



N° 63F0002XIF au catalogue — N° 44

ISSN: 1707-6242

ISBN: 0-662-89361-1

## Document de recherche

Série d'études analytiques — Division des industries de service

# La lutte pour demeurer concurrentiel : une étude des facteurs faisant obstacle à la croissance chez les fournisseurs de services Internet du Canada

par Heather Archibald

Division des industries de service  
Immeuble Jean-Talon, 10<sup>e</sup> étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136

*Toutes les opinions émises par l'auteur de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.*



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## **Série d'études analytiques**

La Série d'études analytiques comprend les recherches de la Division des industries de service et d'autres secteurs de Statistique Canada. Elle sert aussi à la publication de documents relatifs au secteur des services qui proviennent des ministères, des instituts de recherche, des entreprises et des universitaires. La Série vise à diffuser les connaissances et à stimuler la discussion.

Tous les documents sont sujets à un contrôle interne et peuvent éventuellement être examinés par un groupe d'experts de Statistique Canada et de l'extérieur. Statistique Canada ne partage pas nécessairement les opinions exprimées dans les articles.

Les documents d'analyse sont distribués aux bibliothèques de dépôt et aux bureaux régionaux de Statistique Canada, ainsi qu'à d'autres intéressés. Ils sont catalogués et indexés à l'échelle nationale et internationale.

Les Divisions sont disposées à examiner des propositions visant la conduite de recherches conjointes.



Statistique Canada  
Division des industries de service

## La lutte pour demeurer concurrentiel : une étude des facteurs faisant obstacle à la croissance chez les fournisseurs de services Internet du Canada

par Heather Archibald

---

63F0002XIF No. 44  
ISBN: 0-662-89361-1  
ISSN: 1707-6242

Juillet 2003

Division des industries de service  
Immeuble Jean-Talon, 10<sup>e</sup> étage, Ottawa, K1A 0T6

**Comment obtenir d'autres renseignements:**  
Service national de renseignements: 1 800 263-1136  
Renseignements par courriel : [servicesind@statcan.ca](mailto:servicesind@statcan.ca)

*Also available in English*

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2003

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.

## Résumé

Aujourd'hui, qui dit services d'accès à Internet dit concurrence féroce. Le marché de l'accès à Internet, qui est en pleine mutation, n'est plus la chasse gardée de ses pionniers, c'est-à-dire des fournisseurs de services Internet dits « classiques »<sup>1</sup>. Avec l'arrivée sur le marché d'entreprises de câblodistribution et de télécommunications, et, plus récemment, d'entreprises de télécommunications sans fil, les défis commerciaux auxquels fait face le secteur des fournisseurs de services Internet (FSI) vont en augmentant.

À l'aide de données tirées de l'Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes de 2001, on examine dans le présent article certains de ces défis, en étudiant diverses caractéristiques du secteur, conjointement avec d'importantes questions liées à la croissance future de cette branche d'activité. L'article, qui est centré principalement sur les perceptions qui existent chez les fournisseurs de services Internet (FSI) au sujet des facteurs faisant obstacle à la croissance, met en évidence les importantes caractéristiques distinctives que présentent les petites, moyennes et grandes entreprises. L'étude des réponses fournies par les entreprises ont montré qu'il existe cinq types d'obstacle principaux à la croissance : 1) la concurrence; 2) des obstacles liés aux coûts et ayant trait aux deux extrémités des activités des FSI, c'est-à-dire les liens avec les consommateurs et les liens avec Internet; 3) les délais dans l'obtention d'installations de fournisseurs; 4) l'accès au financement; 5) l'accès aux marchés. L'article contient également des renseignements généraux sur l'offre et la demande dans le marché de l'accès à Internet, une analyse du rendement financier et une description de la structure du secteur des FSI, afin d'étayer l'analyse principale par de l'information contextuelle supplémentaire.

<sup>1</sup> Entreprises classées dans le secteur des fournisseurs de services Internet dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 2002).

# La lutte pour demeurer concurrentiel : une étude des facteurs faisant obstacle à la croissance chez les fournisseurs de services Internet du Canada

*Par Heather Archibald*

Le marché mondial des services Internet a connu une croissance phénoménale vers la fin des années 1990. Aujourd'hui, l'utilisation d'Internet est devenue une activité de tous les jours pour un grand nombre de ménages et d'entreprises du Canada. En 2001, on estimait que 71 % des entreprises canadiennes<sup>2</sup> et 5,8 millions de ménages canadiens<sup>3</sup> utilisaient l'Internet.

Les fournisseurs de services Internet (FSI) ont ouvert la voie pour l'accès des Canadiens à l'Internet au début des années 1990 et continuent de jouer un rôle important en ce qui a trait à cet accès. Ces fournisseurs disposent du matériel et du réseau de télécommunications nécessaires pour avoir un point de présence sur Internet.

Dans la chaîne d'approvisionnement d'Internet, les FSI agissent comme intermédiaires entre les propriétaires des réseaux de transmission utilisés pour les communications en ligne et le nombre croissant d'utilisateurs

d'Internet du monde des affaires et du secteur résidentiel. L'activité principale du secteur des fournisseurs de services Internet est fondée sur l'accès à Internet ainsi que sur la prestation de services à valeur ajoutée qui dépend dans une grande mesure de l'infrastructure offerte par de grandes entreprises de télécommunications.

