151 | 31,499 | 31,547 | 31,467 | 31,600 | 31,473 | |
| Analytical table — Tableau analytique | | | | | | | | | |
| from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | | | |
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Traveller accommodation services | 3.1 | -1.4 | -2.1 | -2.2 | 0.9 | -0.9 | -0.9 | 1.5 | |
| Food and beverage services | 1.6 | 1.2 | -3.4 | -1.1 | 1.0 | 1.8 | 0.8 | -0.9 | |
| CPI-adjusted rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation ajustés selon l'IPC (%) |
| Traveller accommodation services | 2.8 | -1.7 | -2.0 | -2.7 | 0.6 | -1.0 | -1.1 | 1.2 | |
| Food and beverage services | 1.3 | 0.9 | -3.3 | -1.6 | 0.7 | 1.7 | 0.7 | -1.1 | |
| Nominal growth rates (%) | | | | | | | | | Taux de croissance nominaux (%) |
| Overall economy | 0.8 | -0.1 | -0.0 | 1.1 | 0.2 | -0.3 | 0.4 | -0.4 | |

Chart D8. Real (CPI-adjusted) wage and salary growth rates
Graphique D8. Taux de variation réels (ajustés selon l'IPC) de la rémunération

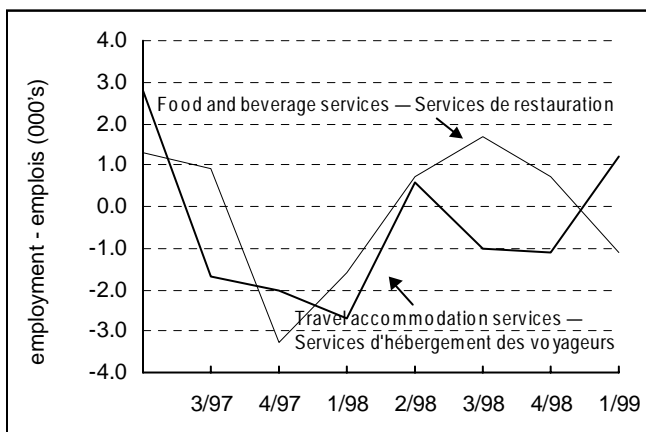
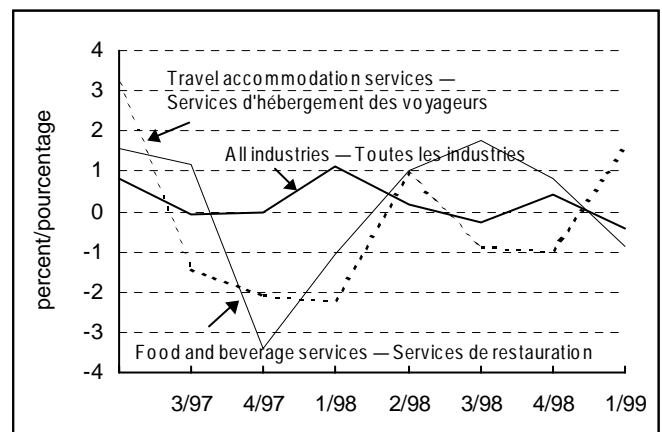


Chart D9. Wage and salary growth rates¹
Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

**Arts, Entertainment and
Recreation Services
Industries**

**Arts, spectacles
et loisirs**

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

E. Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

E. Arts, spectacles et loisirs

Note to Users:

Beginning with this issue of *Services Indicators*, all tables carrying employment data are broken down by industry according to categories in the new North American Industrial Classification System (NAICS). Previously, these data were categorized according to the 1980 Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E). This marks the beginning of a two-year evolutionary transition during which Statistics Canada's other by-industry statistics will also be released according to categories delineated in the NAICS. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. To accommodate these changes, the industry sections in this Services Industry Indicators portion of the publication have been renamed so that they are compatible with the new NAICS coding structure.

Under NAICS there is a considerable improvement in coverage of the arts, entertainment and recreation services industries, with a sizeable expansion in the number of industries covered. Hence, this section was created. The Arts, Entertainment and Recreation industries encompass establishments primarily engaged in operating facilities or providing services to meet the cultural, entertainment and recreational interests of their patrons.

Listed below are concordances showing relationships between the NAICS and SIC coding structures. Under each NAICS category are the corresponding SIC-E codes that these activities used to be coded to. When one SIC-E class relates to parts of one or more NAICS categories, an asterisk is used to indicate that only a part of the industry relates to the one against which it is shown.

Note aux utilisateurs :

À partir du présent numéro, tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront ventilés selon la branche d'activité conformément aux catégories du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Antérieurement, ces données étaient ventilées d'après la Classification type des industries-Établissements (CTI-E) de 1980. Le présent numéro marque le début d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité produites par Statistique Canada seront aussi diffusées conformément aux catégories définies dans le SCIAN. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de ces changements, on a modifié les titres des sections réservées aux branches d'activité de cette partie de la publication sur les indicateurs du secteur des services afin qu'ils concordent avec le nouveau système de codage du SCIAN.

Le SCIAN a permis d'améliorer considérablement la couverture du secteur des arts, des spectacles et des loisirs grâce à une forte augmentation du nombre de branches d'activité étudiées, qui a justifié la création de ce nouveau secteur. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs comprend les établissements dont l'activité principale consiste à exploiter des installations ou à fournir des services répondant aux intérêts de leurs clients en matière de culture, de divertissement et de loisir.

