



Catalogue No. 63-016-XIB

Services Indicators

2nd 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

2^e trimestre 1999

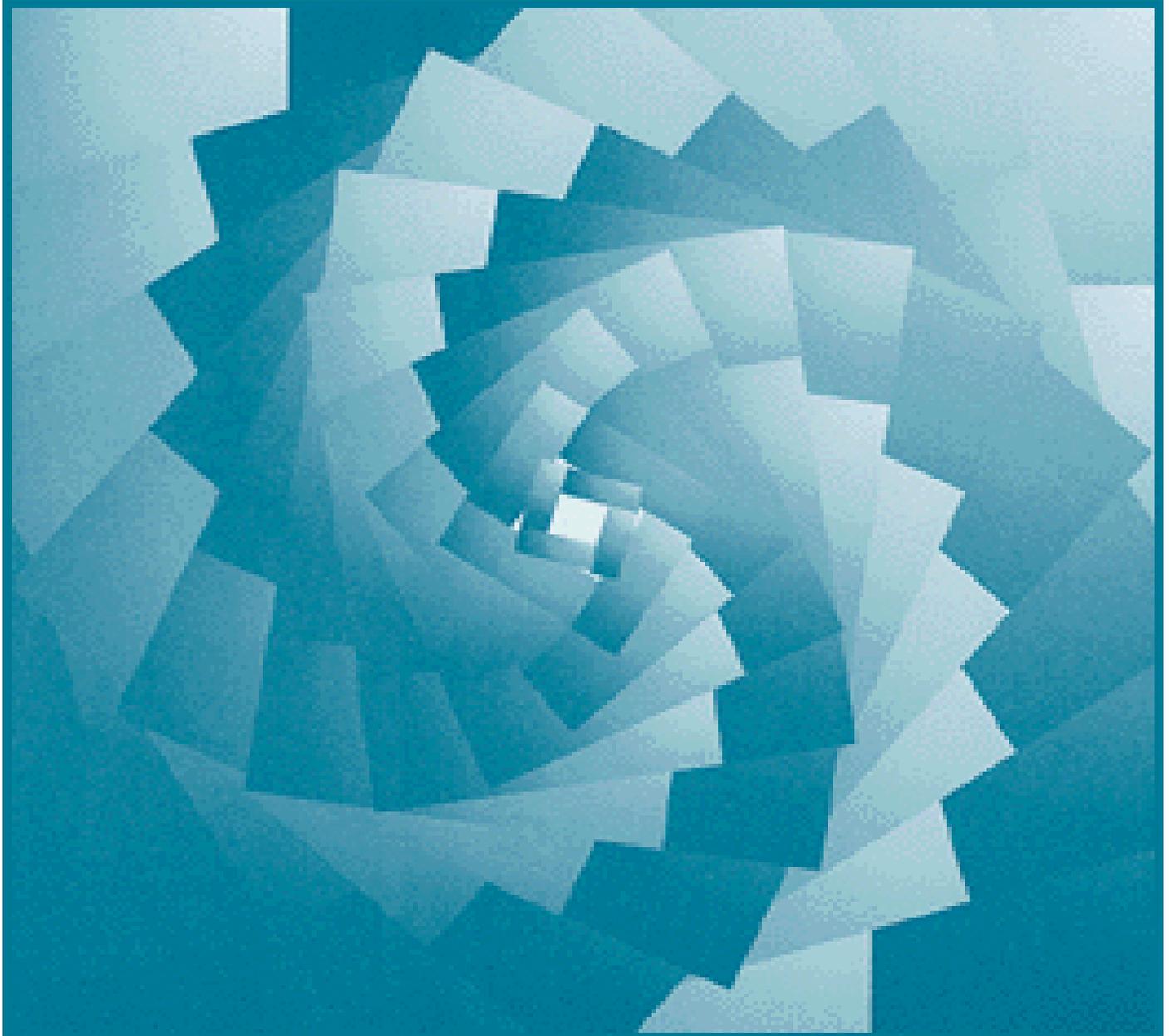
- ∞ Industrie de l'information et Industrie culturelle
- ∞ Finances, assurances et services immobiliers
- ∞ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ∞ Hébergement et services de restauration
- ∞ Arts, spectacles et loisirs

Feature article:

- ∞ **Specialised big-box stores**

Étude spéciale :

- ∞ **Les magasins spécialisés à grande surface**



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, Service Industries 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 ordiolinguage 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 industries de service, 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

2nd 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

2^e 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 article:

- ▶ **Specialized big-box stores**

Étude spéciale :

- ▶ **Les magasins spécialisés à grande surface**

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.

October 1999

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 2
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 2
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.

Octobre 1999

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 2
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 2
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	12	Aperçu général des services	12
Feature article:		Étude spéciale :	
Specialized big-box stores	19	Les magasins spécialisés à grande surface	19
Information and cultural industries	37	Industrie de l'information et industrie culturelle	37
Highlights	41	Faits saillants	41
Analytical Indicators	43	Indicateurs analytiques	43
Finance and insurance industries	47	Finance et assurances	47
Highlights	52	Faits saillants	52
Analytical Indicators	54	Indicateurs analytiques	54
Professional, scientific and technical services industries	59	Services professionnels, scientifiques et techniques	59
Highlights	64	Faits saillants	64
Analytical Indicators	67	Indicateurs analytiques	67
Accommodation and food services industries	71	Hébergement et services de restauration	71
Highlights	75	Faits saillants	75
Analytical Indicators	77	Indicateurs analytiques	77
Arts, entertainment and recreation services industries	81	Arts, spectacles et loisirs	81
Highlights	86	Faits saillants	86
Analytical Indicators	88	Indicateurs analytiques	88
Other services industries	93	Autres services	93
Definitions and concepts	96	Définitions et concepts	96

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
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- 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
- Roland Boudreau
- Nathalie Caron
- Jerry Fiori
- Mary-Beth Garneau
- John Heimbecker
- Joe Kresovic
- Carmen Lacroix
- Jean Leduc
- Marc Lévesque
- Don Little
- Janice McMechan
- 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)

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)

- **Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector**
(2nd Quarter 1997)
- **How Resilient is the Services Sector to Recession?**
(3rd Quarter 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)
- **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)
- **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)

● 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)**● Specialized Big-Box Stores**(2nd Quarter 1999)**● 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)**● Les magasins spécialisés à grande surface**(2^e 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 — 2nd Quarter 1999

Compared to the 1st quarter of 1999:

- Gross domestic product (GDP) for the service sector grew in real terms by a healthy 1.0% this quarter. This exceeded the 0.7% output growth rate for the goods sector. Most of this quarter's service sector growth was concentrated in the business industries, rather than the non-business industries.
- Within the service sector, growth was especially rapid in the insurance and real estate agents industry (+8.2%) perhaps due to the strength of, and increased activity in, the housing market. As well, the computer and related services industry saw its GDP increase by 4.4% this quarter, as organizations increasingly took precautions to ensure that their computer systems are Y2K compliant. Strong output growth was also recorded in the wholesale trade (+3.9%) and the telecommunication carriers and other telecommunication industries (+3.8%).
- These service sector GDP increases were partially negated by declines in food and beverage services (-1.8%), postal and courier services (-1.5%), radio and television broadcasting (-0.5%). Moreover, the retail trade and the health and social services industries each experienced 0.4% contractions in output this quarter.

Aperçu général des services

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

Comparaison avec le 1^{er} trimestre de 1999 :

- Au deuxième trimestre, le produit intérieur brut (PIB) dans le secteur des services a grimpé de 1,0 %, en chiffres absolus, dépassant ainsi la croissance (0,7 %) relevée dans le secteur des biens. La hausse observée ce trimestre-ci dans le secteur des services touche principalement les services aux entreprises.
- À l'intérieur du secteur des services, la croissance a été particulièrement rapide chez les agents d'assurance et les agents immobiliers (+8,2 %), lesquels ont sans doute profité de la fermeté du marché de l'habitation et de l'activité croissante sur ce marché. Le secteur des services informatiques et des services connexes enregistre lui aussi une hausse appréciable (4,4 %) au deuxième trimestre, les organismes et les entreprises cherchant de plus en plus à s'assurer que leurs systèmes informatiques étaient conformes à l'an 2000. Un accroissement marqué de la production a aussi été observé dans le commerce de gros (+3,9 %) et dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+3,8 %).
- Ces hausses du PIB sont partiellement neutralisées par des baisses dans les services de restauration (-1,8 %), les services postaux et de messagerie (-1,5 %) et les services de radiodiffusion et de télédiffusion (-0,5 %). À cela s'ajoute une baisse de production de 0,4 % dans le commerce de détail et le secteur des services de santé et des services sociaux.

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 1.0%	↑ 3.6%
Cons. Spending	↑ 1.4%	↑ 3.6%
Prices	↑ 1.0%	↑ 1.7%
Exports	↓ 0.9%	↑ 4.0%
Imports	↑ 1.1%	↑ 2.2%
Employment	...	↑ 2.9%

Indicateurs clés des services

Variables	Croissance depuis le dernier trimestre	Croissance depuis le même trimestre l'année précédente
PIB (réel)	↑ 1,0 %	↑ 3,6 %
Dép. des consom.	↑ 1,4 %	↑ 3,6 %
Prix	↑ 1,0 %	↑ 1,7 %
Exportations	↓ 0,9 %	↑ 4,0 %
Importations	↑ 1,1 %	↑ 2,2 %
Emploi	...	↑ 2,9 %

- Much of the service sector's second quarter output growth was prompted by a sharp 1.4% rise in consumer spending on services. Consumer spending on purchased transportation (+3.9%) rose most rapidly, largely due to the filtering through of higher gasoline prices resulting from a tightening of North American gasoline supplies and the recent agreement by OPEC countries to restrict the production of crude oil. Other service commodities with rapid consumer spending growth this quarter were: accident and sickness insurance (+2.8%), communications services (+2.5%), and financial and legal services (+2.5%).
- The consumer price index for services rose 1.1% this quarter – this was identical to the 1.1% inflation rate for goods. Prices rose most sharply for hotels and motels (+16.3%) and other traveller accommodations (+15.1%) due to the higher demand for traveller accommodations that arises in spring and summer. Meanwhile, prices for air transportation rose 8.0%, mainly due to higher prices for North American flights.
- After falling sharply in the first quarter, Canada's trade deficit in services rose from \$1.3 billion to \$1.6 billion in the second quarter. The trade deficit in the travel account more than doubled to reach \$392 million, perhaps due to the 3% appreciation of the Canadian dollar against the American dollar. This may have been what prompted Canadians to make 1.7% more trips to the United States in the second quarter, while the number of foreign air travellers visiting Canada was dropping. Also contributing to the higher trade deficit in services was a transportation services deficit that rose from \$695 million to \$940 million, due to a larger deficit in air transportation. Somewhat offsetting the higher travel and transportation account deficits was a widespread \$218 million improvement in Canada's trade balance for commercial services.
- Au deuxième trimestre, l'accroissement de la production dans le secteur des services a été favorisé principalement par la forte hausse de 1,4 % des dépenses des consommateurs au poste des services, et surtout des dépenses pour l'achat de services de transport (+3,9 %). Cette dernière hausse est due en grande partie à l'augmentation du prix de l'essence, elle-même provoquée par un resserrement des approvisionnements d'essence en Amérique du Nord et par la décision récente des pays membres de l'OPEP de réduire leur production de brut. Les dépenses à la consommation ont aussi fortement augmenté au poste des services d'assurance-maladie et d'assurance contre les accidents (+2,8 %), des services de communications (+2,5 %) et des services financiers et juridiques (+2,5 %).
- L'indice des prix à la consommation pour les services a progressé de 1,1 % au deuxième trimestre, ce qui est identique au taux d'inflation pour les biens (1,1 %). Ce sont les prix des hôtels et des motels (+16,3 %) et des autres services d'hébergement des voyageurs (+15,1 %) qui ont le plus augmenté ce trimestre-ci, cette hausse résultant de l'accroissement de la demande pour ces services qui se produit au printemps et à l'été. Pendant ce temps, les prix du transport aérien ont augmenté de 8,0 %, principalement à cause de la hausse des prix des vols en Amérique du nord.
- Après avoir fortement diminué au premier trimestre, le déficit commercial du Canada au titre des services s'est accru au deuxième trimestre, passant de 1,3 à 1,6 milliard de dollars. Cette hausse est attribuable notamment au déficit commercial au poste des voyages qui a plus que doublé au deuxième trimestre, pour atteindre 392 millions de dollars. Cette dernière augmentation est peut-être due à l'appréciation du dollar canadien, qui a gagné 3 % par rapport à la devise américaine et qui pourrait avoir incité les Canadiens à accroître de 1,7 % leurs voyages aux États-Unis au deuxième trimestre. Pendant ce temps, on a observé une diminution du nombre de voyageurs étrangers au Canada utilisant le transport aérien. L'augmentation du déficit commercial au titre des services tient également à l'accroissement du déficit commercial au poste des services de transport, lequel est passé de 695 millions à 940 millions de dollars; dans ce dernier cas, la hausse est imputable au déficit accru dans le transport aérien. Ces reculs ont été partiellement compensés par une augmentation de 218 millions de dollars de la balance commerciale pour les services commerciaux.

Highlights — 2nd Quarter 1999

Compared to the 2nd quarter of 1998:

- Output in the service sector was 3.6% higher this quarter than it was in the second quarter of 1998. This growth exceeded that for the goods sector where GDP rose by 2.6% over the past year.
- Compared to the second quarter of last year, output expanded especially rapidly in the computer and related services industry (+23.6), which is benefiting from concerns about Y2K compliance. This continues the computer services industry's long-term trend of rapid growth. Indeed, this industry's GDP has nearly doubled in real terms during the past five years.
- Since the second quarter of last year, other sizeable increases were recorded in the telecommunication carriers and other telecommunication industries (+21.0%) and in wholesale trade (12.7%). Meanwhile, output declined slightly in the postal and courier services industry (-1.7%), food and beverage services (-1.1%), insurance (-0.7%) and educational services (-0.4%).
- Price inflation for services (+1.7%) was similar to that for goods (+1.6%) compared to the second quarter of last year. Nevertheless consumer spending on services rose at a more rapid rate, particularly for purchased transportation, communications services and financial and legal services.
- Canada's trade deficit in services dropped from \$1.8 billion to \$1.6 billion. While services imports rose by \$286 million, this was exceeded by a \$457 million increase in exports. Trade balance improvements occurred in the travel and commercial services accounts, perhaps indirectly due to a lower-valued Canadian dollar compared to the same quarter of last year. There was, however, a concurrent rise in the trade deficit for transportation services.
- Employment in the service sector rose by 306,200 relative to the second quarter of last year, an increase of 2.9%. This growth rate more than doubled the rate recorded in the goods sector. All of the services jobs added over the past year were full-time positions, and over one-third involved self-employment.