Pour accéder à Internet, l'utilisateur paie des frais de connexion à un FSI. La vaste majorité des FSI facture un taux mensuel forfaitaire, alors que certains fournisseurs imposent un taux horaire au-delà d'un certain seuil mensuel. Dans ce marché caractérisé par une compétition intense, les FSI peuvent perdre leur clientèle s'ils offrent leurs services à des prix supérieurs à ceux proposés par d'autres entreprises. En effet, de nombreux Canadiens ne sont pas portés à rester fidèles à un FSI en particulier. Une étude récente réalisée par EKOS Research Associates indique qu'environ « un abonné sur cinq en est à son

Heather Archibald est avec la Division des industries de service

## **L'Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes, 2001**

Cette enquête vise les entreprises dont l'activité principale est la prestation de services d'accès à Internet, tels que définis dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Il convient de souligner que les entreprises des secteurs de la câblodistribution et du service téléphonique qui fournissent des services d'accès à Internet comme activité secondaire ne sont pas visées par cette enquête.

<sup>2</sup> – Source : Statistique Canada, Enquête sur le commerce électronique et la technologie (enquête annuelle), 2001. Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique.

<sup>3</sup> – Enquête sur l'utilisation de l'Internet par les ménages à la maison, 2001.

troisième ou quatrième FSI depuis le premier branchement à Internet à domicile »<sup>4</sup>.

Bien que le secteur des FSI soit encore relativement jeune, les résultats d'enquête montrent qu'il présente déjà des signes de maturité. La forte croissance annuelle observée dans les revenus d'exploitation de ce secteur à la fin des années 1990 et au début du nouveau millénaire commence à ralentir. Ainsi, les revenus ont augmenté de 27 % en 2001 pour atteindre 1,27 milliard de dollars, soit un taux de croissance bien inférieur à la progression de 42 % enregistrée entre 1999 et 2000. Ce résultat n'est pas étonnant, étant donné que l'adoption d'Internet au niveau des consommateurs a également ralenti considérablement en 2001; et il ne fait pas de doute que ce ralentissement a été un facteur qui a contribué au fléchissement du taux de croissance des revenus d'exploitation<sup>5</sup>.

En dépit de la croissance des revenus d'exploitation, les FSI

canadiens ont du mal à réaliser des profits. Environ 46 % de l'ensemble des FSI sondés ont déclaré une perte en 2001. Certains des facteurs qui ont contribué à cette situation sont les suivants : une compétition intense; un ralentissement observé dans le taux d'adoption d'Internet; des investissements importants dans l'infrastructure (depuis l'introduction de l'accès à haute vitesse).

Le grand nombre d'acquisitions et de fusions dans ce secteur a contribué directement à la diminution de 9 % du nombre total des FSI en 2001. Plusieurs des plus petites entreprises ont tout simplement quitté le marché. Aujourd'hui, 256<sup>6</sup> entreprises sont classées dans le secteur des fournisseurs de services Internet.

Afin de mieux comprendre les défis auxquels font face les FSI dans le marché actuel, les divers acteurs de cette branche d'activité sont examinés de plus près dans les pages qui suivent.

### L'accès par réseau commuté : en recul, mais encore présent

En dépit d'une augmentation importante des revenus provenant de l'accès à large bande (38 % des revenus en 2001, comparativement à 26 % en 2000), l'accès à Internet par réseau commuté demeure une partie importante des activités des FSI, même s'il était en recul, produisant 49 % du total des revenus de ces fournisseurs en 2001.

Des technologies comme la ligne d'accès numérique (DSL) et les réseaux d'Internet par câble permettent aux utilisateurs de transmettre de l'information à la vitesse de l'éclair.

Il y a deux raisons principales pour lesquelles le service à haute vitesse a tant la cote chez les utilisateurs. Premièrement, l'information peut être transmise à une vitesse supérieure que dans le cas de l'accès par réseau commuté classique. Deuxièmement, le service à haute vitesse n'occupe pas la ligne téléphonique, de sorte qu'il n'est pas nécessaire de se doter d'une deuxième ligne. Mais l'accès par réseau commuté comporte encore des avantages : il coûte moins cher que la ligne d'accès numérique ou que l'accès par câble, il est beaucoup plus accessible (l'accès numérique et le câble ne sont pas offerts partout au pays), et les utilisateurs peuvent se brancher n'importe où (hôtels, etc.) et bénéficient d'une mobilité et d'une transférabilité accrues.

**Tableau 1.**  
*Variables principales (portion d'enquête)*

	2000	2001
Nombre d'établissements	281	256
Nombre de salariés	6 488	7 357
Employés par établissement	23	29
Revenu total d'exploitation (millions)	997,8	1 268,3
Total des dépenses d'exploitation (millions)	1 136,3	1 550,0
Marge bénéficiaire	-13,9	-22,2

<sup>4</sup> – Ekos Research Associates « *Repenser l'autoroute de l'information* ». Études canadienne. Juillet, 2002.

<sup>5</sup> – DSII; Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages, 2001 (EUIM).

<sup>6</sup> – Ce nombre représente les établissements faisant partie de la portion d'enquête.