Vous trouverez ci-dessous la liste des concordances entre les systèmes de codage du SCIAN et de la CTI. Sous chaque catégorie du SCIAN figurent les codes correspondants de la CTI-E sous lesquels les activités visées étaient classées auparavant. Quant une catégorie de la CTI-E correspond à des éléments d'une ou de plusieurs catégories du SCIAN, on utilise un astérisque pour indiquer qu'une partie seulement de la branche d'activité se rapporte à celle sous laquelle elle figure.

Performing Arts, Spectator Sports and Related Industries (NAICS 711)

M7799* Other Business Services n.e.c.
 Q9211* Restaurants, Licensed
 R9611* Motion Picture & Video Production
 R9631 Entertainment Prod. Companies and Artists
 R9639* Other Theatrical & Staged Ent. Services
 R9641 Professional Sports Clubs
 R9642* Prof. Athletes & Promoters
 R9643 Horse Race Tracks
 R9644 Other Race Tracks
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9699* Other Amusement & Recreational Services
 R9999* Other Services n.e.c.

Heritage Institutions (NAICS 712)

O8551* Museums & Archives
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9694* Coin-Operated Amusement Services
 R9696 Botanical & Zoological Gardens
 R9699* Other Amusement & Recreational Services

Amusement, Gambling and Recreation Activities (NAICS 713)

G4513* Non-Scheduled Air Transport (Rec. flying clubs)
 Q9149* Other Recreation & Vacation Camps
 R9651* Golf Courses
 R9652 Curling Clubs
 R9653* Skiing Facilities
 R9654* Boat Rentals & Marinas
 R9659* Other Sports & Recreation Clubs
 R9661 Gambling Operations
 R9691 Bowling Alleys & Billiard
 R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.
 R9693* Dance Halls, Studios & Schools
 R9694 Coin-Operated Amusement Services
 R9695 Roller Skating Facilities
 R9699* Other Amusement & Recreational Services
 R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (SCIAN 711)

M7799* Autres services aux entreprises n.c.a.
 Q9211* Restaurants avec permis de boissons
 R9611* Production de films et de matériel visuel
 R9631 Agences de spectacles et artistes
 R9639* Autres théâtres et spectacles
 R9641 Clubs sportifs professionnels
 R9642* Athlètes professionnels et promoteurs indépendants
 R9643 Hippodromes
 R9644 Autres champs de course
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.
 R9999* Autres services n.c.a.

Établissements du patrimoine (SCIAN 712)

O8551* Musées et archives
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9694* Jeux automatiques
 R9696 Jardins botaniques et zoologiques
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

Divertissement, loisirs et jeux du hasard et loteries (SCIAN 713)

G4513* Industrie du transport aérien spécialisé (vols non réguliers)
 Q9149* Autres camps de vacances
 R9651* Clubs de golf
 R9652 Clubs de curling
 R9653* Installations de ski
 R9654* Location de bateaux et ports de plaisance
 R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir
 R9661 Loteries et jeux de hasard
 R9691 Salles de quilles et salles de billard
 R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques
 R9693* Salles, studios et écoles de danse
 R9694 Jeux automatiques
 R9695 Pistes de patinage à roulettes
 R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.
 R9799* Autres servies professionnels et domestiques n.c.a.

For more general information on the NAICS, please refer to “A Glance at the new North American Industrial Classification System” on page 51. Specific details on the NAICS are available at Statistics Canada’s website at the following address:

<http://www.statcan.ca/english/Subjects/Standard/index.htm>.

This section also presents GDP and remuneration information covering the industries listed below. (Abbreviated titles may be used elsewhere).

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Amusement and Recreation Services (96)

- Motion Picture, Audio and Video Production and Distribution (961)
- Motion Picture Exhibition (962)
- Theatrical and other Staged Entertainment Services (963)
- Commercial Spectator Sports (964)
- Sports and Recreation Clubs and Services (965)
- Gambling Operations (966)
- Other Amusement and Recreation Services (969)

Personal and Household Services (97)

- Barber and Beauty Shops (971)
- Laundries and Cleaners (972)
- Funeral Services (973)
- Private Households (974)
- Other Personal and Household Services (979)

Pour d’autres renseignements généraux sur le SCIAN, consulter l’article intitulé «Coup d’œil sur le nouveau Système de classification des industries de l’Amérique du Nord» à la page 51. Des détails précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l’adresse suivante :

http://www.statcan.ca/francais/Subjects/Standard/index_f.htm.

Cette section présente aussi des informations sur le PIB et la rémunération pour les industries suivantes. (Des titres abrégés peuvent être utilisés ailleurs).