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

Comparaison avec le 2^e trimestre de 1998 :

- Entre le deuxième trimestre de 1998 et celui de 1999, la production dans le secteur des services a fait un bond de 3,6 %, dépassant ainsi la croissance dans le secteur des biens dont le PIB a augmenté de 2,6 % durant la même période.
- La croissance par rapport à l'an dernier a été particulièrement rapide dans le secteur des services informatiques et services connexes (+23,6), lequel a profité de la frénésie suscitée par le passage à l'an 2000. Cette croissance s'inscrit dans la forte tendance à la hausse qui caractérise ce secteur depuis plusieurs années déjà. De fait, le PIB de ce secteur a presque doublé, en chiffres absolus, au cours des cinq dernières années.
- Depuis le deuxième trimestre de l'an dernier, on relève aussi des augmentations appréciables dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+21,0 %) et celui du commerce de gros (12,7 %). En revanche, la production a légèrement diminué dans les secteurs des services postaux et de messagerie (-1,7 %), de la restauration (-1,1 %), de l'assurance (-0,7 %) et des services d'enseignement (-0,4 %).
- Durant cette période d'un an, le taux d'inflation des prix des services (+1,7 %) a été comparable à celui des biens (+1,6 %). Les dépenses des consommateurs au poste des services ont toutefois augmenté plus rapidement, en particulier au niveau des services de transport, des services de communications et des services financiers et juridiques.
- Le déficit commercial du Canada au poste des services passe de 1,8 à 1,6 milliard de dollars, grâce à une hausse de 457 millions de dollars des exportations et une augmentation de 286 millions de dollars des importations. On relève une amélioration au niveau de la balance commerciale dans les services des voyages et les services commerciaux, attribuable peut-être indirectement à la dépréciation du dollar canadien durant cette période d'un an. À noter toutefois une hausse concurrente du déficit commercial au poste des services de transport.
- L'emploi dans le secteur des services a progressé de 306 200 depuis le deuxième trimestre de 1998. Il s'agit là d'une hausse de 2,9 %, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux enregistré dans le secteur des biens. Tous les emplois créés dans le secteur des services au cours de la dernière année ont été des emplois à temps plein, et plus du tiers sont des emplois indépendants.

- Within the service sector, job growth rates were especially high in: the motion picture and video industry (+42.7%); amusement parks, arcades and other amusement and recreation activities (+29.1%); the computer systems design industry (+27.6%); and the securities and commodity contract services industry (+24.5%).
- Meanwhile, some other service industries experienced shrinkage in their workforces. In particular, the following industries had high negative growth rates: performing arts, spectator sports and related activities (-14.3%); broadcasting (-14.2%); telecommunications services (-14.2%); and management, scientific and technical services (-12.1%).
- À l'intérieur du secteur des services, la création d'emplois a été particulièrement forte dans l'industrie du film et de la vidéo (+42,7 %); les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et les autres services de divertissements et de loisirs (+29,1 %); la conception de systèmes informatiques (+27,6 %), ainsi que dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+24,5 %).
- À l'opposé, des pertes d'emploi ont été enregistrées, notamment dans les secteurs des arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes (-14,3 %); de la radiotélévision (-14,2 %); des services de télécommunications (-14,2 %) et des services de gestion et services scientifiques et techniques (-12,1 %).

Services sector overview

Aperçu général dans le secteur des services

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

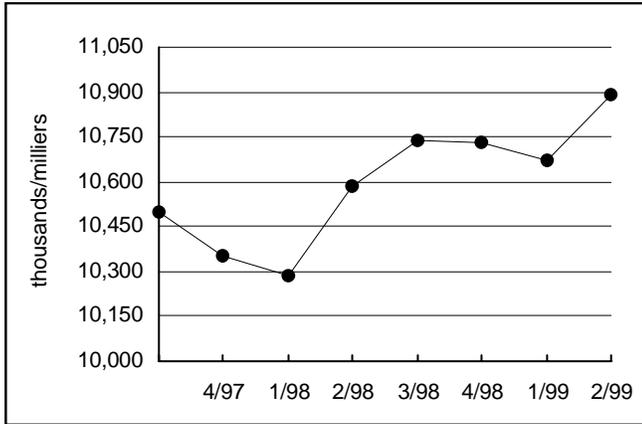


Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

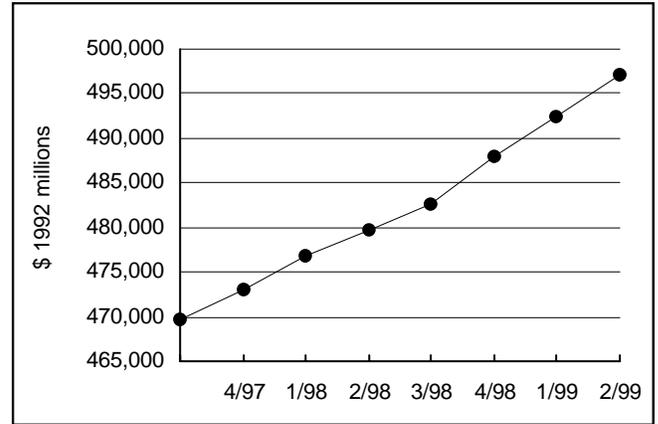


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

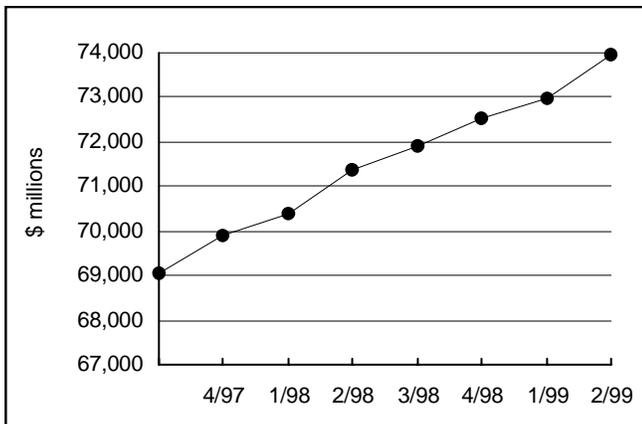


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

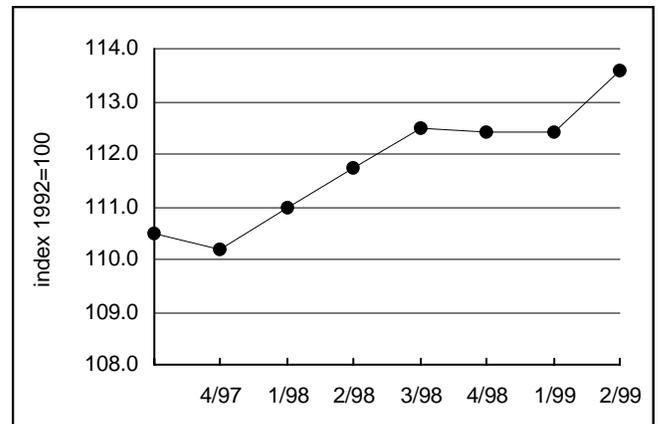


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services

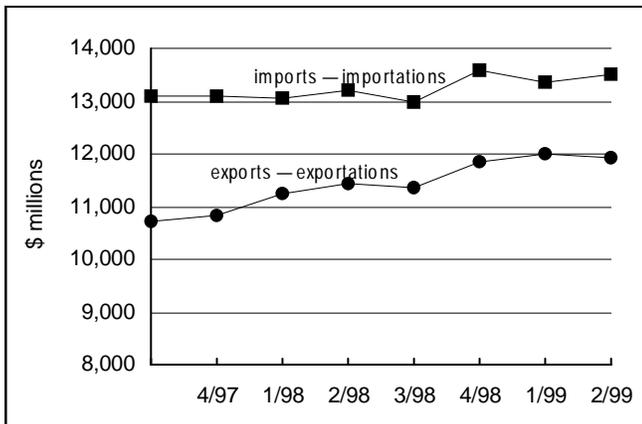


Chart 6. Services trade balance

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

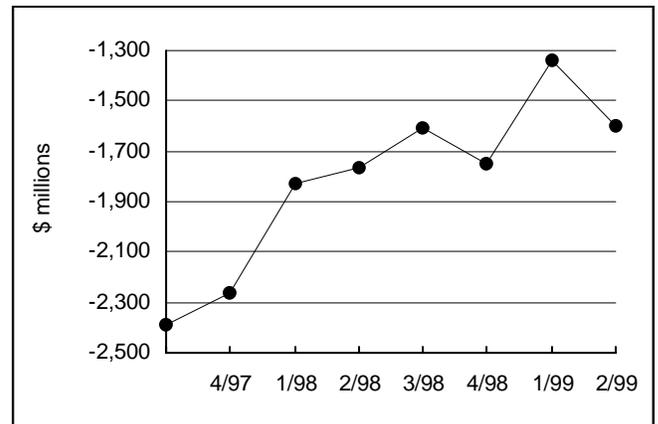


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Overall economy	14,350	14,032	13,799	14,352	14,671	14,483	14,264	14,713	Économie globale
Services	10,500	10,349	10,288	10,585	10,737	10,729	10,672	10,891	Services
Full-time	8,268	7,891	7,814	8,173	8,486	8,168	8,132	8,483	Plein temps
Part-time	2,232	2,458	2,475	2,412	2,251	2,561	2,540	2,408	Temps partiel
Self-employment*	1,774	1,719	1,719	1,751	1,794	1,815	1,839	1,861	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)	millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992								PIB (dés. et annualisé)
All industries	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Toutes les industries
Services	469,640	473,116	476,712	479,670	482,665	487,853	492,408	497,163	Services
Consumer spending (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	128,595	130,032	130,235	132,654	133,490	133,960	135,439	137,029	Économie globale
Services	69,073	69,891	70,400	71,389	71,902	72,507	72,975	73,971	Services
Prices	CPI 1992=100 — IPC 1992=100								Prix
All items	107.8	107.7	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	110.3	Ensemble
Services	110.5	110.2	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	113.6	Services
International Trade (s.a.)	millions of current dollars — millions de dollars courants								Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	75,888	77,774	77,610	78,287	81,301	85,064	86,186	86,915	Exportations
Imports	70,816	73,344	73,251	74,429	75,623	80,097	78,752	79,572	Importations
Balance	5,072	4,430	4,359	3,858	5,678	4,967	7,434	7,343	Solde
Services									Services
Exports	10,705	10,833	11,246	11,449	11,354	11,852	12,011	11,906	Exportations
Imports	13,095	13,094	13,075	13,217	12,965	13,600	13,352	13,503	Importations
Balance	-2,390	-2,261	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,341	-1,597	Solde

Analytical table — Tableau analytique

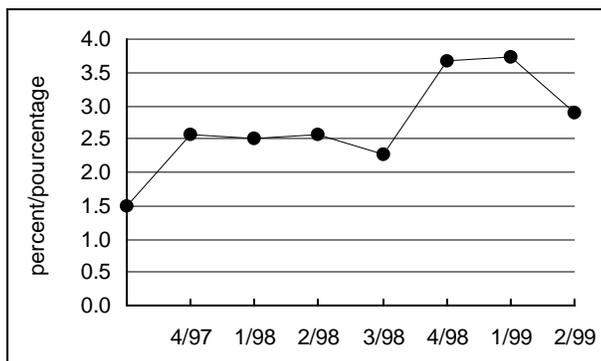
Services		from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier						Services	
Rates of change (%)								Taux de variation (%)	
Employment	1.5	2.6	2.5	2.6	2.3	3.7	3.7	2.9	Emploi
Full-time	1.3	1.7	2.8	3.5	2.6	3.5	4.1	3.8	Plein temps
Part-time	2.4	6.0	1.5	-0.1	0.8	4.2	2.7	-0.1	Temps partiel
Self-employment*	15.5	15.3	7.5	2.2	1.2	5.6	7.0	6.3	Travail autonome*
Services		from last quarter — par rapport au dernier trimestre						Services	
Rates of change (%)								Taux de variation (%)	
GDP (real)	1.1	0.7	0.8	0.6	0.6	1.1	0.9	1.0	PIB (réel)
Consumer spending	0.9	1.2	0.7	1.4	0.7	0.8	0.6	1.4	Dépenses de consommation
Prices	0.6	-0.3	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	1.0	Prix
Exports	2.6	1.2	3.8	1.8	-0.8	4.4	1.3	-0.9	Exportations
Imports	4.2	-0.0	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-1.8	1.1	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

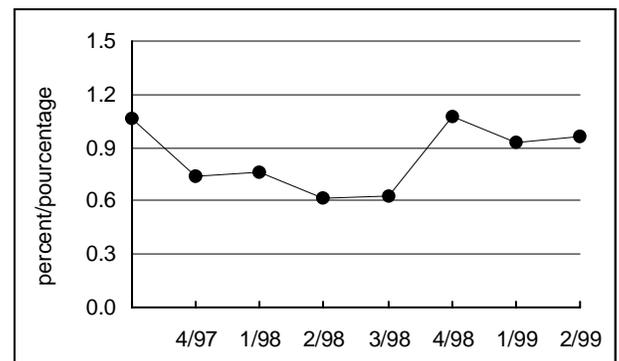
Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹



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



Feature Article

Étude spéciale

Specialized big-box stores

*Eric Genest-Laplante*¹
 Statistics Canada
 Telephone: (613) 947-0762
 E-mail: egenestl@nrcan.gc.ca

Introduction

Retail trade has undergone many changes over the past century including the introduction of catalogue shopping, increases in the number of chain stores and the construction of shopping centres, to name just a few. The emergence and expansion of big-box stores over the past three decades is one of the most significant changes in the structure of retail trade to date.

Two criteria underlie the big-box store concept. The amount of floor space is one criterion to distinguish big-box stores from traditional shops. The second criterion—kinds of goods sold—is used to categorize big-box stores in three distinct categories: supermarkets, specialized stores and general merchandise stores. This study focuses on specialized big-box stores.² Such stores generally offer a wide range of products in specific fields, such as electronics, clothing and sporting goods.

Most studies conducted on big-box stores in Canada have focused on their locations. The evolution of such stores over time has been examined in a more qualitative manner.³ A more recent study⁴ considered, in greater detail, the quantitative aspects of big-box store evolution throughout the country. Additional studies focussed on other aspects of the presence of big-box stores, including their implementation strategies and their impact on retail trade.⁵

¹ The author would like to thank Manon Nadeau for her assistance throughout this research. Thanks are also due to Cécile Dumas, Robert Lussier and François Maranda for their additional comments and suggestions on prior versions of this text.

² See Genest-Laplante (1998 and 1999) for an analysis of supermarkets and general merchandise stores.

³ See Jones, Evans and Smith (1994) and Lyon (1994).

⁴ See Genest-Laplante (1998).

⁵ See Jones and Doucet (1999).

Les magasins spécialisés à grande surface

*Eric Genest-Laplante*¹
 Statistique Canada
 Téléphone : (613) 947-0762
 Courrier électronique : egenestl@nrcan.gc.ca

Introduction

Depuis un siècle, le commerce de détail a subi de nombreux changements : le magasinage par catalogue, l'expansion des chaînes ou encore la construction de centres commerciaux, pour n'en nommer que quelques-uns. L'arrivée et l'expansion des magasins à grande surface au cours des trois dernières décennies est une des transformations les plus importantes de la structure du commerce de détail à ce jour.

Deux critères sous-tendent le concept de magasin à grande surface. La surface de plancher est le critère qui différencie en premier lieu les grandes surfaces des magasins ou commerçants traditionnels. D'autre part, la marchandise offerte est le critère utilisé pour départager les grandes surfaces* en trois catégories distinctes, soit les supermarchés, les magasins spécialisés et les magasins de marchandises diverses. Dans le cadre de cette étude, l'accent est mis sur les magasins spécialisés². Généralement, ceux-ci offrent un large éventail de produits dans un domaine particulier, par exemple l'électronique, les vêtements ou les articles de sport.

La plupart des études réalisées sur le phénomène des grandes surfaces au Canada s'intéressent plus spécifiquement à la localisation des grandes surfaces, l'évolution à travers le temps étant traitée de manière plutôt qualitative³. Une étude plus récente⁴ s'est penchée plus en détail sur l'aspect quantitatif de l'évolution des grandes surfaces au pays. D'autres études portent sur divers aspects de la présence des magasins à grande surface, notamment leurs stratégies d'implantation et leur impact sur le commerce de détail⁵.

¹ L'auteur tient à remercier Manon Nadeau pour l'aide apportée tout au long de cette recherche. Des remerciements sont aussi adressés à Cécile Dumas, Robert Lussier et François Maranda pour leurs commentaires et suggestions sur des versions antérieures de ce texte.

² Pour une analyse des supermarchés et des magasins de marchandises diverses, voir Genest-Laplante (1998 et 1999).