## Structure du secteur :

Trois types de fournisseurs dominent le marché actuel de l'accès à Internet. Dans une des branches du secteur, on trouve les fournisseurs d'accès par câble, les premiers à offrir des services d'accès à Internet à haute vitesse. Le taux d'adoption de l'accès à Internet par câble progresse rapidement depuis 2000 (+76,5 %), en raison de la demande croissante pour l'accès à haute vitesse. Ce marché est dominé par les câblodistributeurs et ne compte qu'un très faible pourcentage de FSI agissant comme revendeurs d'accès par câble. Les fournisseurs d'accès Internet par câble s'emparent d'une part de plus en plus grande du marché canadien de l'accès à Internet. En 2001, ils ont réalisé plus de 429 millions de dollars en revenus avec l'accès à haute vitesse<sup>7</sup>.

Dans une autre branche, on trouve les grandes entreprises de télécommunications. Ces sociétés fournissent l'infrastructure de réseau aux FSI. Au début de l'Internet, ces entreprises ont été lentes à compétitionner directement dans le marché du monde des affaires et du secteur résidentiel. Elles ont joué principalement le rôle de « fournisseurs » dans le processus de l'accès à Internet.

Aujourd'hui, leur présence sur le marché est formidable et elles font directement concurrence aux entreprises auxquelles elles fournissent l'infrastructure de réseau – des entreprises classées dans le secteur des FSI. Il est clair que les entreprises de télécommunications possèdent les ressources financières, les immobilisations et le savoir-faire

en matière de télécommunication pour réussir dans ce secteur. En 2001, ces entreprises ont produit un peu plus de 325 millions de dollars en revenus grâce au service d'accès à Internet<sup>8</sup>.

Enfin, il y a les FSI classiques, communément appelés « fournisseurs indépendants ». Ces FSI sont ceux visés par l'Enquête annuelle sur les fournisseurs de services Internet et les autres services connexes, et leurs caractéristiques sont décrites dans le présent article.

Ensemble, en 2001, ces trois branches d'activité ont produit un peu plus de 2,0<sup>9</sup> milliards de dollars en revenus provenant de la prestation de services d'accès à Internet.

## Taille de l'entreprise<sup>10</sup> – une caractéristique distinctive importante des FSI

La taille de l'entreprise est une caractéristique distinctive importante des FSI canadiens. Aux fins du présent article, la

taille de l'entreprise est mesurée d'après le revenu total d'exploitation, comme on l'indique dans le tableau suivant :

<sup>7</sup> -- DSIIIE; Statistique Canada, Rapport annuel pour les titulaires d'une licence de télédistribution de 2001.

<sup>8</sup> -- DSIIIE; Statistique Canada, Enquête annuelle de télécommunications (2001).

<sup>9</sup> -- Statistique Canada (2001).

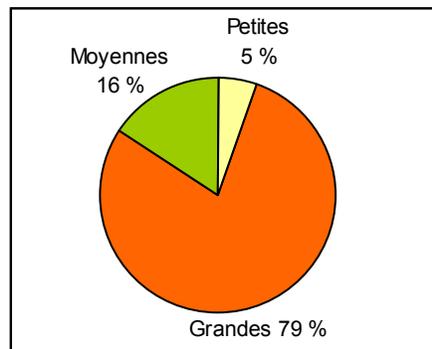
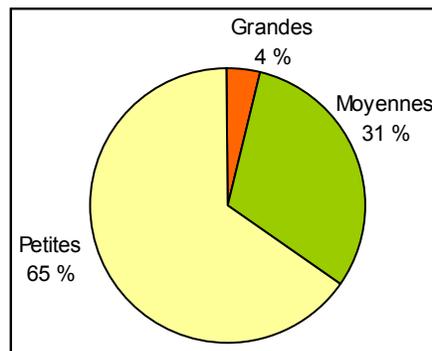
<sup>10</sup> -- Certaines entreprises peuvent avoir plus d'un établissement. La comparaison de la taille des entreprises est basée sur les réponses de 242 entreprises classifiées comme des FSI.

**Tableau 2.**  
Répartition des entreprises par taille

Groupe de revenus des FSI	Total des revenus d'exploitation	Pourcentage (%) du total des entreprises sondées
Petites	Moins de 1 000 000 \$	65 %
Moyennes	1 000 000 \$ à 10 000 000 \$	31 %
Grandes	Plus de 10 000 000 \$	4 %

## Les grandes entreprises produisent la majeure partie des revenus

Bien que le secteur des FSI soit constitué principalement de petites et de moyennes entreprises, ce sont les grandes entreprises qui dominent l'activité commerciale. Ensemble, les petites et moyennes entreprises représentaient environ 96 % de la population visée par l'enquête (graphique 1), mais elles ont produit uniquement 21 % des revenus d'exploitation du secteur. À l'inverse, les grandes entreprises, bien que peu nombreuses (4 % de la population observée) ont été à l'origine de pas moins de 79 % du total des revenus d'exploitation du secteur en 2001 (graphique 2).



**Graphique 1.**  
Pourcentage de FSI, par taille d'entreprise

**Graphique 2.**  
Pourcentage des revenus des FSI, par taille d'entreprise

## Les petites et moyennes entreprises réalisent des marges bénéficiaires plus importantes

Même si les entreprises de grande taille produisent la majeure partie des revenus d'exploitation du secteur, les petites et moyennes entreprises sont généralement plus rentables. Environ 6 petites ou moyennes entreprises sur 10 ont réalisé des profits, comparativement à seulement 9 % des grandes entreprises. Cette situation s'explique, entre autres, par le fait que les petites et

moyennes entreprises semblent être meilleures que les grandes en ce qui a trait à la différenciation de leurs activités et à la diversification de leurs services. Ces entreprises tirent généralement leurs revenus d'une gamme de services plus vaste que celle proposée par les entreprises de grande taille. Près de 90 % des petites et moyennes entreprises produisent des revenus par la prestation de différents services qui s'ajoutent au service d'accès à Internet. En fait, les revenus de ces entreprises proviennent, en

moyenne, de cinq à dix différents services autres que celui de fournisseur d'accès Internet.