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Services de divertissement et de loisir (96)

- Production et distribution de films et de matériel audiovisuel (961)
- Projection de films cinématographiques (962)
- Théâtres et autres spectacles (963)
- Sports commerciaux (964)
- Clubs sportifs et services de loisir (965)
- Loteries et jeux de hasard (966)
- Autres services de divertissement et de loisir (969)

Services personnels et domestiques (97)

- Salons de coiffure et salons de beauté (971)
- Services de blanchissage et de nettoyage à sec (972)
- Pompes funèbres (973)
- Ménages (974)
- Autres services personnels et domestiques (979)

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Highlights — 1st Quarter 1999

- Output for the amusement and recreation services industries rose by 1.0% this quarter. These industries have enjoyed robust output growth for several consecutive quarters. Indeed, this quarter's GDP was 3.9% higher than that recorded in the first quarter of 1998. By contrast, output in the overall economy rose by 2.6% over the same one-year period.
- Employment in the arts, entertainment and recreation services industries increased by 5,000 this quarter. However, all of the added jobs were part-time positions. Compared to the first quarter of 1998, the workforce of the arts, entertainment and recreation services industries has grown by 3.2%, with 2,000 of the 7,000 new jobs yielding full-time hours.
- Relative to the first quarter of 1998, employment growth (+28.3%) has been highest in the amusement parks, arcades and other recreation industries category. However, over two-thirds of the 22,000 jobs added in these industries were part-time positions. Meanwhile, there was a sharp 17.5% drop over the past year in employment in performing arts, spectator sports and related industries. About 7,000 of the 18,000 lost jobs were full-time positions.
- Average annual wages and salaries in the amusement and recreation services industry rose by 1.9% this quarter, even though average remuneration in the overall economy fell 0.4%. Nevertheless the average annual wage and salary in the amusement and recreation services industry (\$20,702) is still less than two-thirds the average remuneration posted in the entire economy (\$31,473).

Key Services Indicators (change from last quarter)

| | |
|-------------|--------|
| Employment* | ↑ 3.2% |
| GDP | ↑ 0.5% |

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 1^{er} trimestre 1999

- La production dans les services de divertissement et de loisirs s'est accrue de 1,0 % au premier trimestre, cette hausse s'inscrivant dans la forte tendance à la hausse observée depuis plusieurs trimestres consécutifs. De fait, le PIB a fait un bond de 3,9 % depuis le premier trimestre de 1998. Par comparaison, la production de l'ensemble de l'économie a augmenté de 2,6 % durant la même période d'un an.
- Au premier trimestre, les emplois dans les arts, les spectacles et les loisirs ont augmenté de 5 000; cependant, tous ces emplois créés sont des emplois à temps partiel. Depuis le premier trimestre de 1998, les effectifs dans les arts, les spectacles et les loisirs ont augmenté de 3,2 %, 2 000 de ces 7 000 nouveaux emplois étant à temps plein.
- Depuis le premier trimestre de 1998, c'est dans le secteur des parcs d'attractions, des salles de jeux électroniques et autres services de loisirs que la croissance de l'emploi a été la plus forte (+28,3 %). Cependant, plus des deux tiers des 22 000 emplois créés dans ces secteurs sont des emplois à temps partiel. Durant cette même période, les effectifs dans les arts d'interprétation, les sports-spectacles et autres activités connexes ont été réduits de 17,5 % et environ 7 000 des 18 000 emplois perdus étaient à temps plein.
- La rémunération annuelle moyenne dans les services de divertissement et de loisirs a augmenté de 1,9 % au premier trimestre, alors que la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie a reculé de 0,4 %. Malgré cette hausse, la rémunération annuelle moyenne dans les services de divertissement et de loisirs (20 702 \$) correspond toujours à moins des deux tiers de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 473 \$).

Indicateurs clés des services (variation par rapport au trimestre précédent)

| | |
|---------|---------|
| Emploi* | ↑ 3,2 % |
| PIB | ↑ 0,5 % |

* Par rapport au trimestre correspondant de l'année précédente.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