³ Voir Jones, Evans et Smith (1994) et Lyon (1994).

⁴ Voir Genest-Laplante (1998).

⁵ Voir Jones et Doucet (1999).

* Dans ce texte, les expressions « grande surface » et « magasin à grande surface » sont employées indifféremment.

Methodology

Data

The data used in this article are taken from the Retail Trade Annual Chain and Department Store Survey,⁶ for the 1989 through 1997 period. Two variables pertaining to retail outlets were used, total floor space and total sales. Sales outlets lacking information on floor space, stores operating only part of the year, warehouses⁷ and head offices were all excluded. Stores for which floor space information, but not sales information was available were included. In such cases, sales data were imputed based on data for other stores of similar size.

Groups

For the purposes of this study, stores were divided according to the 1980 Standard Industrial Classification (1980 SIC) system. Some separate classifications that were similar, in terms of types of goods sold and store sizes, were combined. The classifications employed in this article, and their 1980 SIC identifiers, are:

- Shoe stores (6111);
- Men's and women's clothing stores (6121, 6131);
- Household appliance, television, radio and stereo stores (6221, 6222);
- Sporting goods and bicycle stores (6541, 6542);
- Musical instrument and record stores (6551, 6552).

Analytical techniques

This study of big-box store evolution is essentially a study of the market shares of such stores at the national level. The proportions of overall sales and floor space accounted for by big-box stores and the number of big-box stores were studied from 1989 to 1997.

Many performance indicators may be used to assess business financial performance. These include profit margin (gross, net, before tax), return on capital, inventory turnover, working capital and interest coverage indicators. However, none of these indicators can be used directly in the framework of this study. While the components for calculating some of these indicators are available, they usually exist only for companies as a whole, and not for particular sales outlets.

Consequently, a different kind of indicator is adopted here: sales per square foot of floor space. This information is available for each location and can be used to compare the performances of big-box and other stores, although costs are not taken into account. More specifically, median sales per square foot of floor space are used as an indicator. Median sales serve this purpose better than average sales because they reduce distortions introduced by extreme values. Furthermore, the issue here is more one of **effectiveness** than of **performance**. The latter concept assumes costs per unit of floor space are taken into consideration. However, operating costs are only available for entire chains, and a measurement of performance would require the calculation of costs for each particular location.

Limitations

The Retail Trade Annual Chain and Department Store Survey excludes independent stores and franchises not grouped as chains.⁸ These two types of stores accounted for approximately 62% of total retail sales in 1997.

Méthodologie

Données

Les données sont tirées de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins⁶, pour la période s'échelonnant entre 1989 et 1997. Deux variables sont utilisées, toutes deux au niveau du point de vente : la surface totale de plancher et la valeur des ventes. Les points de vente pour lesquels il n'y a pas d'information sur la superficie sont exclus, de même que les magasins exploités seulement une partie de l'année, ainsi que les entrepôts⁷ et les sièges sociaux. Les magasins pour lesquels l'information est disponible sur la superficie mais non sur les ventes sont inclus dans l'étude; dans ce cas leurs ventes sont imputées en se basant sur d'autres magasins de taille similaire.

Groupes

Pour les besoins de l'étude, les magasins sont divisés selon la classification type des industries de 1980 (CTI 1980). Lorsque certaines classes sont très apparentées suivant le type de marchandise vendue et la superficie moyenne des magasins, celles-ci sont réunies et constituées en groupes. Ce processus assure l'homogénéité des groupes, qui sont les suivants (classes CTI 1980 entre parenthèses) :

- Magasins de chaussures (6111);
- Magasins de vêtements pour hommes et pour dames (6121, 6131);
- Magasins d'appareils ménagers, de télévisions, de radios et d'appareils stéréophoniques (6221, 6222);
- Magasins d'articles de sport et de bicyclettes (6541, 6542);
- Magasins d'instruments de musique et de disques (6551, 6552).

Techniques analytiques

L'analyse de l'évolution des grandes surfaces est pour l'essentiel une étude de parts de marché au niveau national. Les proportions du nombre de grandes surfaces, de leurs ventes associées ainsi que des surfaces de plancher correspondantes sont suivies entre 1989 et 1997.

D'autre part, il existe plusieurs indicateurs de rendement qui servent à mesurer la performance financière des entreprises, par exemple : marge bénéficiaire (brute, nette, avant impôts), rendement des capitaux, rotation des stocks, fonds de roulement, couverture des intérêts. Cependant aucun d'entre eux ne peut être utilisé directement dans le cadre de cette étude. En effet, bien que les composantes permettant de calculer certains indicateurs soient disponibles, elles ne le sont pour la plupart qu'au niveau de l'entreprise, et non au niveau du point de vente.

Ceci nous amène à considérer un indicateur différent, soit les ventes par pied carré. Cette information est disponible au niveau de l'emplacement et montre malgré tout jusqu'à quel point les magasins à grande surface tirent leur épingle du jeu par rapport aux autres magasins, et ce même si aucun coût n'est pris en considération. Plus précisément, ce sont les ventes médianes par pied carré qui servent d'indicateur. Cette mesure s'impose sur les ventes moyennes lorsqu'on désire éliminer l'effet de distorsion causé par les valeurs extrêmes. De plus, il est ici question d'**efficacité** plutôt que de **rendement**. Ce dernier concept suppose la prise en considération des coûts par unité de surface de plancher. Seuls les coûts d'exploitation par chaîne sont disponibles, alors que les coûts par emplacement sont nécessaires pour établir une mesure de rendement.

Limite

L'Enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins ne comprend pas les magasins indépendants et les franchises non regroupées en chaînes⁸. Ces deux types de magasins se sont accaparés environ 62% des ventes totales du commerce de détail en 1997.

⁶ See Statistics Canada, Catalogue No. 63-210-XPB.

⁷ The term "warehouse" represents a place in which goods delivered by suppliers are stored, and from which inventory is distributed to various sales outlets.

⁸ A retail chain is defined as an organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership, at anytime during the survey year.

⁶ Voir Statistique Canada, n° 63-210-XPB au catalogue.

⁷ Le terme entrepôt est employé ici comme désignant un lieu où on stocke la marchandise livrée par les fournisseurs et à partir duquel on répartit l'inventaire entre les différents points de vente.

⁸ On définit une chaîne de magasins de détail (ou magasin à succursales) toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné durant l'année d'enquête.

This study has two goals. The first is to determine what share of the total chain-store market big-box stores have carved out for themselves in recent years—in terms of numbers of locations, sales and floor space. This information is useful for those concerned with changing market structures, as well as for the general public. Secondly, the “effectiveness” of big-box stores is then compared with that of other stores.

The minimum size of big-box stores varies by store type

For each store group, the minimum store size for qualification as a big-box store was determined by the following method. Stores were ranked according to their respective floor spaces. For each store group, several floor space values were considered as possible boundaries for distinguishing big-box stores from smaller stores. The boundaries settled upon were the highest possible boundary values above which rigorous analyses (based on criteria such as sufficient numbers of observations) of big-box stores could be made. To diminish the subjectivity of this step, the validity of each selected boundary was tested by comparing patterns of big-box store evolution (in terms of numbers and sales) with other potential boundaries. Results of this process appear in Table 1, which shows that boundaries between big-box and other stores vary considerably depending on the store groups under consideration.

Table 1. Minimum store sizes for inclusion in big-box store category

Store group	Minimum size (in square feet)
Groupe de magasins	Taille minimale (en pieds carrés)
Shoes — Chaussures	5,000
Men's and women's clothing — Vêtements pour hommes et pour dames	7,500
Household appliances, television, radios and stereos — App. ménagers, postes de télévision et de radio et appareils stéréophoniques	10,000
Sporting goods and bicycles — Articles de sport et bicyclettes	15,000
Musical instruments and records — Instruments de musique et disques	5,000

Recent levelling off in market shares for big-box shoe stores

Big-box shoe stores are relatively modest in size. Until 1994, very few sales outlets exceeded the 5,000 square foot minimum boundary for inclusion in the big-box category, and the overall sector seemed to lack vitality. Indeed, both the number of shoe stores and their total sales declined between 1989 and 1994, while prices in constant dollars remained the same between 1991 and 1997.

Cette étude poursuit deux objectifs. L'intérêt premier est de déterminer quelle proportion du marché par rapport à l'ensemble des chaînes ces nouveaux magasins se sont appropriés au cours des dernières années, que ce soit en termes de nombre de magasins, de leurs ventes ou encore de leur surface de plancher. Ces informations sont utiles pour ceux qui se préoccupent des changements dans la structure du marché, mais aussi pour le public en général. Dans un deuxième temps, l'efficacité de ces magasins nouveau genre est comparée à celle des autres magasins.

La taille des magasins à grande surface varie sensiblement selon le groupe

Pour chacun des groupes, la taille minimale d'un magasin à grande surface est déterminée en utilisant l'algorithme qui suit. Les magasins sont d'abord rangés selon leur superficie. Pour chaque groupe de magasins, on considère plusieurs frontières possibles entre les grandes surfaces et les autres. La démarcation finale est la plus grande valeur frontière possible à partir de laquelle une analyse rigoureuse (basée sur des critères tels qu'un nombre suffisant d'observations) peut être effectuée. Afin d'atténuer le plus possible le caractère subjectif de cette dernière étape, la robustesse du choix est testée en comparant les profils d'évolution des grandes surfaces (nombre, ventes) pour d'autres frontières non retenues. Les résultats de ce processus sont présentés au tableau 1. On constate que la frontière entre les grandes surfaces et les autres magasins varie sensiblement selon le groupe considéré.

Tableau 1. Taille minimale des magasins à grande surface

Magasins de chaussures : plafonnement rapide

La taille d'un magasin à grande surface est dans ce cas-ci très modeste. Jusqu'en 1994, très peu de points de vente dépassaient la barre des 5 000 pieds carrés; le phénomène des grandes surfaces était très peu présent et le secteur dans son ensemble semblait manquer de dynamisme. En effet, tant le nombre de magasins que les ventes totales ont décrû entre 1989 et 1994, alors que les prix en dollars constants sont à toutes fins utiles demeurés les mêmes entre 1991 et 1997.

However, the market shares of big-box shoe stores increased fivefold between 1993 and 1996 (Chart 1). The share of overall shoe store floor space occupied by big-box shoe stores almost doubled in both 1995 and 1996, while their proportion of sales increased by 133%. However, this came to a sudden halt in 1997, as the big-box stores' share of sales retreated and big-box floor space levelled off at 20%.

Huge shoe stores (with far more than 5,000 square feet) have now sprung up in various locations, most often in power centres.⁹ Big-box shoe stores were designed to serve entire families, with shoes for men, women and children. Many models are carried, and shoes are available for a wide range of activities. These features distinguish them from most traditional shoe shops, and are likely to draw more customers.

The relative effectiveness of big-box shoe stores compared to other shoe stores can be determined by looking at Chart 1. The share of sales for big-box stores was consistently lower than the shares of overall floor space used by such stores. Big-box shoe stores thus failed to transform this additional space into commensurate additional sales, thus their effectiveness seems less than that of smaller stores. Chart 2 illustrates the gap in median sales per square foot by size of store. Median sales per square foot tend to be half as high in big-box stores as they are in other stores. Although the absolute gap in sales per square foot between big-box and other stores ranged

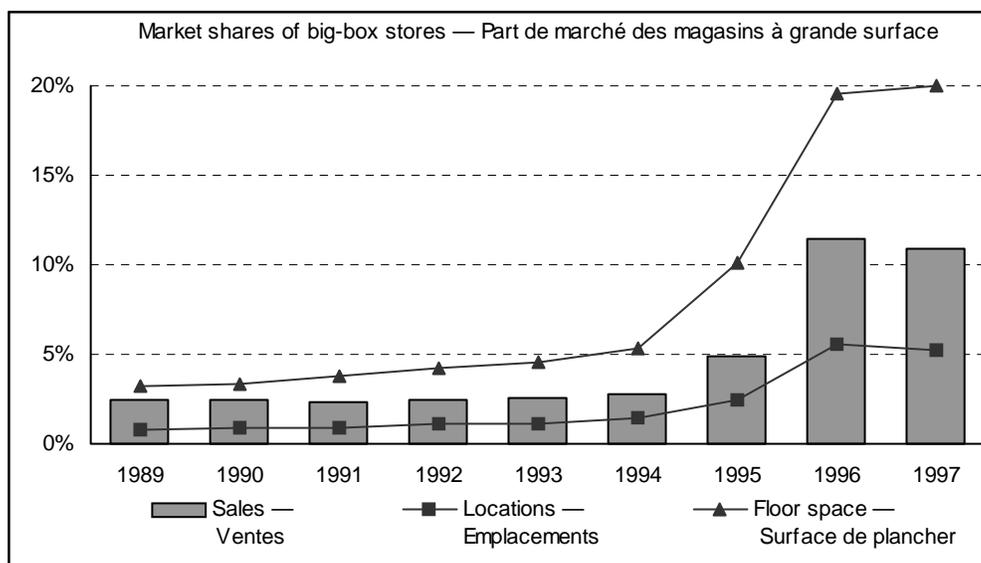
La proportion de grandes surfaces a toutefois quintuplé entre 1993 et 1996 (graphique 1). La proportion de surface de plancher totale associée à ces magasins a presque doublé en 1995 et encore une fois en 1996; la proportion des ventes a quant à elle été multipliée par 2,3 au cours de la même année. On observe toutefois un arrêt soudain de la croissance en 1997 alors que les proportions des ventes et des magasins reculent et que la proportion de surface de plancher semble plafonner à 20 %.

De très grands magasins de chaussures (bien au-delà de 5 000 pieds carrés) ont maintenant fait leur apparition à quelques endroits, le plus souvent dans un méga-centre⁹. Les magasins de chaussures grand format sont conçus pour servir toute la famille. Ils offrent en effet des chaussures pour hommes, femmes et enfants. Les variétés sont nombreuses et adaptées à diverses activités. Ces caractéristiques les distinguent de la majorité des magasins traditionnels, et sont susceptibles d'attirer la clientèle en plus grand nombre.

L'efficacité relative des magasins à grande surface par rapport aux autres magasins peut être déduite du graphique 1. En effet, la proportion des ventes effectuées par les grandes surfaces est constamment inférieure à la proportion de surface de plancher occupée par ces mêmes magasins. Les grandes surfaces ne parviennent donc pas à «transformer» en ventes l'espace additionnel qu'elles occupent, et leur efficacité semble ainsi inférieure à celle des plus petites surfaces. On constate par ailleurs au graphique 2 l'ampleur de l'écart entre les ventes médianes par pied carré selon la taille des magasins. Les indicateurs sont le plus souvent dans un rapport du simple au double. Après s'être creusé entre 1991 et 1994 (de 105 \$ à 177 \$), cet écart s'amointrit considérablement en 1996

Chart 1. Have big-box shoe stores' market shares plateaued?

Graphique 1. Magasins de chaussures : la croissance est-elle terminée?