En 2001, l'accès à Internet considéré isolément représentait 87 % des revenus du secteur des FSI. Mais seulement 10 % de tous les FSI tiraient la totalité de leurs revenus de la prestation du service d'accès à Internet. La plupart des entreprises (environ 90 %) produisaient des revenus par la prestation d'autres services, outre le service d'accès à Internet.

### Les facteurs qui gênent la croissance

Au cours de l'enquête, on a demandé aux FSI d'indiquer dans quelle mesure divers facteurs empêchaient la croissance de leurs activités de prestation de services Internet. Les FSI pouvaient choisir parmi quatorze facteurs possibles et une catégorie « autres », dans laquelle ils pouvaient mentionner d'autres obstacles freinant la croissance de leurs activités. Les répondants

évaluaient chaque facteur sur une échelle de 1 à 5, où 1 représentait un obstacle faible et 5, un obstacle important.

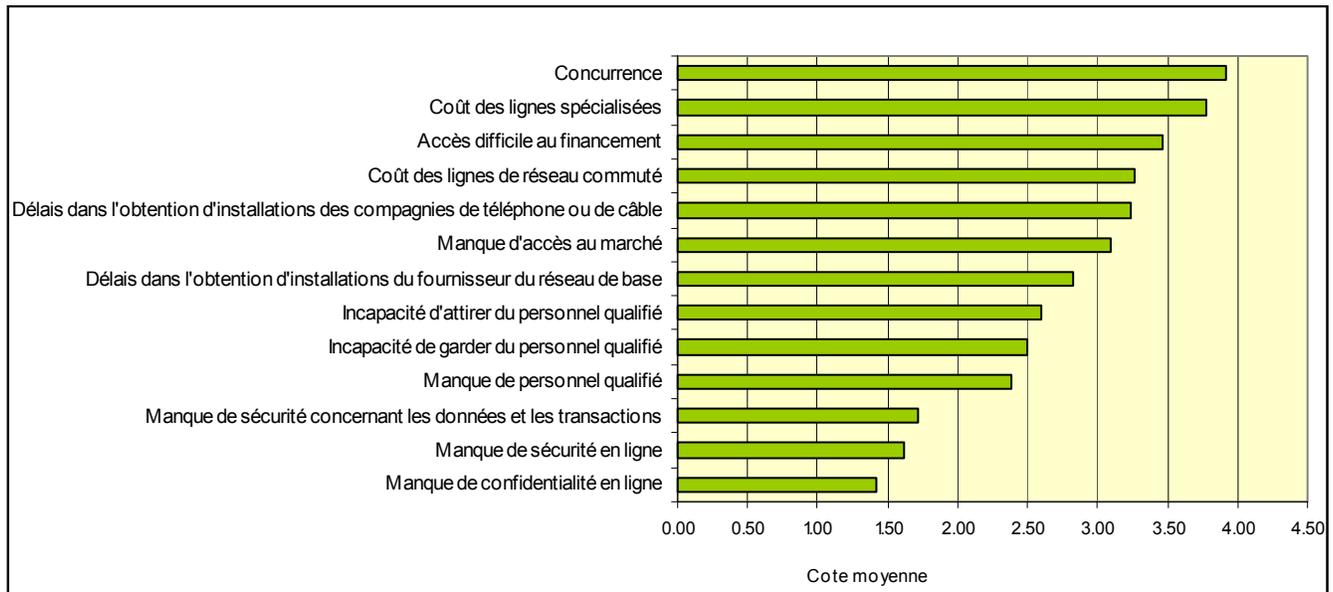
Le facteur principal qui gêne la croissance était la concurrence, suivie des facteurs reliés aux coûts. Les sections suivantes fournissent de plus amples renseignements sur chacun des facteurs énumérés ci-dessous.

#### Comment définit-on le degré des obstacles (élevé, moyen et faible)?

Aux fins de la présente analyse, les réponses étaient fondées sur l'échelle de 1 à 5 suivante :...

- 1 ou 2 = Obstacle mineur
- 3 = Obstacle moyen
- 4 ou 5 = Obstacle important

**Graphique 3.**  
Facteurs qui gênent la croissance, 2001



### ■ Concurrence

« *En affaires, si vous continuez d'avancer, la concurrence va vous mordre, mais si vous vous arrêtez, elle va vous avaler.* »  
- Victor Kiam

L'évaluation ci-dessus est une réflexion utile sur la situation présente du marché des FSI. Au sein du secteur des FSI, le facteur mentionné le plus souvent comme obstacle à la croissance était la « concurrence », 60 % de tous les FSI ayant attribué une cote de 4 ou 5 à ce facteur. Toutes les grandes entreprises (celles ayant des revenus d'au moins 10 millions de dollars) ont mentionné ce facteur comme

principal obstacle à la croissance. Une autre constatation a été également importante, à savoir que 65 % des entreprises de taille moyenne et 56 % des petites entreprises ont déclaré, elles aussi, que la concurrence était leur obstacle principal.