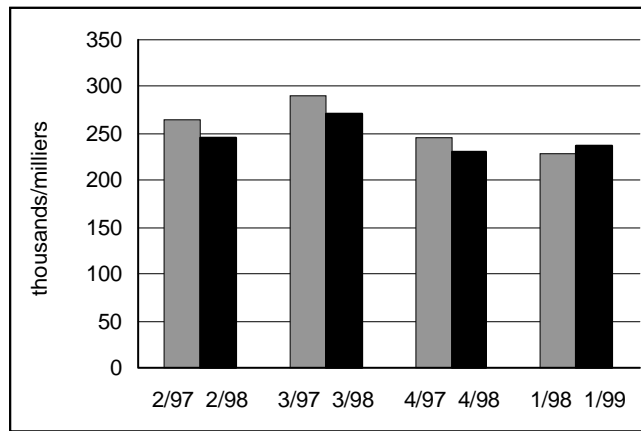


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

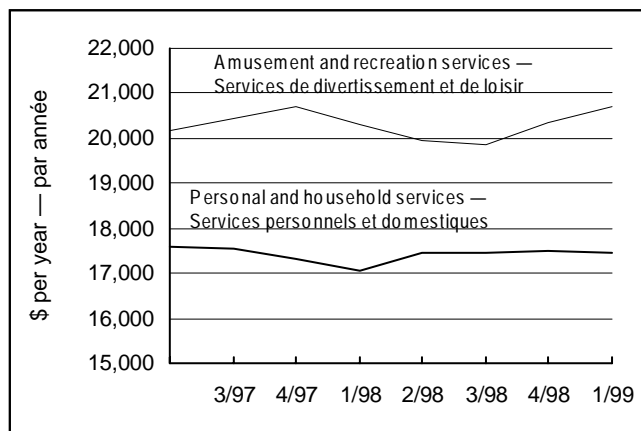


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel

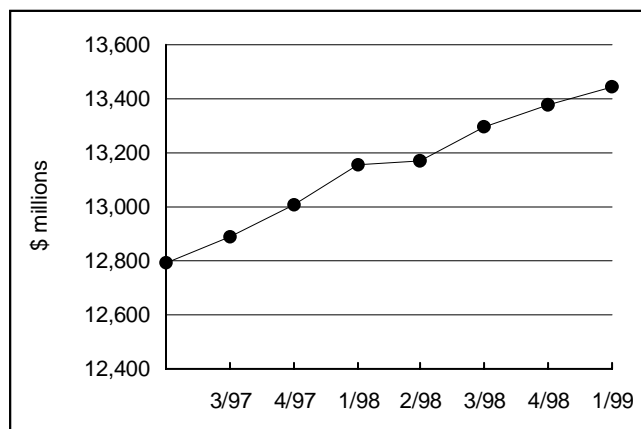


Table E1. Leisure and personal services, annualized GDP at factor cost

Tableau E1. Divertissements et services personnels, PIB annualisé au coût des facteurs

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992 | | | | | | | | | |
| Annualized GDP (s.a.) | | | | | | | | | PIB annualisé (dés.) |
| Amusement and recreation services | 7,377 | 7,466 | 7,619 | 7,672 | 7,688 | 7,771 | 7,897 | 7,973 | Services de divertissement et de loisir |
| Personal and household services | 5,413 | 5,425 | 5,391 | 5,480 | 5,486 | 5,523 | 5,480 | 5,473 | Services personnels et domestiques |
| Total leisure and personal services | 12,790 | 12,891 | 13,010 | 13,152 | 13,174 | 13,294 | 13,377 | 13,446 | Total divertissements et services personnels |
| Overall economy | 695,211 | 703,512 | 708,002 | 712,685 | 715,638 | 717,468 | 725,179 | 731,227 | Économie totale |

Analytical table — Tableau analytique

% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre

| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---|
| Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Amusement and recreation services | 2.3 | 1.2 | 2.0 | 0.7 | 0.2 | 1.1 | 1.6 | 1.0 | Services de divertissement et de loisir |
| Personal and household services | 0.8 | 0.2 | -0.6 | 1.7 | 0.1 | 0.7 | -0.8 | -0.1 | Services personnels et domestiques |
| Total leisure and personal services | 1.6 | 0.8 | 0.9 | 1.1 | 0.2 | 0.9 | 0.6 | 0.5 | Total divertissements et services personnels |
| Overall economy | 1.3 | 1.2 | 0.6 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | 1.1 | 0.8 | Économie totale |

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada

| | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|
| Amusement and recreation services | 1.06 | 1.06 | 1.08 | 1.08 | 1.07 | 1.08 | 1.09 | 1.09 | Services de divertissement et de loisir |
| Personal and household services | 0.78 | 0.77 | 0.76 | 0.77 | 0.77 | 0.77 | 0.76 | 0.75 | Services personnels et domestiques |
| Total leisure and personal services | 1.84 | 1.83 | 1.84 | 1.85 | 1.84 | 1.85 | 1.84 | 1.84 | Total divertissements et services personnels |

Chart E4. GDP nominal growth rates

Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB

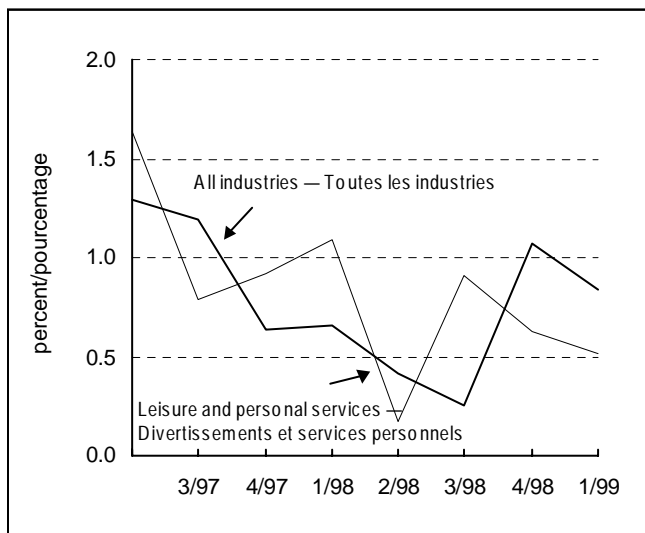
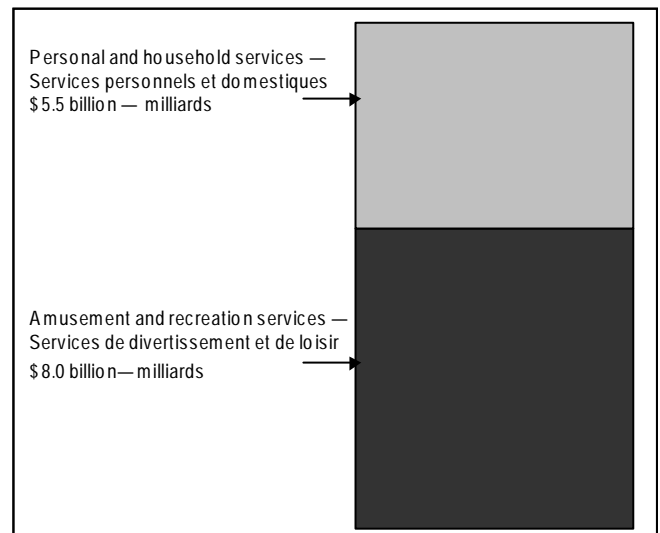