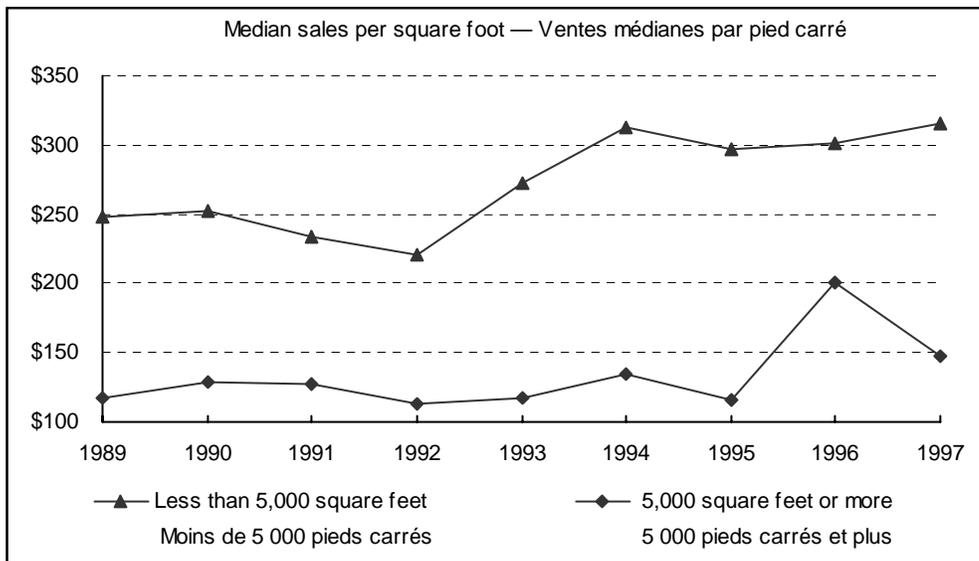


⁹ A power centre is a cluster of big-box stores. For further information see Genest-Laplante (1998).

⁹ Un méga-centre est un regroupement de magasins à grande surface. Pour plus d'information, voir Genest-Laplante (1998).

Chart 2. Big-box shoe stores not as effective in using their floor space

Graphique 2. Les magasins à grande surface déclassés



from \$105 to \$177 between 1991 and 1994, it then dwindled in 1996 to \$101—in the same year that big-box stores significantly boosted their market shares. The gap began to rise again the following year, as big-box store shares declined.

(101 \$), soit au moment précis où les grandes surfaces ont accru de manière importante leur part de marché. L'écart s'accroît à nouveau l'année suivante, coïncidant cette fois avec un recul des grandes surfaces.

Men's and women's clothing stores: customers make the difference

Magasins de vêtements pour hommes et pour dames: la clientèle fait la différence

In looking at data for men's clothing and women's clothing stores, there was a peak in 1989 in big-box stores' shares of sales, locations and floor space. These market shares then declined until 1992-1993, before rising again. The big-box clothing stores' share of locations, however, never exceeded 2.4% and their share of sales was never higher than 8.8%.

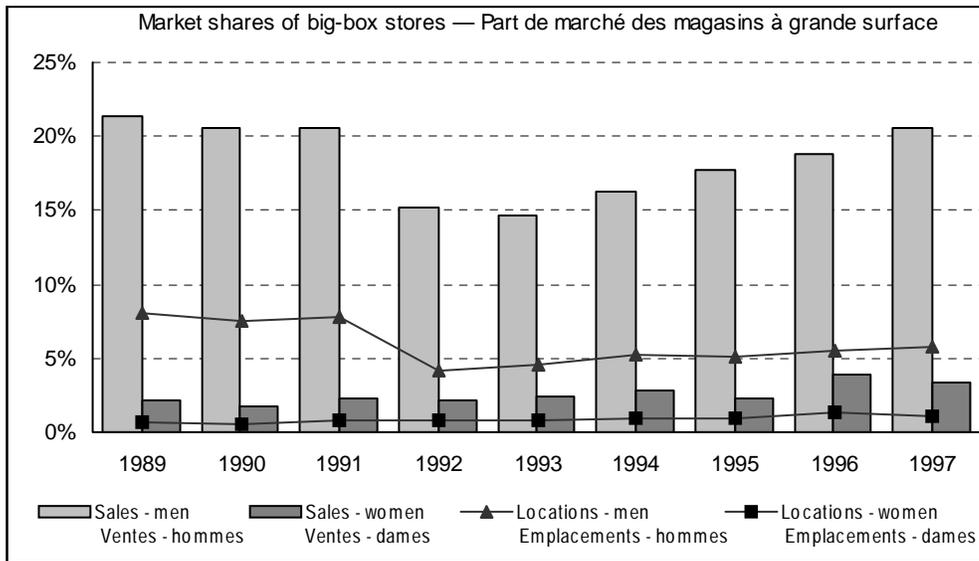
En étudiant les données pour le regroupement des magasins de vêtements pour hommes et pour dames, on observe un sommet en 1989 pour les proportions des ventes, des emplacements, et de la surface de plancher totale. Ces trois proportions décroissent jusqu'en 1992-1993, puis remontent par la suite. La proportion d'emplacements ne dépasse toutefois jamais 2,4 %, alors que la proportion des ventes culmine à 8,8 %.

The way in which the men's and women's categories are grouped, however, masks certain characteristics of each. Big-box stores' shares of sales were, depending on the year, four to ten times greater for men's clothing stores (Chart 3). Although less apparent, the same phenomenon occurred with respect to number of locations. Women's big-box clothing stores have consistently comprised about 1% of women's clothing stores, while men's big-box clothing stores have comprised from 4% to 8%. This is partly because there are far fewer men's than women's clothing stores. While men's clothing stores often sell a broader range of clothing, women's clothing stores are generally more specialized (casual wear, lingerie, special occasions, etc.). In such cases, the range of goods is typically more limited and less floor space is required.

Le regroupement de ces 2 classes masque cependant certaines caractéristiques propres à chacune. La proportion des ventes des grandes surfaces est, selon l'année considérée, de 4 à 10 fois supérieure pour les magasins de vêtements pour hommes (graphique 3). Quoique moins apparent, le phénomène est semblable pour les proportions des points de vente : celle des magasins de vêtements pour dames se maintient autour de 1 %, alors que celle des magasins de vêtements pour hommes varie entre 4 % et 8 %. Cette situation peut en partie s'expliquer du fait que les magasins pour hommes sont beaucoup moins nombreux que les magasins pour dames. Alors que les premiers vendent souvent une plus large gamme de vêtements, les seconds sont généralement plus spécialisés dans un créneau particulier (tout-aller, lingerie, occasions spéciales, etc.). L'éventail de marchandises étant d'ordinaire plus restreint dans ce dernier cas, on peut ainsi s'attendre à des surfaces de plancher plus petites.

Chart 3. Characterization of 7,500-square-foot or more clothing stores by targeted customer groups

Graphique 3. Caractérisation des magasins de vêtements de 7 500 pieds carrés et plus selon la clientèle visée

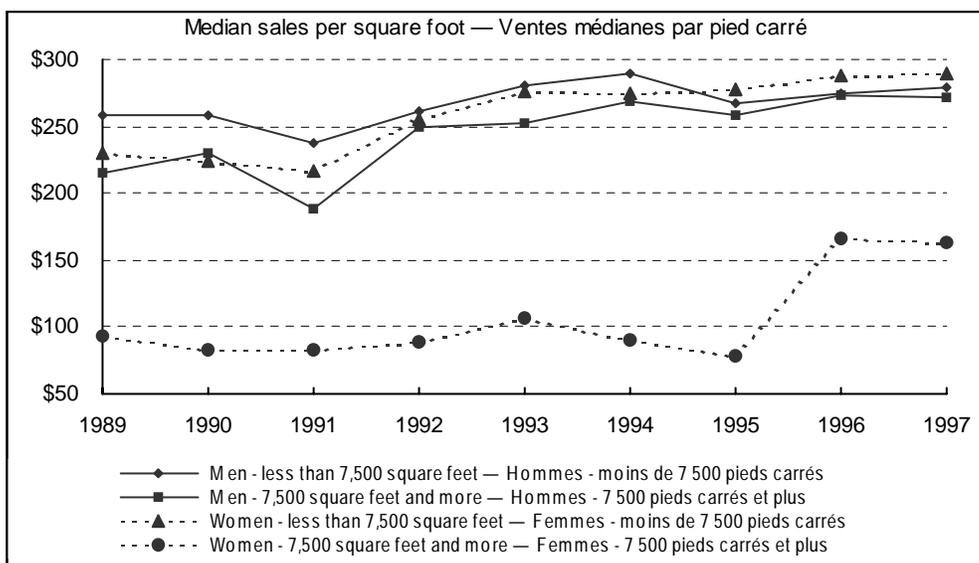


Incidentally, men's and women's clothing stores are quite different in terms of our selected effectiveness indicator (Chart 4). Median sales per square foot for big-box and conventional men's clothing were quite similar, never differing by more than \$50. The indicator for smaller women's clothing stores also evolved within the same range as those of men's clothing stores, while women's big-box clothing stores have lagged far behind.

Par ailleurs, les deux classes de magasins se distinguent nettement au niveau de l'indicateur d'efficacité choisi (graphique 4). Ceux des magasins de vêtements pour hommes sont presque semblables pour les 2 catégories de magasins, la différence maximale étant de 50 \$. Pour les magasins de vêtements pour dames, l'indicateur des plus petits magasins évolue dans la même fourchette que ceux des vêtements pour hommes, alors que celui des grandes surfaces vient très loin derrière.

Chart 4. Big-box women's clothing stores less effective

Graphique 4. Les magasins de vêtements pour dames affichent des écarts importants



Household appliance, television, radio and stereo stores: market concentration

The number of big-box stores in this sector soared from 1989 to 1997, and their share of locations increased from 2.0% to 6.4% (Chart 5). The economic downturn of the early 1990s may have accelerated the increase in the share of this sector's sales for big-box stores, which more than tripled between 1989 and 1997. On the other hand, their share of floor space increased from 1989 until 1996, but fell in 1997. However, there was still a significant concentration of sales in a relatively limited number of retail outlets. Big-box stores continued to have a sizeable share of floor space, leaving only 57.3% of total floor space to be shared in 1997 among the 93.6% of remaining outlets.

Many new audio and video components have sprung up over the past few years. Some big-box stores even have rooms with home theatre systems where customers can better judge the quality of the products being offered. A wide variety of electronic devices are also sold in these stores, some of which did not even exist in 1989, and are now present in many households (Table 2). The "cocooning" phenomenon seems partly responsible for the sustained growth in sales of such equipment. As well, quality improvements for the products, such as added features, may have been a factor. Most big-box stores in this sector also sell personal computers. Due to their obvious popularity, the amount of floor space for PCs and their

Magasins d'appareils ménagers, de télévisions, de radios et d'appareils stéréophoniques : concentration du marché

Entre 1989 et 1997, le nombre de magasins grand format dans ce secteur augmente sensiblement. La proportion d'emplacements passe de 2,0 % à 6,4 % (graphique 5). Il semble bien que le ralentissement de l'économie au début de la décennie ait contribué à accélérer la croissance de la proportion des ventes effectuées par ces magasins. Leur part de marché a plus que triplé entre 1989 et 1997. Par ailleurs, la proportion de surface de plancher augmente entre 1989 et 1996, mais diminue en 1997. Cependant, on note encore une concentration très importante des ventes dans un nombre relativement restreint de points de vente. On peut également affirmer que ces derniers magasins occupent «une très grande part du plancher», ne laissant en 1997 que 57,3 % de la surface totale de plancher à partager entre les 93,6 % d'emplacements restants.

Beaucoup de nouveaux appareils audio-vidéo ont fait leur apparition au cours des dernières années. Certains magasins à grande surface proposent même des salles de cinéma-maison à leur clientèle afin que celle-ci puisse mieux juger de la qualité du produit offert. Beaucoup d'appareils électroniques divers sont aussi vendus dans ces magasins. Des appareils qui n'existaient même pas en 1989 sont aujourd'hui présents dans de nombreux foyers (tableau 2). Le phénomène du cocooning semble être en grande partie responsable de la croissance soutenue des ventes de ce genre d'équipement. De plus, l'amélioration de la qualité (par exemple l'ajout de nombreuses caractéristiques) a joué un certain rôle. Enfin, les magasins à grande surface dans ce secteur vendent aussi la plupart du temps des ordinateurs personnels. La popularité de ces derniers

Chart 5. Household appliance, television, radio and stereo stores: rapid growth for big-box outlets

Graphique 5. Appareils ménagers, télévisions, radios et appareils stéréo : progression rapide pour les magasins à grande surface

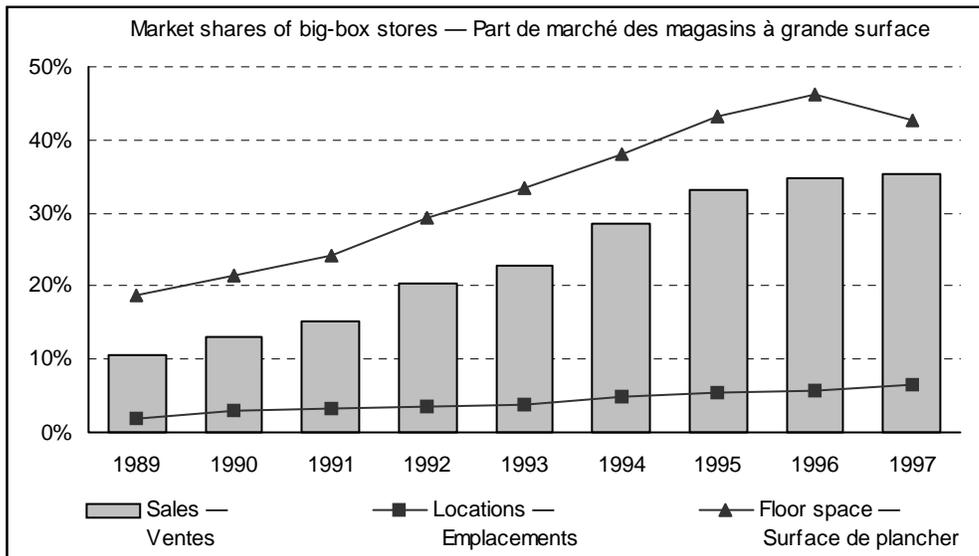


Table 2. Percentage of Canadian households possessing selected equipment

Tableau 2. Pourcentage des ménages canadiens possédant certains appareils choisis

Equipment — Appareils	1989	1997
Cellular telephones — Téléphones cellulaires	..	18.6
Colour televisions — Télécouleurs	1	46.8
2 or more — 2 ou plus	36.0	51.9
Microwave ovens — Fours à micro-ondes	63.4	86.3
Video cameras — Caméscopes	..	17.7
Compact disc players — Lecteurs de disque compact	11.6	58.1
Personal computers — Ordinateurs personnels	..	36.0

Source: *Household Facilities and Equipment*, Catalogue No. 64-202-XPB, (1989 to 1997), Statistics Canada — *L'équipement ménager*, n° 64-202-XPB au catalogue, (1989 à 1997), Statistique Canada

Note: “..” means negligible or zero. — «..» indique infime ou zéro.

peripherals has also increased substantially. Given these considerations, the growth of big-box stores within the context of technological progress is easier to understand.

est indiscutable et il ne fait aucun doute que la surface de plancher allouée à cet équipement et ses périphériques a augmenté de manière importante. Suite à ces considérations, il est plus aisé de comprendre la croissance des magasins à grande surface dans un contexte de progrès technologique.

The difference in effectiveness between big-box and conventional stores is significant. Although there was a general increase in median sales per square foot for both categories, big-box stores still trailed the others over the entire period (Chart 6).