La structure du secteur canadien des FSI a changé énormément au cours des dernières années. Le nombre de fournisseurs d'accès à Internet a diminué et de grandes sociétés, comme les entreprises de télécommunications et les câblodistributeurs, sont arrivées

sur le marché ce qui a créé un environnement de compétition intense et une lutte pour les abonnés. L'établissement du prix de l'accès à Internet au même niveau que le coût de revient, ou près de ce coût, est l'une des stratégies utilisées pour attirer les abonnés des concurrents. Cette stratégie est l'une des raisons pour lesquelles le secteur continue d'afficher des pertes d'exploitation et explique en partie pourquoi les FSI considèrent la concurrence comme leur principal obstacle à la croissance.

## ■ Obstacles liés aux coûts

De manière prévisible, les obstacles liés aux coûts arrivaient au deuxième rang parmi les principaux écueils mentionnés par les répondants. Après la concurrence, les deux principales sources de préoccupation pour les FSI avaient trait aux coûts relatifs aux deux extrémités de l'activité de ces fournisseurs, à savoir les liaisons avec les consommateurs et les liaisons avec Internet.

Les FSI ont vu leur marge bénéficiaire diminuer graduellement au cours des dernières années, principalement en raison des coûts élevés liés à la prestation des services d'accès à Internet. Les dépenses d'exploitation du secteur ont augmenté à 1,55 milliard de

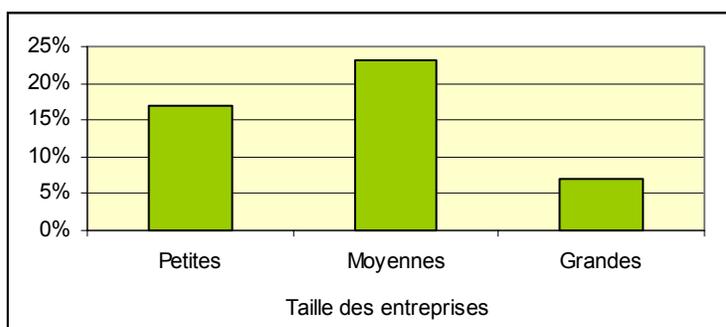
dollars en 2001, en hausse de 36 % par rapport à 2000; cette augmentation est de beaucoup supérieure à la progression des revenus d'exploitation, qui n'ont augmenté que de 27 % au cours de la même période.

Une proportion importante des dépenses des FSI ont trait à la location de lignes. En 2001, les dépenses de télécommunications, y compris les frais relatifs aux lignes de réseau commuté, au matériel et à la location de lignes spécialisées de fournisseurs en amont se chiffraient à environ 31 % des dépenses du secteur.

Environ 53 % de tous les répondants ont déclaré les coûts des lignes spécialisées de fournisseurs en amont comme

étant un obstacle important (graphique 4). Les petits FSI considéraient notamment que ces coûts étaient leur principal obstacle à la croissance, attribuant ainsi à ce facteur une cote légèrement supérieure à celle donnée à la concurrence.

Les coûts des lignes de réseau commuté étaient une autre source de préoccupation, 42 % des FSI ayant déclaré que ces coûts étaient un obstacle important à la croissance. Les petites et moyennes entreprises étaient les plus susceptibles de considérer ces coûts comme un obstacle important. Ces données font penser que les grandes entreprises sont plus en mesure d'absorber ces coûts.



**Graphique 4.**  
Coûts facturés pour la location des lignes auprès du fournisseur en amont, exprimés en pourcentage (%) du total des dépenses

## ■ Délais dans l'obtention d'installations des fournisseurs

Le mot « installations » désigne les serveurs ou les commutateurs de réseau d'accès commuté qui appartiennent soit à des FSI détenant des installations, soit à des entreprises de télécommunications. Plusieurs des FSI sondés ne détiennent pas d'installations (c.-à-d. qu'ils ne possèdent aucun serveur ou commutateur de réseau d'accès commuté). À la place, ils dépendent entièrement d'un autre fournisseur pour fournir le service qu'ils revendent, à leur tour, à leurs clients du secteur commercial ou du secteur résidentiel.

Les délais dans l'obtention d'installations de fournisseurs semblaient être une source de préoccupation relativement importante pour un grand nombre des petits et moyens FSI en 2001. Plus de la moitié de toutes les entreprises de taille moyenne ont déclaré des délais dans l'obtention d'installations des compagnies de téléphone ou de câble comme étant un obstacle important.

D'autre part, des délais dans l'obtention d'installations du fournisseur du réseau de base représentaient une moindre

préoccupation puisque seulement 24 % de tous les FSI ont déclaré que ce facteur était un obstacle important. Le fournisseur du réseau de base fournit l'accès à des lignes de transmission à haute vitesse qui forment le réseau de base de l'Internet. À la différence des FSI, qui fournissent aux utilisateurs l'accès à Internet, un fournisseur de réseau de base fournit aux FSI l'accès aux lignes, comme des lignes T1 ou T3, qui relient les FSI entre eux et qui permettent à ceux-ci d'offrir à leurs clients un accès à Internet à haute vitesse<sup>11</sup>.

## ■ Accès au financement

Le facteur sélectionné le plus fréquemment au quatrième rang comme obstacle à la croissance était l'accès difficile au financement. Fait intéressant, la taille de l'entreprise n'a pas influé sur la cote attribuée à ce facteur. Environ 42 % des répondants de chaque groupe établi d'après la taille ont considéré ce facteur comme un obstacle important. La majorité des entreprises restantes ont qualifié ce facteur d'obstacle moyen à la croissance.