Chart E5. Output of leisure and personal services industries

Graphique E5. Production du groupe des divertissements et services personnels



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

Table E2. Arts, entertainment and recreation services industries, employment

Tableau E2. Arts, spectacles et loisirs, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|--|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| Employment | thousands — milliers | | | | | | | Emploi |
| Performing arts, spectator sports and related industries | 93 | 98 | 105 | 103 | 102 | 102 | 92 | 85 |
| Heritage institutions | 21 | 32 | 18 | 13 | 18 | 23 | 15 | 14 |
| Gambling industries | 38 | 32 | 31 | 34 | 33 | 34 | 35 | 37 |
| Amusement parks, arcades and other recreation | 112 | 129 | 91 | 78 | 92 | 112 | 88 | 100 |
| Total | 264 | 290 | 245 | 229 | 245 | 270 | 231 | 236 |
| Full-time | 178 | 209 | 160 | 139 | 162 | 190 | 142 | 141 |
| Part-time | 86 | 81 | 85 | 90 | 82 | 80 | 89 | 95 |

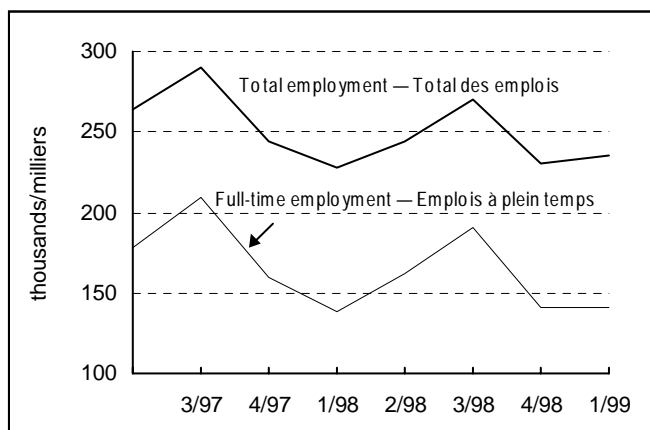
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

| | Rates of change (%) | | | | | | | | Taux de variation (%) | |
|--|---------------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|------------|--|--|
| Performing arts, spectator sports and related industries | -4.5 | -4.4 | 14.5 | 15.7 | 10.0 | 4.6 | -11.7 | -17.2 | Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes | |
| Heritage institutions | -17.3 | 5.7 | -17.4 | -20.4 | -15.6 | -28.2 | -16.0 | 2.3 | Établissements du patrimoine | |
| Gambling industries | 73.5 | 31.0 | 10.2 | -7.9 | -13.7 | 5.6 | 9.9 | 8.3 | Jeux de hasard et loteries | |
| Amusement parks, arcades and other recreation | 9.6 | 23.2 | 17.5 | -8.1 | -18.0 | -13.4 | -2.3 | 28.3 | Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements | |
| Total | 7.0 | 11.1 | 11.8 | 0.4 | -7.4 | -6.9 | -5.7 | 3.2 | Total | |
| Full-time | 6.6 | 9.6 | 12.5 | -3.7 | -8.9 | -9.0 | -11.4 | 1.9 | Plein temps | |
| Part-time | 7.8 | 15.3 | 10.6 | 7.4 | -4.2 | -1.4 | 5.1 | 5.3 | Temps partiel | |
| Overall economy growth rates (%) | | | | | | | | | Taux de croissance de l'économie totale (%) | |
| Total | 1.8 | 2.4 | 2.5 | 3.0 | 2.7 | 2.2 | 3.2 | 3.4 | Total | |
| Full-time | 1.9 | 1.9 | 2.8 | 3.9 | 3.0 | 2.5 | 3.2 | 3.5 | Plein temps | |
| Part-time | 1.7 | 5.0 | 1.0 | -0.7 | 1.5 | 1.2 | 3.3 | 2.7 | Temps partiel | |

Chart E6. Employment¹

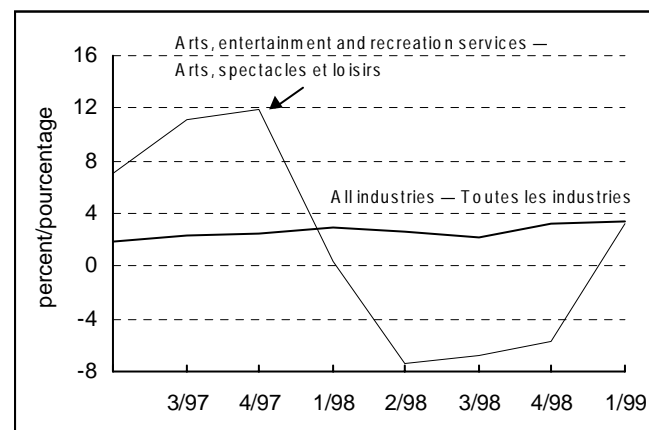
Graphique E6. Emploi¹



¹ The data are not seasonally adjusted.
Les données ne sont pas désaisonnalisées.