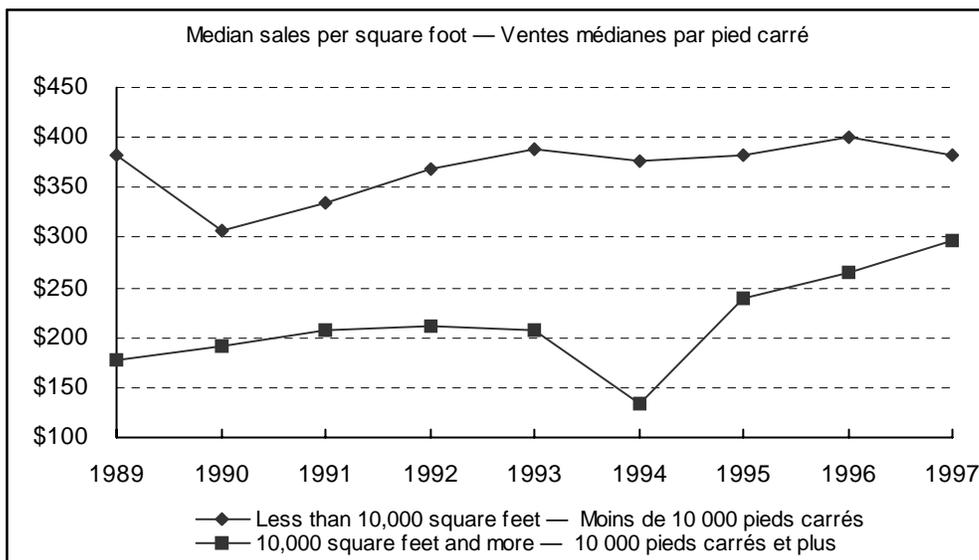
En ce qui concerne l'efficacité, l'écart entre les catégories de magasins est important. Même si on constate une hausse générale des ventes médianes par pied carré pour les deux catégories, les magasins à grande surface sont encore une fois derrière les autres, et ce, durant toute la période (graphique 6).

Incidentally, median sales per square foot (between \$300 and \$400 for smaller stores) were relatively high compared to that of most other groups of stores. This situation is likely due to the high values of the equipment sold by such stores.

Par ailleurs, la valeur des ventes médianes par pied carré, soit entre 300 \$ et 400 \$ pour les petites surfaces, est relativement élevée par rapport à la plupart des autres groupes de magasins. Cette situation peut vraisemblablement s'expliquer par la valeur unitaire importante du matériel vendu par ces magasins.

Chart 6. Big-box stores becoming more effective

Graphique 6. Efficacité accrue des magasins à grande surface

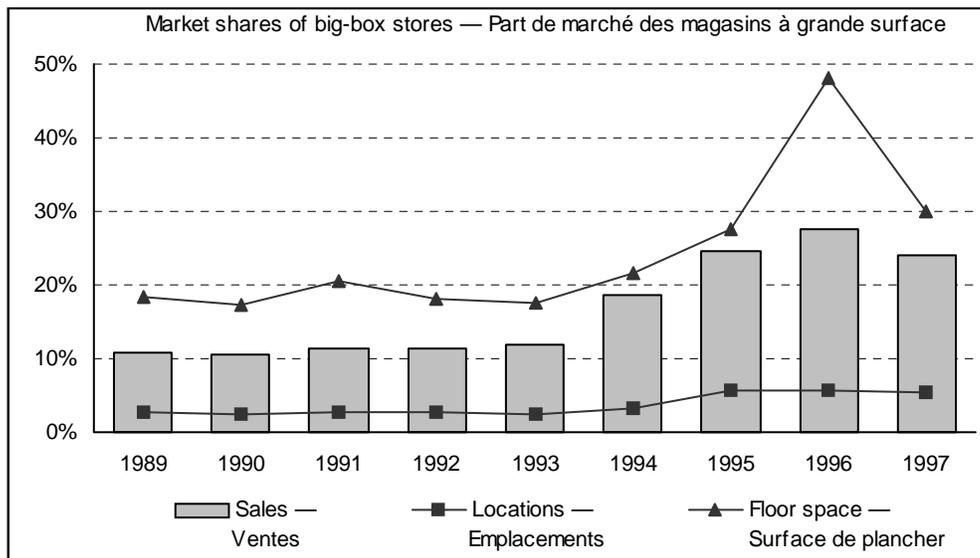


Sporting goods and bicycle stores: rapid big-box growth in mid-1990s

The advent of big-box stores in this sector occurred relatively late (Chart 7). Until 1993, the proportion of all locations occupied by big-box stores was low and had remained flat. However, within three years, this proportion more than doubled, rising from 2.5% to 5.8%. The big-box stores' share of sales followed a similar pattern.

We can thus conclude that many big-box sporting goods and bicycle stores were set up in Canada during 1994 and 1995. A glance at the literature confirms that at least a dozen such stores were established in Toronto in 1995, immediately adding some 700,000 square feet to the existing total.¹⁰ This was reflected by the significantly increased proportion of floor space occupied by big-box stores. Canadians also appear to be more engaged in physical activities today than they were some years ago.¹¹ This may have contributed to the growth of the sporting goods trade in general and big-box stores in particular. The evolution in the proportion of floor space is almost identical to that for the proportion of sales until 1996—but with the influx of new stores this trend could not be maintained; note that a few of these stores subsequently closed. The impact was very marked by 1997, when all significant variables declined, particularly the share of floor space.

Chart 7. Over-saturation of market?



Magasins d'articles de sport et de bicyclettes : croissance rapide au milieu des années 90

L'avènement des grandes surfaces dans ce secteur s'est produit assez tardivement (graphique 7). Jusqu'en 1993, la proportion d'emplacements de cette catégorie a été minime et très stable. Par la suite, une tendance à la hausse assez rapide se dessine. En l'espace de 3 ans, la proportion d'emplacements a plus que doublé, passant de 2,5 % à 5,8 %; on observe un profil similaire en ce qui concerne la proportion des ventes.

On peut donc présumer que plusieurs grandes surfaces se sont établies au pays en 1994 et 1995. Un coup d'œil à la littérature confirme qu'en 1995, pas moins d'une douzaine de grandes surfaces spécialisées dans les articles de sport se sont établies à Toronto, ajoutant ainsi quelque 700 000 pieds carrés d'un coup au total déjà existant¹⁰. L'impact est détectable dans la hausse importante de la proportion de surface de plancher occupée. Il semble aussi que les Canadiens s'adonnent plus à la pratique d'activités physiques aujourd'hui qu'il y a quelques années¹¹. Cet état de chose ne peut que contribuer à l'expansion du commerce d'articles de sport en général, et des grandes surfaces en particulier. En outre, la courbe de l'évolution de la surface de plancher suit presque parallèlement la courbe de l'évolution des ventes jusqu'en 1996, mais l'afflux de nouveaux magasins ne permet pas de maintenir cette tendance. Notons que quelques-uns d'entre eux ont cependant fermé leurs portes depuis; l'impact est très visible en 1997, alors que toutes les variables d'intérêt diminuent, et en particulier la proportion de surface de plancher.

Graphique 7. Sursaturation du marché?

¹⁰ For comparison purposes, the 700,000 square feet that were added represented a 30% increase relative to the 2.2 million square feet in all sporting goods stores in Canada.

¹¹ See Statistics Canada (Catalogue Nos. 11-612E (1987 and 1994) and 87-211-XPB (1997)). Although methods used in the three surveys were different, increased involvement by Canadians in physical activities was discernible between 1985 and 1995.

¹⁰ À titre comparatif, l'addition de 700 000 pieds carrés représente un accroissement de 30 % par rapport à la surface totale combinée de tous les magasins de sport au Canada, soit quelque 2,2 millions de pieds carrés.

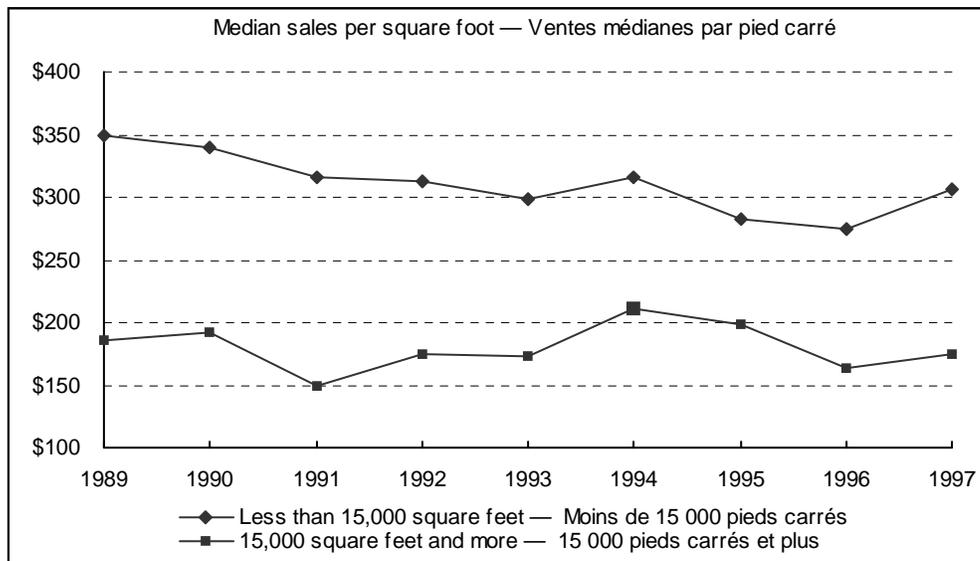
¹¹ Voir Statistique Canada (nos 11-612F (1987 et 1994) et 87-211-XPB (1997) au catalogue). Bien que la méthodologie soit différente pour les 3 enquêtes, une tendance à la hausse dans la pratique d'activités physiques par les Canadiens est détectable entre 1985 et 1995.

The median sales per square foot data once again suggest that smaller stores are more effective than their big-box competitors (Chart 8). The gap between the two categories, however, dwindled from \$164 in 1989 to \$84 in 1995. This did not occur because big-box stores improved their effectiveness, but rather because of declines for smaller stores. In 1996 and 1997, however, the gap again began to widen.

Les magasins de petit format présentent encore une fois des indicateurs d'efficacité plus élevés que les grandes surfaces (graphique 8). L'écart entre les deux catégories s'amenuise toutefois avec le temps, passant de 164 \$ en 1989 à 84 \$ en 1995. Celui-ci diminue non pas en raison d'une amélioration du côté des grandes surfaces, mais plutôt en raison de la détérioration du côté des petits magasins, du moins jusqu'en 1996. En 1996 et 1997, cependant, l'écart a recommencé à s'accroître.

Chart 8. The gap widened in 1996 and 1997

Graphique 8. L'écart s'est accru en 1996 et 1997



Big-box musical instrument and record stores evolving with the times

In contrast to the other store groups studied, big-box musical instrument and record stores continued to improve their market shares in 1997. While their shares of sales, floor space and locations did not evolve at consistent paces (Chart 9), all of these proportions grew from 1989 to 1997. Moreover, the absolute number of big-box outlets increased substantially. Sales by big-box stores climbed by an average of 18.2% per year, compared with 11.5% for smaller stores. Overall growth of big-box stores' floor space was better than 230%, compared with 82% for other stores. Most big-box store growth in market shares of sales has taken place since 1994, following two consecutive years of decline.

The advent of the compact disc (CD) certainly changed things, not just with respect to buying habits, but also in terms of the recording industry itself. Between 1989 and 1997, market penetration of compact discs into Canadian households soared from 11.6% to 58.1% (see Table 2). Furthermore, old turntable technology, as well as its associated product (records), promptly became obsolete following the introduction of the CD. Thus, not only did

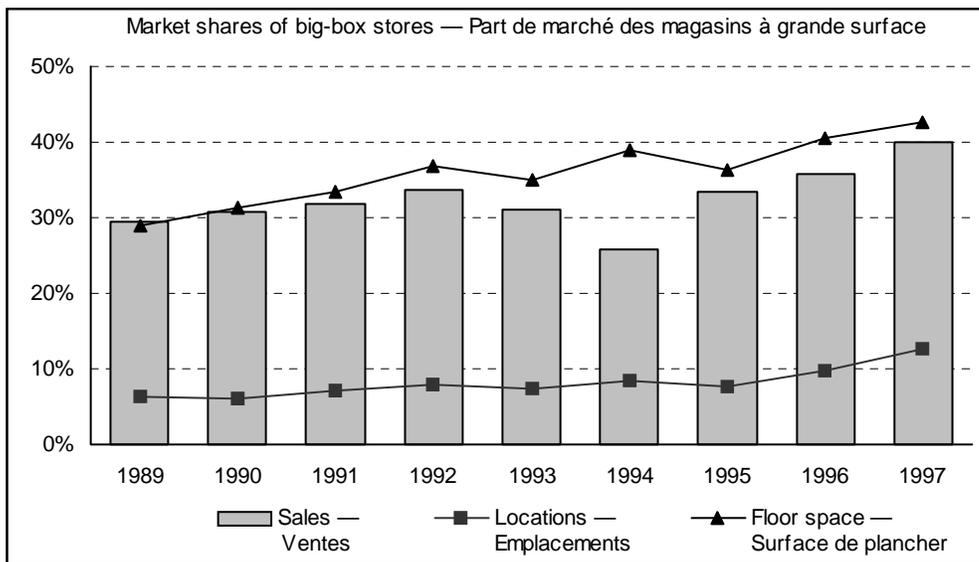
Magasins d'instruments de musique et de disques : un concept en mutation

Contrairement aux groupes de magasins précédemment étudiés, la croissance des magasins à grande surface se poursuit en 1997. Même si leurs proportions associées n'ont pas évolué de manière continue (graphique 9), elles se sont toutes accrues entre 1989 et 1997. Il n'en demeure pas moins que, globalement, ces magasins ont connu une hausse substantielle de leurs points de vente en termes absolus. Les ventes associées ont crû de 18,2 % en moyenne par année comparativement à 11,5 % pour les plus petits magasins. Quant à leur surface totale de plancher, la croissance globale s'est établie à plus de 230 %, contre 82 % pour les autres. La majeure partie de la croissance reliée aux grandes surfaces a eu lieu depuis 1994, suivant ainsi deux années consécutives de repli au niveau des ventes.

L'avènement du disque compact (DC) a changé bien des choses, tant dans les habitudes d'achat que dans l'industrie du disque elle-même. Entre 1989 et 1997, le taux de pénétration des lecteurs de disques compacts auprès des ménages canadiens est passé de 11,6 % à 58,1 % (voir tableau 2). En outre, l'ancienne technologie (tables tournantes) de même que le produit associé (microsillon) sont disparus très rapidement suite à l'introduction du DC. Non seulement les gens ont commencé à acheter les DC pour les nouveaux

Chart 9. Musical instruments and records: growth continues

Graphique 9. Instruments de musique et disques : la croissance se poursuit



people start buying CDs for new recordings, many replaced all or part of existing collections. The improved sound quality of the new medium and increased difficulties in finding replacement parts for older components somewhat explain the growth of musical instrument and record stores.¹²

Furthermore, many retailers who had previously sold only records and cassettes began to sell other kinds of merchandise, whether related to music or not. This most often included books, magazines, newspapers and videocassettes. Numerous stores also installed listening stations, or set up specific rooms for various types of music. These recent trends necessitated increased floor space and largely explained the growth of big-box stores.

Big-box store median sales per square foot in this sector have risen sharply since 1993 (Chart 10). Nonetheless, smaller stores continued to lead the way in 1997, with very high per-square-foot median sales. A partial explanation may be that in smaller record and cassette shops, goods (compact discs, as well as books and periodicals) sold from display cases are present in higher density.

enregistrement, mais plusieurs d'entre eux, sinon la plupart, ont aussi remplacé en tout ou en partie leurs collections existantes. La qualité sonore du nouveau médium de même que la difficulté croissante de trouver des pièces de remplacement pour l'équipement usagé expliquent en bonne partie la croissance des magasins d'instruments de musique et disques¹².

Par ailleurs, plusieurs détaillants qui ne vendaient autrefois que des disques et cassettes vendent maintenant d'autres sortes de marchandises, reliées ou non à la musique. Il s'agit le plus souvent de livres, magazines, journaux et cassettes vidéo. En outre, de nombreux magasins sont maintenant dotés de postes d'écoute, ou ont aménagé des salles distinctes pour les différents types de musique. Ces tendances récentes ne peuvent qu'augmenter la superficie requise et ainsi expliquer en bonne partie la croissance des grandes surfaces.