Depuis toujours, dans le secteur des FSI, le capital institutionnel a été attribué aux réseaux et aux groupements nationaux<sup>12</sup>. D'une manière générale, il semblerait que

la plupart des sociétés financières d'innovation concentrent leurs investissements liés à l'accès à Internet sur les entreprises de taille moyenne et sur les grandes entreprises, et la majorité de ces investissements ont trait à des acquisitions. En raison de cette situation, la majorité des FSI ont du mal à croître et à prospérer sans l'aide de financement. Si l'on tient compte également du fait qu'en 2001, l'économie canadienne était caractérisée par une tendance en faveur de la réduction des coûts et une approche prudente en matière d'immobilisations, il n'est pas étonnant de constater que l'accès difficile au financement soit considéré comme un obstacle relativement important.

### Peu de réglementation

Au contraire de plusieurs autres secteurs, il y a peu de réglementation dans celui des FSI. C'est un environnement qui favorise l'accès universel, la croissance et la concurrence.

En mai 1999, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a décidé qu'il ne réglementerait aucun aspect de l'Internet<sup>13</sup>.

<sup>11</sup> -- Cette définition est tirée du glossaire des FSI que l'on peut consulter à l'adresse Web suivante : [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com).

<sup>12</sup> -- « Too Much Investment Chasing Too Few Opportunities », par Ted Stevenson. ISP-Planet. 28 octobre 1999.

<sup>13</sup> -- *Canada: Internet Usage*. International Market Insight (IMI) Series. By Annie Crombie, Marina Sistovaris. 1999.

## ■ Accès aux marchés

Le manque d'accès aux marchés a été choisi par 41 % des répondants comme étant une source de préoccupation importante. Il est intéressant de remarquer que les grandes entreprises (67 % de celles-ci) étaient les plus susceptibles de considérer ce facteur comme un obstacle important. Parmi les petites entreprises, 43 % ont coté ce facteur comme un obstacle important à la croissance. Il semblerait que les entreprises de petite taille ont tendance à miser davantage sur le marché résidentiel de l'accès par réseau commuté que les moyennes et grandes entreprises, et qu'elles éprouvent des difficultés à pénétrer le marché de l'accès par réseau à large bande. En effet, l'incapacité de fournir un accès à haute vitesse a été mentionnée souvent comme obstacle à la croissance dans la section du

questionnaire réservée aux commentaires. Étant donné qu'il s'agit d'une technologie relativement nouvelle, l'accès à haute vitesse coûte beaucoup plus cher à mettre en place parce qu'il nécessite un important investissement dans l'infrastructure.

L'expansion du marché de l'accès à Internet paraît en tout cas beaucoup plus difficile maintenant que par le passé. Les grands FSI détiennent souvent leurs propres réseaux ou leurs propres installations et ont tendance à être des chefs de file en matière de nouvelles technologies. Pour leur part, les petites et moyennes entreprises, dont la majorité sont des revendeurs, doivent le plus souvent faire du rattrapage par rapport au reste du marché (l'accès à haute vitesse illustre

parfaitement ce genre de situation). Mais en dépit de leurs difficultés, les petites et moyennes entreprises semblent être plus susceptibles d'offrir un service personnalisé et sur mesure à leurs clients, ce qui leur permet d'accéder à des marchés spécialisés.

Environ 29 % des FSI sondés ont choisi de mentionner sous la catégorie de réponse « autres » les facteurs qu'ils considéraient comme les obstacles les plus importants à la croissance. Parmi ces FSI, 17 % étaient des entreprises de taille moyenne, et 83 %, des petites entreprises. Les observations les plus courantes avaient trait au fait d'« avoir à concurrencer nos principaux fournisseurs » et à l'« établissement de prix irrationnels pour les services d'accès par ligne numérique et par câble ».

### Obstacles mineurs à la croissance....

## ■ Incapacité d'attirer et de garder du personnel qualifié

Par le passé, l'incapacité d'attirer du personnel hautement qualifié à un coût raisonnable était un obstacle majeur dans le secteur des technologies de l'information et des communications. Cela ne semble pas avoir été le cas en 2001, la plupart des FSI ayant exprimé un certaine

préoccupation au sujet de ce facteur, mais sans y accorder une aussi grande importance qu'auparavant.

Le secteur des FSI emploie aujourd'hui 7 357 personnes, des effectifs en hausse de 13 % par rapport à 2000. En 2001, les

entreprises de ce secteur dépensaient en moyenne 1,9 million de dollars en salaires et traitements des employés (y compris les avantages sociaux), ou 453,9 millions de dollars pour l'ensemble du secteur (29 % du total des dépenses d'exploitation). Au sein du secteur, le salaire

moyen a augmenté de 27 % pour atteindre, au total, 61 700 \$.

Les grandes entreprises présentaient des différences par rapport aux petites et moyennes entreprises en ce qui a trait à la capacité d'attirer et de garder du personnel. Plus de la moitié de tous les FSI (54 %) ont indiqué que le manque de personnel qualifié était dans l'ensemble un faible obstacle à la croissance. Les grandes entreprises ont la capacité de verser à leurs

employés des salaires plus élevés que ceux offerts par les petites et moyennes entreprises.

Cependant, 44 % d'entre elles considéraient le manque de personnel qualifié comme un obstacle moyen à la croissance, montrant ainsi davantage de préoccupation concernant cet aspect que les petites et moyennes entreprises.