Chart E7. Employment growth rates²

Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²



² Measured as growth versus the same quarter last year.
Établi comme une croissance par rapport au même trimestre de l'année précédente.

Table E3. Leisure and personal services, average wages and salaries

Tableau E3. Divertissements et services personnels, rémunération

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I |
| current dollars per year — dollars courants par année | | | | | | | | |
| All employees | | | | | | | | Tous les employés |
| Amusement and recreation services | 20,155 | 20,451 | 20,704 | 20,305 | 19,930 | 19,865 | 20,345 | 20,702 |
| Personal services | 17,598 | 17,523 | 17,315 | 17,064 | 17,468 | 17,434 | 17,500 | 17,455 |
| Overall economy | 31,182 | 31,165 | 31,151 | 31,499 | 31,547 | 31,467 | 31,600 | 31,473 |

| | Analytical table — Tableau analytique | | | | | | | |
|---|---|------|------|------|------|------|-----|--|
| | from last quarter — par rapport au dernier trimestre | | | | | | | |
| Rates of change (%) | | | | | | | | Taux de variation (%) |
| Amusement and recreation services | -1.9 | 1.5 | 1.2 | -1.9 | -1.8 | -0.3 | 2.4 | 1.9 |
| Personal services | 0.4 | -0.4 | -1.2 | -1.4 | 2.4 | -0.2 | 0.4 | -0.3 |
| CPI-adjusted rates of change (%) | | | | | | | | Taux de variation ajustés selon l'IPC (%) |
| Amusement and recreation services | -2.2 | 1.2 | 1.3 | -2.5 | -2.1 | -0.4 | 2.2 | 1.5 |
| Personal services | 0.1 | -0.7 | -1.1 | -2.0 | 2.1 | -0.3 | 0.2 | -0.5 |
| Nominal growth rates (%) | | | | | | | | Taux de croissance nominaux (%) |
| Overall economy | 0.8 | -0.1 | -0.0 | 1.1 | 0.2 | -0.3 | 0.4 | -0.4 |

Chart E8. Wage and salary growth rates (CPI-adjusted) in leisure and personal services industries

Graphique E8. Taux de croissance de la rémunération (ajustés selon l'IPC) dans les divertissements et services personnels

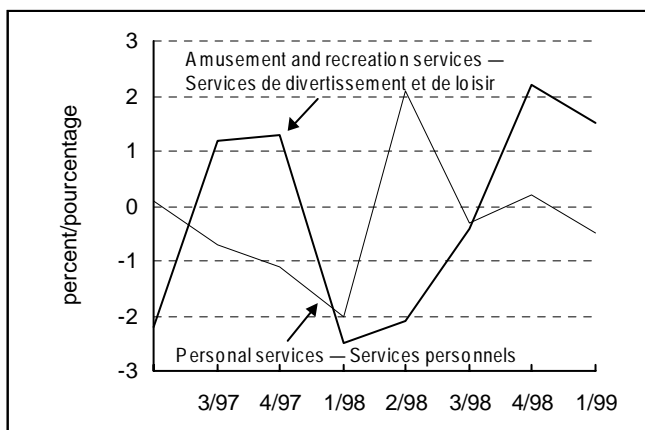
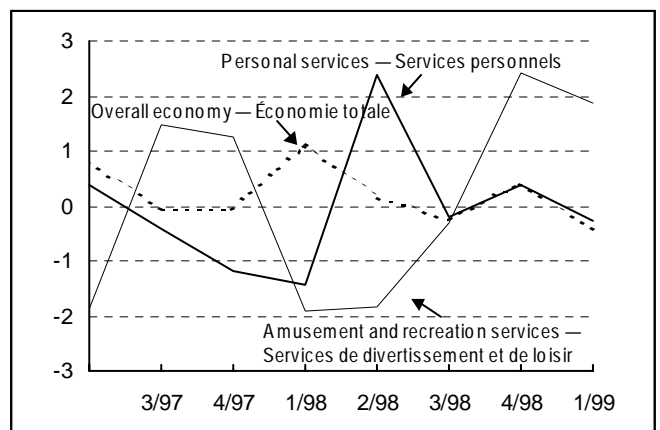


Chart E9. Wage and salary growth rates in leisure and personal services industries¹

Graphique E9. Taux de croissance de la rémunération¹



¹ Nominal rates of change, not adjusted for inflation.
Taux nominaux de variation, non ajustés selon l'inflation.