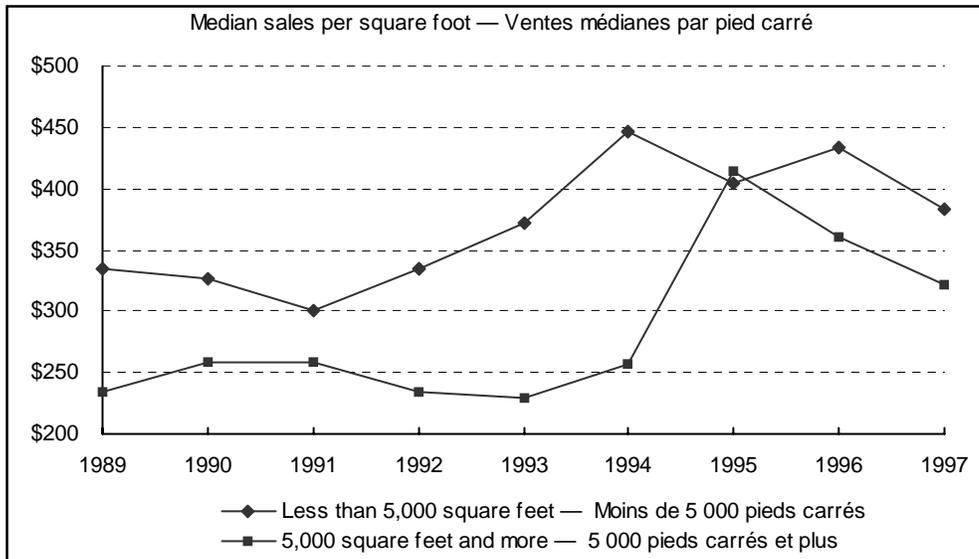
Les ventes médianes par pied carré des grandes surfaces ont connu une hausse importante depuis 1993 (graphique 10). Malgré tout, les plus petits magasins sont encore en tête en 1997; la valeur de leurs ventes médianes par pied carré est très élevée. Ceci peut s'expliquer en partie par la haute densité de marchandises (disques compacts, mais aussi livres et revues) dans les présentoirs, du moins dans le cas des magasins de disques et bandes magétiques.

¹² Record stores contributed between 80% and 85% of total sales for this store group every year.

¹² Les magasins de disques contribuent, bon an mal an, entre 80% et 85% des ventes du groupe.

Chart 10. Convergence of indicators

Graphique 10. Convergence des indicateurs



Alternate approach to measuring effectiveness

Median sales per square foot data suggest that specialized big-box store performance is not as strong as that of smaller stores. However, this useful observation still leaves something to be desired, as we cannot directly calculate performance indicators that incorporate operating costs, for previously mentioned reasons.

There is, however, a way to work around this problem. One can separate chains in the following manner: the chains that had a high proportion of their 1997 sales made via big-box stores, versus those that make a smaller share of their sales through big-box outlets. This system can be used to cluster chain stores for which a minimum proportion of sales are made by big-box stores. It then becomes possible to calculate some indicators for each group of chains.

The selected indicators are gross profit margins and inventory turnover. Gross profit margin is the ratio of gross profit to sales. This ratio indicates the efficiency with which a company draws profits on goods and services sold, by measuring gross profits earned per sales dollar. The inventory turnover ratio, defined as the ratio of the cost of goods sold to inventory at the end of the fiscal year, measures the efficiency with which one company moves stock compared with other businesses in the same sector. Results appear in Table 3.

Approche alternative à la mesure de l'efficacité

Selon les ventes médianes par pied carré, les magasins spécialisés à grande surface ont des performances inférieures à leurs cousins plus petits. Ce constat intéressant nous laisse cependant sur notre appétit, car on ne peut directement calculer des indicateurs de performance prenant en considération les coûts d'exploitation pour les raisons mentionnées plus haut.

Il est toutefois possible de contourner un tant soit peu ce problème. Une façon de faire est de séparer les chaînes de chacun des groupes de la façon suivante : d'un côté, celles dont la proportion des ventes via les magasins grand format en 1997 dépassent un certain niveau; d'un autre côté, celles dont cette proportion via les grandes surfaces sont inférieures à ce même niveau. Cette technique permet de regrouper ensemble les chaînes pour lesquelles une portion prédéterminée des ventes est effectuée dans les grandes surfaces. Par la suite, il devient possible de calculer quelques indicateurs pour chacun des groupes de chaînes.

Les indicateurs sélectionnés sont la marge bénéficiaire brute et la rotation des stocks. La marge bénéficiaire brute est le rapport du bénéfice brut sur le chiffre d'affaires. Ce ratio indique l'efficacité avec laquelle l'entreprise tire un bénéfice des produits et services vendus, en mesurant le bénéfice brut réalisé par dollar de vente. Le ratio de rotation des stocks, défini comme le rapport du coût des marchandises vendues sur les stocks en fin d'exercice financier, mesure l'efficacité avec laquelle l'entreprise écoule ses stocks par rapport aux entreprises du même secteur. Les résultats sont présentés au tableau 3.

Table 3. Gross profit and inventory turnover by group of chain stores (1997)

	Gross profit* — Marge bénéficiaire brute*		Inventory turnover† — Rotation des stocks†	
	Big box stores‡ Grand format‡	Others Autres	Big box stores‡ Grand format‡	Others Autres
Shoes — Chaussures	46.3	46.8	1.7	2.0
Clothing (men and women) — Vêtements (hommes et dames)	39.9	46.5	2.9	4.3
Household appliances, etc. — Appareils ménagers, etc.	24.8	32.6	4.4	3.9
Sporting goods and bicycles — Articles de sport et bicyclettes	35.2	35.6	2.7	3.6
Musical instruments and records — Instruments de musique et disques	34.3	33.6	2.2	4.2

* Average gross profit. — Marge bénéficiaire brute moyenne.

† Average for the set of chains in this group. — Moyenne sur l'ensemble des chaînes dans chaque groupe.

‡ Chains whose percentage sales by big-box stores exceeded the specified level. — Chaînes dont le pourcentage des ventes effectuées par les magasins grand format excède le niveau fixé.

Chains doing smaller shares of their sales through big-box stores generally have higher profit margins and faster turnovers of goods. The first result was expected. We presume big-box stores will lower prices to draw customers, yielding less profit on each item sold. Having a large share of sales generated by big-box stores has repercussions across an entire chain. The second result may be a bit of a surprise. Their larger customer base should prompt faster inventory turnovers for big-box stores. However, it is possible that their cost of goods sold (the numerator in the inventory turnover ratio) are lowered due to volume discounts. As well, inventories (the denominator) may be higher in big-box outlets, as such stores often possess enough space to carry sizeable quantities of not-yet-sold goods.

However, this technique of measuring effectiveness is no more than an approximation. Only ratios calculated at the store level can give clear answers to the question of how well big-box stores perform. Various data¹³ list sets of financial indicators for most types of businesses. Results, however, are calculated at the broad enterprise level, rather than the store level, and so lend themselves poorly to comparison.

Traditional stores must adapt

According to a study by the Retail Council of Canada,¹⁴ 36% of so-called traditional retailers consider big-box stores to be among their main competitors. How might these traditional retailers deal with this situation? Many (39%) plan to add the Internet as their key external promotion vehicle over the next few years. Electronic commerce, or home shopping, continues to grow and could result in major

Tableau 3. Marge bénéficiaire brute et rotation des stocks par groupe de chaînes (1997)

Les chaînes qui font une plus petite portion de leur chiffre d'affaires via les grandes surfaces ont pour la plupart à la fois une marge bénéficiaire brute plus élevée et une rotation des stocks plus rapide. Le premier résultat était attendu. On croit en effet que les grandes surfaces baissent les prix afin d'attirer la clientèle, ce qui entraîne un profit moindre sur chaque article vendu. L'effet d'avoir une plus grande proportion des ventes effectuées dans ce genre de magasin se répercute ainsi sur l'ensemble de la chaîne. Le second résultat peut paraître contre-intuitif sous certains aspects. En effet, une clientèle plus nombreuse (grandes surfaces) devrait impliquer que la marchandise s'écoule plus rapidement et que les stocks se renouvellent plus souvent. Cependant, il est plausible de croire que le coût des marchandises vendues (le numérateur du ratio de rotation des stocks) est inférieur pour les magasins à grande surface alors que les inventaires (le dénominateur) en fin d'exercice sont supérieurs.

Il faut toutefois être conscient que la technique utilisée est seulement une approximation. Seuls les ratios calculés au niveau des emplacements pourraient apporter une réponse claire à la question: les grandes surfaces sont-elles performantes? Il existe différents recueils¹³ dans lequel sont répertoriés une série d'indicateurs financiers pour la plupart des types d'entreprises. Les résultats sont toutefois établis sur la base du chiffre d'affaires de l'entreprise et non de la taille des magasins, ce qui rend les comparaisons difficiles.

Le commerçant traditionnel doit s'adapter

Selon une étude du Conseil canadien du commerce de détail¹⁴, 36 % des détaillants dits traditionnels considèrent les magasins à grande surface parmi leurs principaux compétiteurs. Comment ces détaillants s'ajustent-ils à cette situation? En fait, un nombre important d'entre eux (39 %) planifient l'ajout d'internet comme premier véhicule de promotion hors magasin au cours des prochaines années. Le commerce électronique, ou magasinage chez soi, est d'ailleurs en

¹³ See, for example, Statistics Canada, Catalogue No. 61F0058-XPE.

¹⁴ See Retail Council of Canada (1999).

¹³ Voir, par exemple Statistique Canada, n° 61F0058-XPF au catalogue.

¹⁴ Voir Conseil canadien du commerce de détail (1999).

structural changes in retail trade over coming years. Furthermore a significant proportion (69%) of these retailers plan to offer personalized service as a key part of their customer strategy. Other strategies mentioned include customer loyalty programs (points, trips, etc.), better knowledge of customers and their preferences, plus more efficient stock management.

Conclusion

The evolution of big-box stores was studied at the national level for five groups of specialized stores. The first conclusion is, whatever their overall similarities may be, there are some differences in their patterns of development. There was substantial growth in the number of big-box stores for most groups between 1989 and 1997. However, this growth was weaker for the men's and women's clothing group. Similarly, the big-box market share of sales increased significantly in most cases. Sales shares generally increased more rapidly than the number of locations. A similar conclusion applies to big-box stores' shares of floor space. However, the trend observed until 1996 did not seem to sustain itself in 1997. Most often, development of big-box stores levelled, or even tapered off.

Furthermore, big-box stores in the five groups studied clearly posted lower median sales per-square-foot results than did the other specialized stores. This gap was particularly pronounced among household appliance, television, radio and stereo stores, as well as among shoe stores and women's clothing stores. However these gaps have tended to wane in most cases, particularly since 1994. It also appears, at first glance, that chains earning smaller shares of their sales through big-box stores generally have higher profit margins and faster turnovers of inventory.

In general, it is clear that big-box stores have grown substantially over a number of years. However, the simultaneous slowdown of this growth in 1997 for numerous store groups raises certain questions. Have these stores been impacted upon by adjustments made by smaller businesses? Has e-commerce started to nibble away at market shares? Could extended economic growth somehow be hobbling the expansion of big-box stores' market shares? Have other patterns emerged among different groups of specialized stores?

croissance soutenue et pourrait entraîner des changements structurels importants dans le commerce de détail au cours des années à venir. En outre, 69 % de ces détaillants miseront dans l'avenir sur le service personnalisé en tant que stratégie principale vis-à-vis leurs clients. Parmi les autres stratégies mentionnées, on retrouve les programmes de fidélisation (points, voyages, etc.), une meilleure connaissance du client et de ses goûts, de même qu'une gestion des stocks plus efficace.

Conclusion

L'évolution du commerce de détail grand format a été suivie dans l'ensemble du pays pour 5 groupes de magasins spécialisés. Le premier constat est que, quoique similaires dans leur ensemble, les profils d'évolution diffèrent quelque peu entre les groupes. La croissance du nombre de magasins grand format a été très importante pour la plupart des groupes entre 1989 et 1997. Par contre, une croissance plutôt timide caractérise le groupe des vêtements pour hommes et dames. De même, la part de marché des grandes surfaces au niveau des ventes a augmenté de façon importante dans la plupart des cas. Le plus souvent, les ventes ont proportionnellement crû plus rapidement que le nombre d'emplacements. Un constat semblable peut être fait en ce qui concerne la proportion de surface de plancher occupée par les magasins à grande surface. La tendance observée jusqu'en 1996 ne semble toutefois pas se poursuivre en 1997. Le plus souvent, on constate un plafonnement dans l'évolution des magasins à grande surface, ou même une légère décroissance.

Par ailleurs, les magasins grand format des 5 groupes étudiés affichent des ventes médianes par pied carré nettement inférieures à celles des autres magasins spécialisés. L'écart est particulièrement prononcé pour les magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques de même que pour les magasins de chaussures et ceux de vêtements pour dames. Dans la plupart des cas toutefois, cet écart tend à diminuer, particulièrement depuis 1994. De plus, il semble au premier coup d'oeil que les chaînes qui font une plus petite portion de leur chiffre d'affaires via les grandes surfaces ont généralement une marge bénéficiaire brute plus élevée et une rotation des stocks plus rapide.

Dans l'ensemble, il est indéniable que les magasins spécialisés à grande surface ont connu une croissance importante durant plusieurs années. Toutefois, le ralentissement simultané de cette croissance en 1997 pour plusieurs groupes de magasins soulève certaines interrogations. Ces magasins subissent-ils les conséquences du réajustement des plus petits commerçants? Le commerce électronique gruge-t-il déjà des parts de marché? La croissance économique prolongée peut-elle être un frein à l'expansion des grandes surfaces? D'autres groupes de magasins spécialisés ont-ils affiché des tendances différentes?

Many factors could explain some aspects of the phenomena observed in 1997. However, it is likely that traditional market forces are the main reasons behind this slowdown. Competition implies that less effective retailers must become more efficient, otherwise they may disappear. Based on assessments of median sales per square foot, big-box stores in the five groups of specialized stores studied are less effective than smaller stores. Although this measure of effectiveness is far from perfect, and the greatest prudence should be used in interpreting this situation, it could be a precursor of future changes in big-box retailing.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer une partie du phénomène observé en 1997. Il est toutefois vraisemblable que les traditionnelles forces du marché soient les principales responsables de ce ralentissement. Une situation de concurrence implique qu'à plus ou moins long terme, il est inévitable que les détaillants les moins efficaces soient appelés à s'ajuster ou à disparaître. Selon la mesure des ventes médianes par pied carré, les magasins à grande surface des cinq groupes de magasins spécialisés étudiés sont moins efficaces que les autres. Même si cette mesure d'efficacité est très imparfaite et que la plus grande prudence est de mise dans l'interprétation de cette situation, ceci pourrait être un signe avant-coureur de nouvelles transformations à venir pour ces magasins à grande surface.

References

Genest-Laplante, Éric. "Big-box stores", in *Retail Chain and Department Stores : Fiscal year ended March 31, 1997*, Catalogue No. 63-210-XPB, Statistics Canada, Ottawa, Canada, 1998.

Genest-Laplante, Éric. "L'évolution des magasins à grande surface au Canada", analytical paper, not published, Statistics Canada, February 1999.

Jones, Ken and Doucet, Michael. "The Impact of Big-Box Development on Toronto's Retail Structure", Centre for the Study of Commercial Activity, Research Report 1999-1, Ryerson Polytechnic University, 1999.

Jones, K., Evans, W. and Smith, C. "New Formats in the Canadian Retail Economy", Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University, Toronto, 1994.

N. Barry Lyon Consultants Ltd. "New Format Retailing and the Public Interest", prepared for the Department of Municipal Affairs of Ontario, 1994.

Retail Council of Canada. "1998 State of the Industry Report", 1999.