L'incapacité d'attirer du personnel qualifié a été cotée comme un obstacle mineur par les petites et

moyennes entreprises. Toutefois, 44 % des grandes entreprises considéraient cet aspect comme un obstacle moyen. Parmi les grandes entreprises, 56 % considéraient également l'incapacité de garder du personnel qualifié comme un obstacle moyen à la croissance, tandis que 63 % des entreprises de taille moyenne et 40 % des petites entreprises estimaient que ce facteur était un obstacle mineur.

### ■ Manque de sécurité concernant les données et les transactions

La cote moyenne attribuée au facteur relié au manque de sécurité concernant les données et les transactions a été de 1,7 pour l'ensemble du secteur, ce qui est peu élevé. Seulement 7 % des FSI considéraient ce facteur

comme un obstacle important à la croissance, tandis qu'environ 70 % de tous les FSI le considéraient comme un obstacle mineur. Il semblerait que, dans le marché d'aujourd'hui, les FSI

estiment prendre les précautions nécessaires et mettre en oeuvre les outils et la technologie appropriés pour assurer l'échange de données et des transactions sécurisées sur leurs réseaux.

### ■ Questions liées à la sécurité et à la confidentialité

Seulement 4 % de la population sondée considérait le manque de sécurité en ligne comme un obstacle à la croissance. Les entreprises, peu nombreuses, qui considéraient cet aspect comme un obstacle étaient généralement des FSI de très petite taille. Le

manque de confidentialité en ligne était une question encore moins importante; en effet, seulement 2 % des répondants considéraient cet aspect comme un obstacle important. Ces données ne devraient pas nous donner à penser que les FSI

n'accordent pas beaucoup d'importance à la protection des renseignements personnels et à la confidentialité en ligne. Elles pourraient nous indiquer plutôt que les FSI ont accès à des technologies appropriées pour protéger la sécurité de leurs clients.

**Tableau 3**  
*Obstacles à la croissance par taille d'entreprise*

	Facteurs considérés comme des obstacles importants à la croissance (cote 4 ou 5)			
	Toutes les entreprises	Petites (Moins de 1 million \$)	Moyennes (1 million \$ - 10 millions \$)	Grandes (plus de 10 millions \$)
Concurrence	60 %	56 %	65 %	100 %
Coûts des lignes spécialisées de fournisseurs en amont	53 %	57 %	47 %	44 %
Coût des lignes de réseau commuté	42 %	46 %	33 %	33 %
Accès difficile au financement	42 %	42 %	42 %	44 %
Délais dans l'obtention d'installation des compagnies de téléphone ou de câble	43 %	36 %	55 %	43 %
Manque d'accès aux marchés	41 %	43 %	32 %	67 %
Délais dans l'obtention d'installation du fournisseur du réseau de base	24 %	23 %	25 %	22 %
Incapacité d'attirer du personnel qualifié	24 %	22 %	31 %	11 %
Incapacité de garder du personnel qualifié	17 %	19 %	12 %	11 %
Manque de personnel qualifié	19 %	21 %	19 %	0 %
Manque de sécurité concernant les données et les transactions	7 %	8 %	5 %	0 %
Manque de sécurité en ligne	4 %	6 %	1 %	0 %
Manque de confidentialité en ligne	2 %	2 %	1 %	0 %

## Sommaire

Bien qu'ils aient à faire face à une multitude de défis, les fournisseurs de services Internet continuent de répondre aux besoins changeants et complexes des utilisateurs d'Internet au Canada.

Il ne fait pas de doute que l'expansion du marché de l'Internet est maintenant plus difficile qu'elle ne l'était par le passé. Une intense compétition, des obstacles liés aux coûts et l'accès aux marchés comptent parmi les facteurs mentionnés le plus fréquemment pour expliquer la situation. Les attentes concernant la croissance futures

sont contrastées : un peu plus de la moitié des entreprises sondées prévoient une croissance de leurs revenus en 2002. En essayant d'accroître leur part de marché et le nombre de leurs abonnés, les FSI ont appris à diversifier leurs activités en offrant un large éventail de services. Les services d'hébergement de sites Web, de conception de pages Web et d'enregistrement de noms de domaines sont quelques-uns des services offerts le plus couramment.

En 2001, les petites entreprises avaient tendance à miser

davantage que les moyennes et grandes entreprises sur le marché de l'accès résidentiel par réseau commuté et ont tiré la majeure partie de leurs revenus en offrant ce type d'accès. Seulement 40 % des petites entreprises offrent l'accès à haute vitesse. Bien que le marché de l'accès à Internet à haute vitesse en soit encore à un stade initial de développement, il continue à prendre une importante croissance et les FSI indépendants vont devoir agir rapidement s'ils espèrent s'emparer d'une partie de ce marché au détriment de leurs concurrents de plus grande taille appartenant aux secteurs des

télécommunications et de la câblodistribution.

La différenciation et le rendement financier deviendront des aspects de plus en plus importants. L'élément clé pour la survie des FSI de petite et moyenne taille

dans cet environnement compétitif sera la capacité de continuer à innover sur le plan technologique et en matière de services et d'identifier et exploiter rapidement de nouvelles occasions d'affaires, et ce, avant les concurrents de grande taille<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> -- « Independent ISPs face rough ride as competition intensifies », par Nathalie Dargan - Analysys Research Limited. Février 1999. Cambridge, Royaume-Uni.