Other Services Industries

Autres services

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

F. Other Services Industries

F. Autres Services

Note to Users:

This section offers employment data for some service industries not covered in the previous industry sections. The financial data that will normally be included in this section are unavailable this quarter. The samples and questionnaires for these data are being improved and the new NAICS-based coding structure is being implemented. NAICS-based financial data will be introduced in this section in the next issue of *Services Indicators*. Remuneration data and gross domestic product figures will later be added to this section when they become available on a NAICS-coded basis. This section broadly covers the following services industries, some of which have not been traditionally covered in *Services Indicators*:

Real Estate and Rental and Leasing Services (NAICS 53)

Management of Companies and Enterprises (NAICS 55)

Administrative and Support, Waste Management and Remediation Services (NAICS 56)

Educational Services (NAICS 61)

Health Care and Social Assistance Services (NAICS 62)

Repair, Maintenance, Personal, Laundry and Other Services (NAICS 81)

Note aux utilisateurs :

La présente section contient des données sur l'emploi pour les branches de certains services que ne couvrent pas les secteurs décrits dans les sections qui précèdent. Les données financières qui devraient normalement être incluses dans cette section ne sont pas disponibles pour ce trimestre. Les échantillons et les questionnaires pour ces données seront améliorés et seront fondés sur le nouveau système de codage du SCIAN. Les données financières fondées sur le SCIAN seront introduites dans cette section dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. On ajoutera plus tard les données sur la rémunération et sur le produit intérieur brut à cette section dès qu'elles seront produites en se fondant sur le SCIAN. Cette section décrit, de façon générale, les services ci-après, qui ne figuraient pas tous auparavant dans *Indicateurs des services* :

Services immobiliers et services de location et de location à bail (SCIAN 53)

Gestion de sociétés et d'entreprises (SCIAN 55)

Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement (SCIAN 56)

Services d'enseignement (SCIAN 61)

Soins de santé et assistance sociale (SCIAN 62)

Réparation, entretien, service personnel, blanchisseries et autres services (SCIAN 81)

Table F1. Other services industries, employment

Tableau F1. Autres services, emploi

| | 1997 | | | 1998 | | | | 1999 | |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|---|
| | II | III | IV | I | II | III | IV | I | |
| thousands — milliers | | | | | | | | | |
| Employment | | | | | | | | Emploi | |
| Real estate services | 179 | 167 | 168 | 178 | 185 | 188 | 202 | 189 | Services immobiliers |
| Rental and leasing services | 68 | 71 | 54 | 57 | 65 | 65 | 61 | 68 | Serv. de location et de location à bail |
| Mngt of co.'s & enterprises | 3 | 3 | 4 | 6 | 7 | 5 | 3 | 5 | Gestion de sociétés et d'entreprises |
| Adm./support services | 424 | 448 | 431 | 435 | 473 | 494 | 465 | 463 | Services adm. et serv. de soutien |
| Waste management and remediation | 22 | 21 | 18 | 21 | 21 | 19 | 18 | 25 | Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement |
| Educational services | 965 | 847 | 967 | 976 | 953 | 859 | 983 | 1,002 | Services d'enseignement |
| Health care, social services | 1,401 | 1,409 | 1,388 | 1,415 | 1,468 | 1,498 | 1,481 | 1,420 | Soins de santé et assistance sociale |
| Repair/pers'l/laundry services | 709 | 733 | 715 | 700 | 711 | 741 | 725 | 736 | Réparation/serv. pers./ blanchissage |

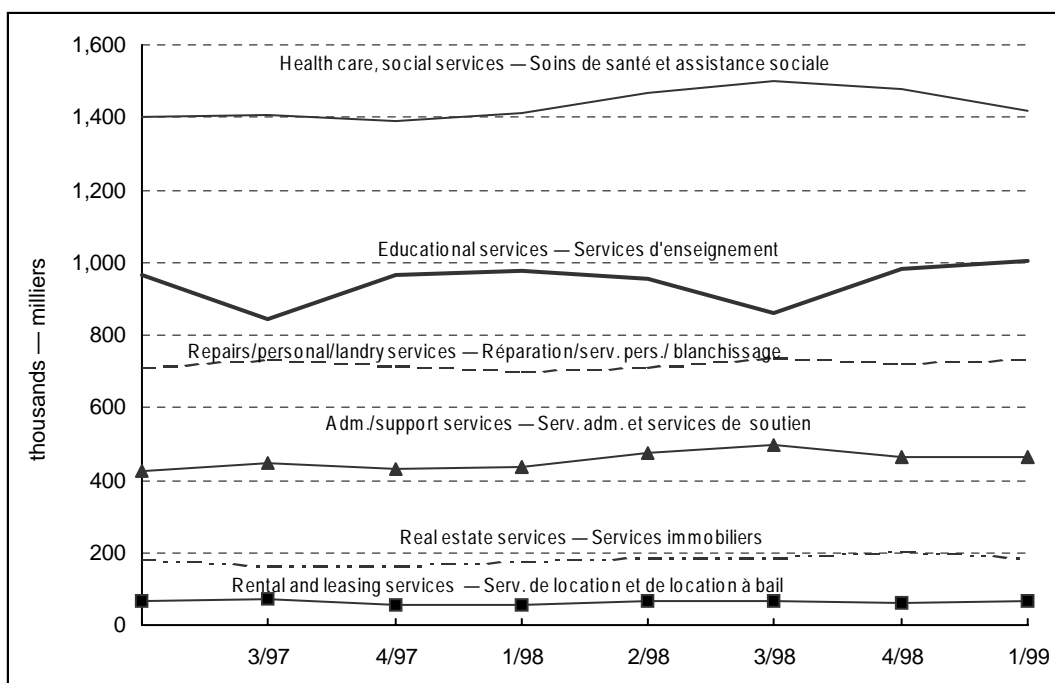
Analytical table — Tableau analytique

from same quarter last year — par rapport au même trimestre de l'an dernier

| | Rates of change (%) | | | | | | | | | Taux de variation (%) | | | | | | | |
|----------------------------------|---------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|---|-----------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Real estate services | -9.5 | -12.8 | -9.8 | -3.1 | 3.3 | 13.0 | 20.7 | 5.7 | Services immobiliers | | | | | | | | |
| Rental and leasing services | 29.7 | 46.6 | -4.7 | -7.3 | -3.7 | -8.9 | 12.2 | 18.6 | Serv. de location et de location à bail | | | | | | | | |
| Mngt of co.'s & enterprises | -50.0 | -53.0 | -42.6 | 6.9 | 143.3 | 54.8 | -15.4 | -17.7 | Gestion de sociétés et d'entreprises | | | | | | | | |
| Adm./support services | 6.1 | 8.4 | 5.5 | 8.1 | 11.7 | 10.3 | 7.8 | 6.5 | Services adm. et serv. de soutien | | | | | | | | |
| Waste management and remediation | 5.4 | -9.7 | -20.6 | -6.7 | -4.6 | -12.6 | 0.0 | 19.0 | Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement | | | | | | | | |
| Educational services | 4.1 | 3.1 | 2.7 | 0.1 | -1.2 | 1.4 | 1.6 | 2.7 | Services d'enseignement | | | | | | | | |
| Health care, social services | -1.3 | -0.2 | -0.5 | 1.3 | 4.8 | 6.4 | 6.6 | 0.4 | Soins de santé et assistance sociale | | | | | | | | |
| Repair/pers'l/laundry services | 3.5 | 4.3 | 6.8 | 5.2 | 0.2 | 1.1 | 1.5 | 5.2 | Réparation/serv. pers./ blanchissage | | | | | | | | |

Chart 1. Employment in various service industries

Graphique 1. Emploi dans des industries de services variés



Definitions and Concepts

Définitions et concepts

Tables A1, B1, C1, D1 and E1

The value-added by industry data are produced at the source (IMAD) as annualized series. That is, the monthly total is multiplied by 12.

Tables A2, B2, C2, D2 and E2

Given that the employment data are not seasonally adjusted it makes little sense to depict them as time series. The relevant comparisons are between one quarter with the same quarter last year. This is how the rates of change are constructed and interpreted. Employment figures of less than 30,000 should be treated with caution as they may be subject to high sampling variability. As well, the number of self-employed excludes unpaid family workers.

Tables A3, B3, C3, D3 and E3

The salary data are annualized quarterly series. They refer to actual payroll and not rates of pay. The monthly average weekly wage and salary series (including overtime) are averaged over three months to produce average weekly earnings series for the quarter (smoothing moving-average technique). Then they are multiplied by 52. The resulting series show the estimated average annual wages and salaries. They reveal what an individual is expected to make in a year as seen from what the person makes this quarter. This kind of information is expected to change every quarter.

The CPI-adjusted rates of change are calculated as follows: first the annualized series are deflated with the CPI of the quarter (obtained from monthly series); and then, the rate of change from the previous quarter value of the series is estimated. This is the methodologically correct procedure to follow rather than to merely subtract the CPI from the series rate of change. The latter would be, at best, an approximation of the intended measurement.

Tableaux A1, B1, C1, D1 et E1

Les données sur la valeur ajoutée par branche de services sont produites par la source (la DMAI) sous forme de séries annualisées. Autrement dit, le total mensuel est multiplié par 12.

Tableaux A2, B2, C2, D2 et E2

Étant donné que les données sur l'emploi ne sont pas désaisonnalisées, il n'est pas très logique de les qualifier de séries chronologiques. Les comparaisons pertinentes sont les comparaisons entre un trimestre et le trimestre correspond à l'année précédente. C'est ainsi que sont construits et interprétés les taux de variation. Lorsque le nombre d'emplois est inférieur à 30 000, il faut interpréter les données avec circonspection, puisqu'elles peuvent présenter une variabilité d'échantillonnage élevée. De même, le nombre de travailleurs autonomes exclut les employés de la famille qui ne sont pas salariés.

Tableaux A3, B3, C3, D3 et E3

Les données sur la rémunération sont présentées sous forme de séries trimestrielles annualisées. Elles correspondent aux salaires réels et non aux taux de rémunération. On établit la moyenne sur trois mois de la série mensuelle des gains hebdomadaires moyens pour produire la série des gains hebdomadaires moyens pour le trimestre (au moyen de la technique du lissage des moyennes mobiles). Le résultat est ensuite multiplié par 52, ce qui donne une estimation des gains annuels. On calcule donc le revenu qu'une personne devrait toucher en un an à partir du revenu qu'elle a gagné au cours du trimestre. Ce genre de données sur la rémunération devrait varier d'un trimestre à l'autre.

Les taux de variation corrigés en fonction de l'IPC sont calculés selon la technique suivante : tout d'abord, les séries annualisées sont dégonflées au moyen de l'IPC du trimestre (obtenu à partir des séries mensuelles); puis le taux de variation de la valeur de la série établie pour le trimestre précédent est calculé. Il s'agit de la bonne procédure à appliquer au lieu de simplement soustraire l'IPC du taux de variation des séries. Cela devrait donner, en principe, une estimation de la mesure voulue.