## Références

April, D. (2001). "Internet by Cable", *Série sur la connectivité*, n° 56F0004MPF au catalogue, Statistique Canada.

Canada: Internet Usage. International Market Insight (IMI) Series. Par Annie Crombie, Marina Sistovaris. 1999.

Dargan, Nathalie (1999). "*Independent ISPs face rough ride as competition intensifies*," Analysys Research Limited. Cambridge, Royaume-Uni.

Ekos Research Associates (juillet, 2002) "*Re-thinking the Information Highway*". Étude canadienne.

Hillary, Norah et Baldwin, Gord. « Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI », *Indicateurs des services*, n° 63-016XPB au catalogue, Statistique Canada, 1<sup>er</sup> trimestre 1999.

Pollara Inc. (2001). "*Industry Framework of Internet Service Providers*." Sponsored by the Industry Framework Telecommunications Policy Branch of Industry Canada.

Statistique Canada. « Service Internet à haute vitesse par câble, 2001 » *Bulletin de l'analyse en innovation*, n° 88-003-XIE au catalogue, Statistique Canada, vol. 4, n° 3, novembre 2002.

Stevenson, Ted. "Too Much Investment Chasing Too Few Opportunities." ISP Planet, octobre 28, 1999.

## Série de documents analytiques

N°

1. *Services aux entreprises, Partie 1: Évolution*  
**George Sciadas**
2. *Services aux entreprises, Partie 2: L'aspect humain*  
**George Sciadas**
3. *Achat final, accroissement de la demande: Les entreprises de services funéraires au Canada*  
**John Heimbecker**
4. *Alliances stratégiques de R-D*  
**Antoine Rose**
5. *La demande de services de télécommunications*  
**Dora Mozes et George Sciadas**
6. *La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain*  
**Tom Gorman**
7. *L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers*  
**Tarek M. Harchaoui**
8. *Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services*  
**Emmanuelle Avon**
9. *Accès à l'autoroute de l'information*  
**Paul Dickinson et George Sciadas**
10. *Le secteur des services d'aide temporaire: rôle, structure et croissance*  
**Daood Hamdani**
11. *Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes*  
**Tarek M. Harchaoui**
12. *Recherche et développement dans une économie fondée sur les services*  
**F. D. Gault**
13. *Accès à l'autoroute de l'information : la suite*  
**Paul Dickinson et George Sciadas**
14. *Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services*  
**Daood Hamdani**
15. *Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?*  
**Don Little**
16. *Repenser la croissance : Un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques*  
**Shirley Beyer et Anne Beaton**

17. *L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990*  
**Sirish Prabhu**
18. *L'émergence des services logistiques : questions de mesure*  
**Irwin Bess et Larry McKeown**
19. *Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services*  
**Daood Hamdani**
20. *Le secteur des services de location au cours des années 1990*  
**Randy Smadella**
21. *« Puis-je vous aider? » : la hausse des dépenses des ménages pour les services*  
**Don Little et Renée Béland**
22. *Les emplois sont-ils moins stables dans le secteur tertiaire?*  
**Andrew Heisz et Sylvain Côté**
23. *Les services de divertissement : un marché de consommation en croissance*  
**Louise Earl**
24. *Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984*  
**Don Little**
25. *Utilisation des chambres dans le secteur de l'hébergement des voyageurs*  
**Larry McKeown, Samuel Lee et Michael Lynch**
26. *Jeux de hasard : miser gros*  
**Katherine Marshall**
27. *Être branché ou ne pas l'être : Croissance de l'utilisation des services de communication par ordinateur*  
**Paul Dickinson et Jonathan Ellison**
28. *Enjeux auxquels sont confrontés les fournisseurs canadiens de services Internet : survol tiré d'une enquête des FSI*  
**Norah Hillary et Gord Baldwin**
29. *Les magasins spécialisés à grande surface*  
**Eric Genest-Laplante**
30. *L'innovation dans les services d'ingénierie*  
**Daood Hamdani**
31. *Profil du secteur des agences de voyages du Canada*  
**Adib Farhat**
32. *La concurrence dans les services de restauration durant les années 90*  
**Don Little et Leslie Bennett**
33. *Caractéristiques et performance des hôtels et des hôtels-motels*  
**Gaston Lévesque et Don Little**
34. *Un nouveau regard sur l'industrie des services informatiques*  
**Jamie Carson**

35. *L'industrie canadienne des services funéraires dans les années 90*  
**Michelle Rotermann**
36. *Les industries de service et le commerce des services*  
**Christine Roy**
37. *Vue d'ensemble du secteur des services spécialisés de design*  
**Klarka Zeman**
38. *Regroupement dans le secteur de l'assurance de biens et de risques divers durant les années 1990*  
**Christine Hinchley**
39. *S'adapter aux changements : l'industrie des assurances de personnes dans un contexte de services financiers en évolution*  
**Mario A. Vella et Rosario Faubert**
40. *Profil du secteur des services de garde d'enfants*  
**Janine Stafford**
41. *L'industrie des services face aux récessions*  
**Jean Lebreux**
42. *Le marché de consommation des services de divertissement*  
**Janine Stafford**
43. *Analyses transversales du rendement et de la structure du secteur hôtelier au Canada*  
**Gaston Levesque**
44. *La lutte pour demeurer concurrentiel : une étude des facteurs faisant obstacle à la croissance chez les fournisseurs de services Internet du Canada*  
**Heather Archibald**