Statistics Canada. *General Social Survey, Analysis Series No. 1: Health and Social Support, 1985*, Catalogue No. 11-612E, Ottawa, Canada, 1987.

Statistics Canada. *General Social Survey, Analysis Series No. 8: Health Status of Canadians, 1985*, Catalogue No. 11-612E, Ottawa, Canada, 1994.

Statistics Canada. *Financial Performance Indicators for Canadian Business*, Catalogue Nos. 61F0058XPE, 61F0059XPE and 61F0060XPE (3 volumes), Ottawa, Canada, 1998.

Statistics Canada. *Retail Chain and Department Stores*, Catalogue No. 63-210-XPB, Ottawa, Canada, 1989 to 1996.

Références

Genest-Laplante, Éric. «Les magasins à grande surface», dans *Magasins de détail à succursales et les grands magasins : année financière close le 31 mars 1997*, n° 63-210-XPB au catalogue, Statistique Canada, Ottawa, Canada, 1998.

Genest-Laplante, Éric. «L'évolution des magasins à grande surface au Canada», rapport de recherche, non publié, Statistique Canada, février 1999.

Jones, Ken et Doucet, Michael. «The Impact of Big-Box Development on Toronto's Retail Structure», Centre for the Study of Commercial Activity, Research Report 1999-1, Ryerson Polytechnic University, 1999.

Jones, K., Evans, W. et Smith, C. «New Formats in the Canadian Retail Economy», Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University, Toronto, 1994.

N. Barry Lyon Consultants Ltd. «La vente au détail nouvelle formule et l'intérêt public», préparé pour le Ministère des affaires municipales de l'Ontario, 1994.

Conseil canadien du commerce de détail. «1998 State of the Industry Report», 1999.

Statistique Canada. *Enquête sociale générale, série analytique #1: Santé et aide du milieu, 1985*, n° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1987.

Statistique Canada. *Enquête sociale générale, série analytique #8: L'état de santé des Canadiens*, n° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1994.

Statistique Canada. *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes*, n°s 61F0058XPF, 61F0059XPF et 61F0060XPF au catalogue (3 volumes), Ottawa, Canada, 1998.

Statistique Canada. *Magasins de détail à succursales et les grands magasins*, n° 63-210-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1989 à 1996.

Statistics Canada. *Household Facilities and Equipment*, Catalogue No. 64-202-XPB, Ottawa, Canada, 1989 to 1997.

Statistics Canada. Cultural Industries, Activities and Events Catalogue No. 87-211-XPB, *Canada's Culture, Heritage and Identity: A Statistical Perspective 1997 Edition*. Ottawa, Canada, 1997 (original source: *National Population Health Survey*, 1994-1995).

Statistique Canada. *L'équipement ménager*, n° 64-202-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1989 à 1997.

Statistique Canada. Industries, activités et manifestations culturelles, n° 87-211-XPB au catalogue, *Le Canada, sa culture, son patrimoine et son identité : Perspective statistique, Édition 1997*. Ottawa, Canada, 1997 (source originale: *Enquête nationale sur la santé de la population*, 1994-1995).

**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 salariées 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:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now 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). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which 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 eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, 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 :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant 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. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité 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 éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, 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", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More 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», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus 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 — 2nd Quarter 1999

- For the sixth consecutive quarter, the communications sector enjoyed robust real GDP growth (+2.5%). As is usually the case, the engine behind the sector's growth was the telecommunication carriers and other telecommunications industry group, where output rose by 3.8% this quarter. By comparison, this was over four times the growth rate posted for the entire economy (0.9%). Such rapid growth, over the longer term, has enabled the telecommunication carriers and other telecommunications industry to increasingly comprise a larger part of the economy. Whereas the industry used to account for 2.0% of Canada's output in 1994, this proportion now stands at 2.7%.
- The rest of the communications sector was stagnant this quarter. The GDP of the broadcasting industry remained almost unchanged, while that for the postal and courier services industry dropped by 1.5%. Output for the latter industry is now \$130 million below that recorded in the final quarter of 1998.
- Employment in the information and cultural industries changed little this quarter. However, since the second quarter of 1998, these industries have shed 14,000 jobs – all of which were full-time positions. Because of this, and the addition of 2,000 part-time jobs, the proportion of the industries' workforce that is employed full-time has dropped from 85.9% to 84.9% since the second quarter of 1998.
- Job losses over the past year were particularly high in the telecommunication services (-26,000) and broadcasting (-9,000) industries. These losses were

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Pour un sixième trimestre consécutif, le secteur des communications a affiché une forte croissance, son PIB faisant un bond de 2,5 % au deuxième trimestre. Comme c'est habituellement le cas, ces résultats tiennent principalement à la solide performance du secteur des télécommunications et des autres services de télécommunications, dont la production a augmenté de 3,8 % au deuxième trimestre, ce qui est plus de quatre fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (0,9 %). Cette forte croissance a eu pour effet d'accroître la part que représente ce secteur par rapport à l'ensemble de l'économie : alors que ce secteur générait 2,0 % de la production du Canada en 1994, cette proportion s'établit maintenant à 2,7 %.
- En revanche, la production du reste du secteur des communications a été stagnante au deuxième trimestre. Ainsi, le PIB du secteur de la diffusion est demeuré pratiquement inchangé, alors qu'un recul de 1,5 % a été enregistré dans les services postaux et de messagerie. Dans ce dernier secteur, la production a reculé de 130 millions de dollars depuis le dernier trimestre de 1998.
- Peu de changements ont été observés au niveau de l'emploi dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle, au deuxième trimestre. Depuis le deuxième trimestre de 1998, toutefois, 14 000 emplois – tous à temps plein – ont été perdus. Or ces pertes, combinées à la création de 2 000 emplois à temps partiel, ont eu pour effet de réduire la proportion d'emplois à temps plein dans ces secteurs, laquelle est passée de 85,9 % à 84,9 % en un an.
- Les pertes d'emploi au cours de la dernière année ont été particulièrement importantes dans les services de télécommunications (-26 000) et le secteur de la

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↓	3.6%
Salaries	↑	0.6%
GDP	↑	2.5%

* From same quarter last year.

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

Emploi*	↓	3,6 %
Rémunération	↑	0,6 %
PIB	↑	2,5 %

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

somewhat offset by the addition of 13,000 jobs in the motion picture and video industry, of which 11,000 were full-time positions.

- Average wages and salaries in the communications sector rose by 0.6% this quarter, even though they fell by 0.4% in the overall economy. The most rapid growth occurred in the postal and courier services industry where average remuneration climbed by 4.2%.
- Meanwhile, a decline of 2.1% was recorded in the telecommunication carriers and other telecommunications industry. Despite its continued output growth, this industry's average remuneration has declined in four of the past five quarters. Indeed, since the first quarter of 1998, the industry's average wages and salaries have fallen by 3.5%, even without taking inflation into account. This drop may be due to a decline in the proportion of industry employment that is full-time in nature.

radiotélévision (-9 000). Ces pertes ont été quelque peu neutralisées par l'ajout de 13 000 emplois dans la branche du film et de la vidéo, dont 11 000 étaient des emplois à temps plein.

- La rémunération moyenne dans le secteur des communications a progressé de 0,6 % au deuxième trimestre, alors qu'elle a diminué de 0,4 % dans l'ensemble de l'économie. Ce sont les travailleurs des services postaux et de messagerie qui ont enregistré la hausse la plus rapide, leur rémunération moyenne ayant progressé de 4,2 %.
- Pendant ce temps, une diminution de 2,1 % a été enregistrée dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications, ceci constituant une quatrième baisse au cours des cinq derniers trimestres. De fait, malgré un accroissement continu de la production de ce secteur, la rémunération moyenne des employés a reculé de 3,5 % (sans tenir compte de l'inflation) depuis le dernier trimestre de 1998. Ce recul pourrait être dû à une diminution de la proportion des emplois à temps plein.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

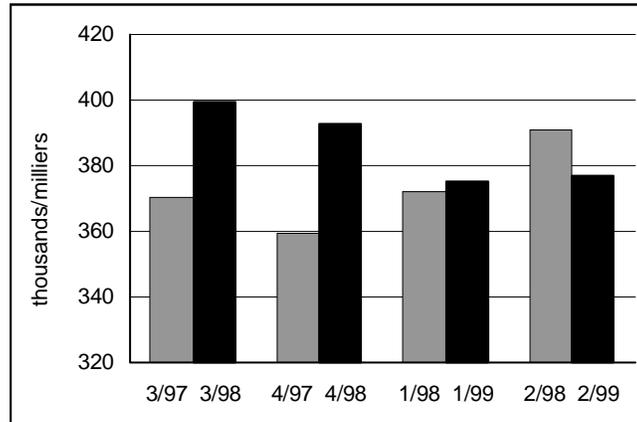


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

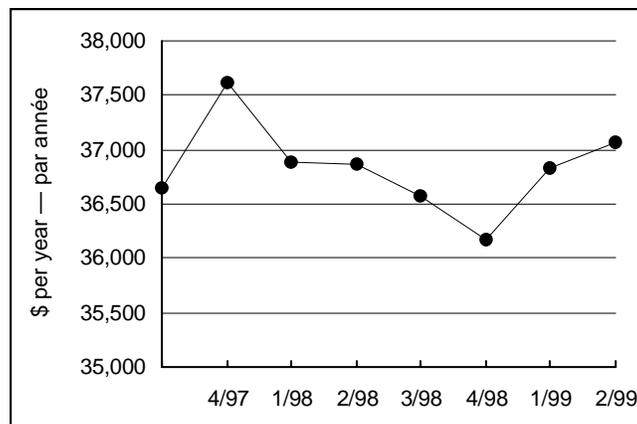


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

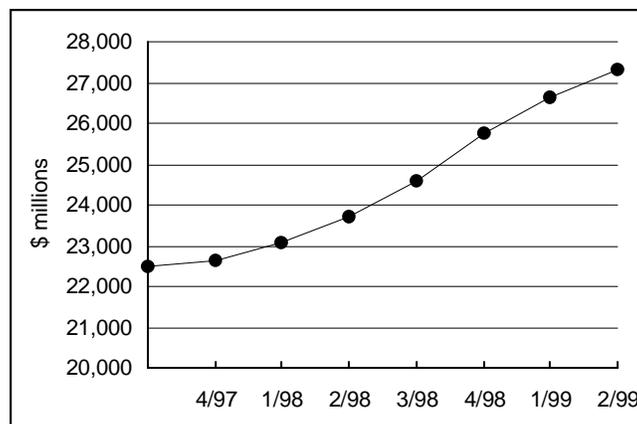


Table A1. Communications, annualized GDP at factor cost

Tableau A1. Communications, PIB annualisé au coût des facteurs

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,503	3,598	3,690	3,703	3,749	3,863	3,942	3,951	Diffusion
Carriers/other telecom.	15,355	15,675	15,738	16,330	17,141	18,187	19,050	19,766	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	3,611	3,375	3,666	3,650	3,681	3,717	3,641	3,587	Services postaux/messagerie
Total communications	22,469	22,648	23,094	23,683	24,572	25,768	26,633	27,303	Total des communications
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								Taux de variation (%)	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Rates of change (%)										
Broadcasting	1.4	2.7	2.6	0.4	1.2	3.0	2.0	0.2	Diffusion	
Carriers/other telecom.	1.7	2.1	0.4	3.8	5.0	6.1	4.7	3.8	Transmission/autres télécom.	
Postal/courier services	-1.8	-6.5	8.6	-0.4	0.8	1.0	-2.0	-1.5	Services postaux/messagerie	
Total communications	1.1	0.8	2.0	2.6	3.8	4.9	3.4	2.5	Total des communications	
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale	

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

Broadcasting	0.50	0.51	0.52	0.52	0.52	0.53	0.54	0.53	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.18	2.21	2.21	2.28	2.39	2.51	2.60	2.67	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.51	0.48	0.51	0.51	0.51	0.51	0.50	0.49	Services postaux/messagerie
Total communications	3.19	3.20	3.24	3.31	3.43	3.55	3.64	3.69	Total des communications

Chart A4. GDP nominal growth rates

Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB

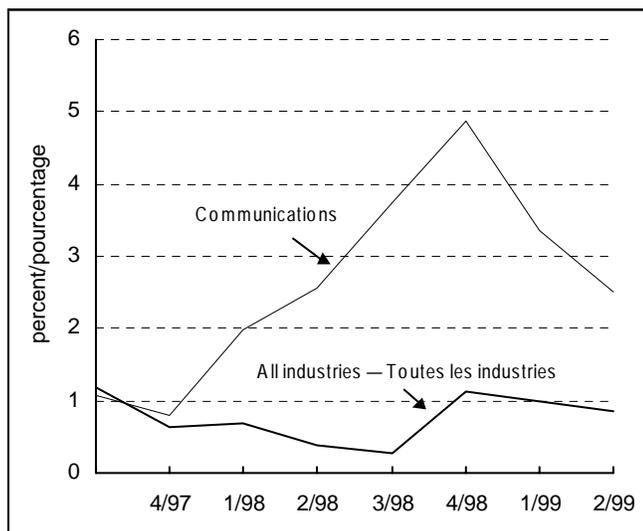
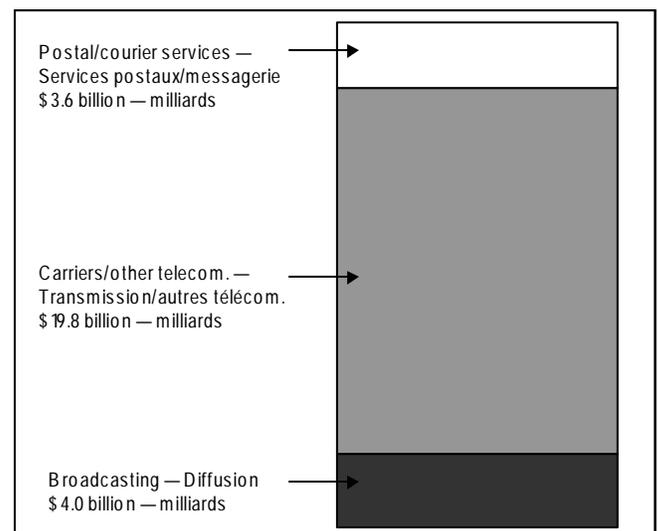


Chart A5. Output of communications group of industries

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	85	83	80	79	75	73	77	81	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	39	27	29	30	28	32	42	43	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	4	3	4	4	4	4	4	4	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	51	59	66	64	59	58	57	55	Radiotélévision
Telecommunications services	159	153	159	182	193	182	160	156	Services de télécommunications
Information/data processing	32	35	35	33	40	44	34	38	Information/traitement des données
Total	371	360	372	391	400	393	375	377	Total
Full-time	321	305	317	336	338	329	318	320	Plein temps
Part-time	50	55	55	55	61	64	57	57	Temps partiel

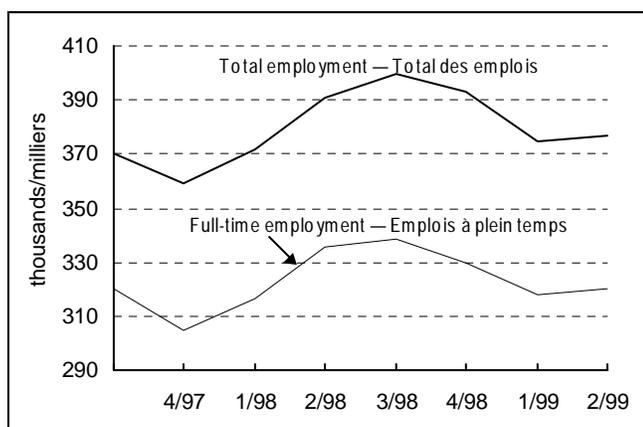
Analytical table — Tableau analytique

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

Rates of change (%)		Taux de variation (%)							
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	8.2	1.6	0.4	-11.5	-12.2	-12.5	-3.0	2.8	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	37.1	3.1	18.9	-23.9	-27.1	18.6	44.3	43.3	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	..	16	56.5	-22.4	-9.5	44.8	16.7	5.3	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	-20.0	10.9	46.1	24.5	16.7	-1.7	-12.7	-13.4	Radiotélévision
Telecommunications services	9.2	13.2	6.3	10.3	21.1	19.0	0.9	-14.4	Services de télécommunications
Information/data processing	-5.8	10.2	12.4	5.5	25.2	27.4	-3.1	15.9	Information/traitement des données
Total	5.4	8.9	12.1	2.8	7.8	9.3	0.8	-3.6	Total
Full-time	5.6	7.9	13.6	4.0	5.6	8.0	0.5	-4.7	Plein temps
Part-time	4.6	15.4	4.3	-4.2	22.2	16.3	2.5	2.9	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)		Taux de croissance de l'économie totale (%)							
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel

Chart A6. Employment¹

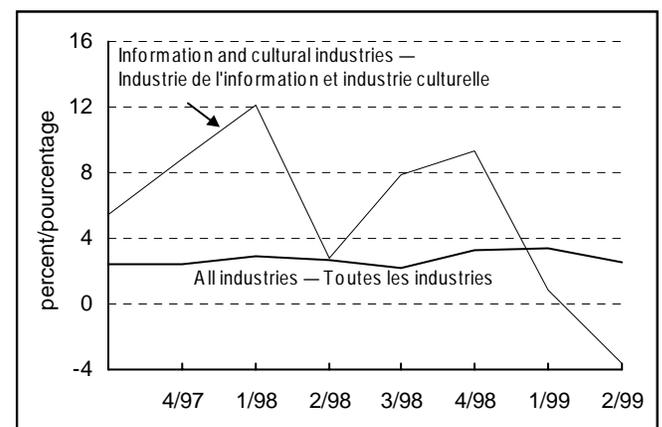
Graphique A6. Emploi¹



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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Broadcasting	43,490	44,066	43,551	43,268	42,936	42,710	43,101	43,617	Diffusion
Carriers/other telecom.	44,491	44,888	44,893	44,782	44,279	43,629	44,240	43,302	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	26,937	26,738	27,048	27,349	27,232	27,084	27,797	28,973	Services postaux/messagerie
Total communications	36,646	37,624	36,876	36,874	36,571	36,167	36,824	37,059	Total communications
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre

Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	-0.6	1.3	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.9	1.2	Diffusion
Carriers/other telecom.	-0.2	0.9	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.4	-2.1	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.1	-0.7	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.6	4.2	Services postaux/messagerie
Total communications	-0.2	2.7	-2.0	-0.0	-0.8	-1.1	1.8	0.6	Total communications
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Broadcasting	-0.9	1.4	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.6	0.1	Diffusion
Carriers/other telecom.	-0.5	1.0	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	1.1	-3.1	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.1	-0.7	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	3.1	Services postaux/messagerie
Total communications	-0.5	2.7	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.6	-0.4	Total communications
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	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

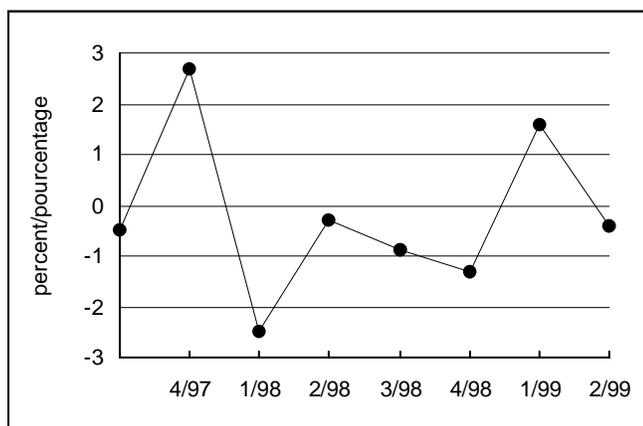
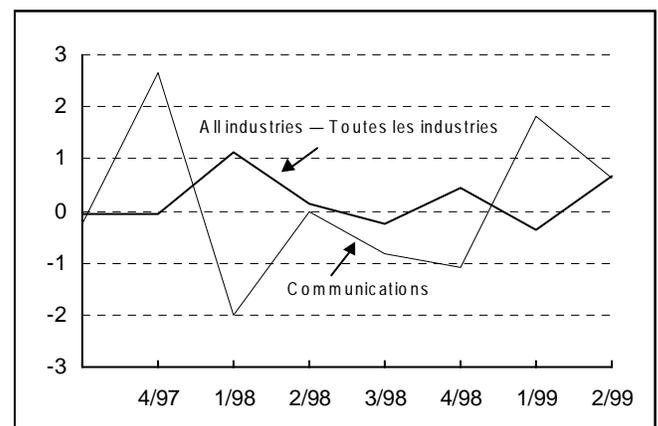


Chart A9. Wage and salary growth rates¹

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:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now 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). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which 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 eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, 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 :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant 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. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité 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 éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, 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”, which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More 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», qui est apparu dans l’édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus 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 — 2nd Quarter 1999

- Following two quarters of contraction, output for the finance, insurance and real estate group of industries climbed by a robust 1.8% this quarter, twice the GDP growth rate for the overall economy.
- This industry group's growth was most rapid in the real estate and insurance agents industry, where output soared by 8.2% this quarter. This was likely due to increased housing market activity. In addition, the other financial intermediaries industry's output rose for the ninth consecutive quarter, this time by 3.0%.
- A second quarter GDP increase of 0.8% for banks partially offset this industry's GDP declines of the two previous quarters. Meanwhile, the output of credit unions and insurance companies changed little this quarter. Indeed, output for the insurance industry has been depressed for some time. The industry's GDP is now 2.9% lower in real terms than it was in the second quarter of 1997.
- Employment in the finance and insurance industries has continued to grow at a healthy clip. The sector's workforce grew by 7,000 this quarter to reach 636,000, its highest level of the entire 1987-99 period.
- Most of the 7,000 jobs added this quarter were full-time, and concentrated in the securities and commodity contract services industry. This quarter also saw a 11.2% surge in self-employment in the finance and insurance industry group.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 10.2%
Salaries	↑ 1.6%
GDP	↑ 1.8%

* From same quarter last year.

Finance et assurances

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Après deux trimestres à la baisse, l'activité dans le groupe des finances, des assurances et de l'immobilier a grimpé de 1,8 % au deuxième trimestre, ce qui est deux fois supérieur au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie.
- Ce sont les agents immobiliers et les agents d'assurance qui ont enregistré les progressions les plus appréciables, leur activité ayant grimpé de 8,2 % ce trimestre-ci — une situation que l'on attribue probablement à la relance du marché de l'habitation. Pour leur part, les autres intermédiaires financiers ont accru leur production pour un neuvième trimestre consécutif, cette fois-ci de 3,0 %.
- La hausse de 0,8 % du PIB des banques, au deuxième trimestre, a permis de compenser partiellement les reculs des deux trimestres précédents. En revanche, la production des coopératives de crédit et des sociétés d'assurance est demeurée pratiquement inchangée. De fait, la production dans le secteur des assurances est en baisse depuis quelque temps déjà, le PIB ayant reculé de 2,9 %, en chiffres absolus, depuis le deuxième trimestre de 1997.
- L'emploi dans le groupe des finances et des assurances a continué de progresser, avec la création de 7 000 emplois au deuxième trimestre. Ceci porte à 636 000 le nombre d'emplois dans ce secteur, un sommet pour la période de 1987 à 1999.
- La plupart des 7 000 nouveaux emplois au deuxième trimestre sont des emplois à temps plein, concentrés principalement dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises. Notons également une hausse de 11,2 % des emplois indépendants dans le groupe de la finance et des assurances, au deuxième trimestre.

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

Emploi*	↑ 10,2 %
Rémunération	↑ 1,6 %
PIB	↑ 1,8 %

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

- Compared to the second quarter of 1998, the finance and insurance industries now employ 59,000 more people, an increase of 10.2%. This was four times the rate of employment growth recorded for the overall economy. Of the jobs added in the past year, 86% were full-time and 28% involved self-employment. Indeed, self-employment in these industries has soared by 39.6% over the last four quarters, although it still remains below levels that were posted seven quarters ago.
- Of the 59,000 jobs added in the past four quarters, 25,000 were in the depository credit intermediation industry, and virtually all of these added positions had full-time hours. As well, another 18,000 jobs were added in the securities and commodity contract services industry. This represented a 24.0% increase over the industry's employment level of four quarters ago.
- The insurance industry, after shedding 7.6% of its workforce in 1998, has seen its workforce grow in 1999. Employment this quarter is 4.6% above what it was in the second quarter of 1998. However, more than two-thirds of the 9,100 jobs added in the insurance industry were part-time. Indeed relative to the second quarter of last year, part-time employment in the insurance industry has risen 46%.
- Average wages and salaries in the finance, insurance and real estate industries increased by 1.6% this quarter, more than twice the growth rate posted in the rest of the economy. It also marked the third consecutive quarter in which average remuneration in this industry group has climbed.
- Average wages and salaries rose in each of the group's industries, with the sharpest increases going to those employed by credit unions (+2.4%), the other financial intermediaries industry (+1.9%) and banks (+1.8%).
- Compared to the second quarter of 1998, employees in the real estate operators industry have benefited from a 5.8% average remuneration gain. Sharp increases were also recorded for employees of chartered banks (+3.1%), credit unions (+2.6%) and insurance companies (+2.0%). By contrast, a 5.8% decline in average wages and salaries occurred in the other financial intermediaries industry. Nevertheless, the average remuneration in this industry (\$48,994) is still 55% higher than the average for the entire economy.
- Ce groupe embauche aujourd'hui 59 000 employés de plus qu'au deuxième trimestre de 1998. Il s'agit là d'une hausse de 10,2 %, ce qui est quatre fois le taux de croissance de l'emploi dans l'ensemble de l'économie. Parmi les emplois créés au cours de la dernière année, 86 % sont des emplois à temps plein et 28 %, des emplois indépendants. De fait, les emplois indépendants dans ce groupe ont fait un bond appréciable de 39,6 % au cours des quatre derniers trimestres; ils demeurent malgré tout inférieurs aux niveaux atteints il y a sept trimestres.
- Parmi les 59 000 nouveaux emplois créés en un an, 25 000 l'ont été dans les services d'intermédiation financière par le biais de dépôts, la presque totalité étant des emplois à temps plein. De plus, 18 000 emplois ont été créés dans les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises, ce qui représente une hausse de 24,0 % par rapport au niveau d'emploi d'il y a quatre trimestres.
- Après une réduction de 7,6 % en 1998, les effectifs du secteur des assurances s'accroissent en 1999. L'emploi au deuxième trimestre est ainsi de 4,6 % supérieur à ce qu'il était au deuxième trimestre de 1998. À noter toutefois que plus des deux tiers des 9 100 emplois créés dans le secteur des assurances sont à temps partiel. De fait, la proportion des emplois à temps partiel dans ce secteur a grimpé de 46 % en un an.
- La rémunération moyenne dans le groupe des finances, des assurances et de l'immobilier a augmenté de 1,6 % au deuxième trimestre, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux de croissance pour l'ensemble de l'économie. Ceci marque également un troisième trimestre consécutif durant lequel la rémunération moyenne est en hausse dans ce groupe.
- La rémunération moyenne a augmenté dans chacun des secteurs du groupe, les progressions les plus notables étant réalisées par les employés des coopératives de crédit (+2,4 %), des autres intermédiaires financiers (+1,9 %) et des banques (+1,8 %).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, les employés du secteur de l'immobilier ont vu leur rémunération moyenne grimper de 5,8 %. De fortes hausses ont aussi observées dans les banques à charte (+3,1%), les coopératives de crédit (+2,6 %) et les sociétés d'assurance (+2,0 %). À l'inverse, un recul de 5,8 % a été enregistré chez les autres intermédiaires financiers. La rémunération moyenne dans ce dernier secteur (48 994 \$) demeure malgré tout de 55 % supérieure à la moyenne pour l'ensemble de l'économie.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

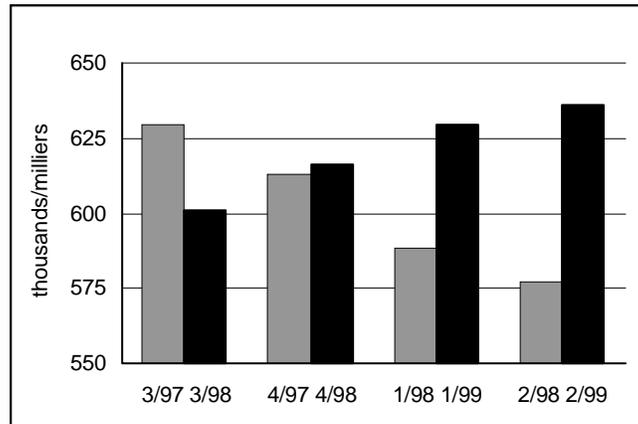


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

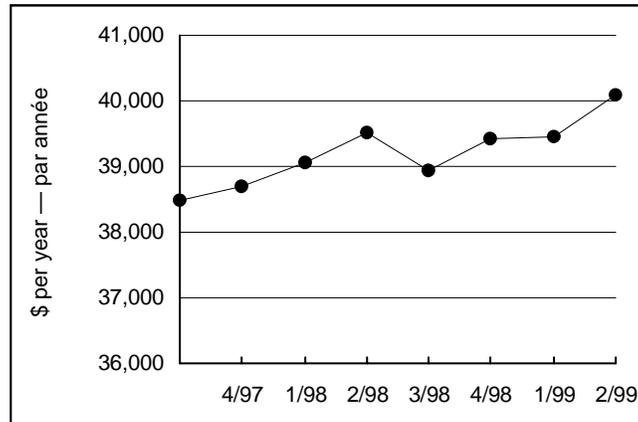
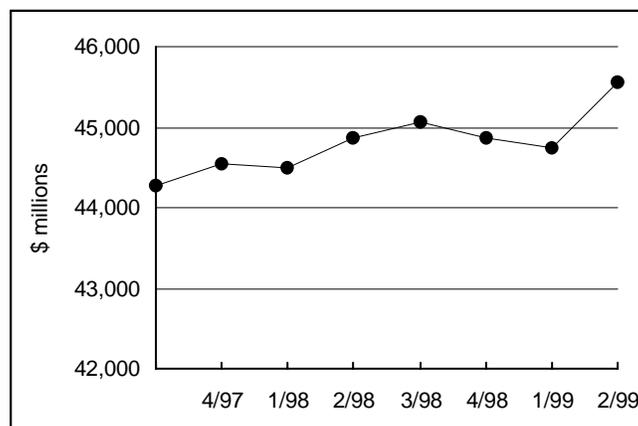


Chart B3. GDP

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Banks*	22,120	22,432	22,505	22,665	22,761	22,689	22,526	22,696	Banques*
Credit unions	1,664	1,672	1,677	1,686	1,704	1,715	1,726	1,725	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	8,414	8,439	8,332	8,269	8,300	8,347	8,201	8,208	Assurances
Other finan. intermediaries	6,754	6,870	6,922	7,060	7,109	7,118	7,185	7,400	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	5,308	5,135	5,047	5,189	5,199	5,001	5,106	5,525	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	44,260	44,548	44,483	44,869	45,073	44,870	44,744	45,554	Total du groupe
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
	1997		1998		1998		1999		
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Banks*	3.5	1.4	0.3	0.7	0.4	-0.3	-0.7	0.8	Banques*
Credit unions	0.2	0.5	0.3	0.5	1.1	0.6	0.6	-0.1	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-0.4	0.3	-1.3	-0.8	0.4	0.6	-1.7	0.1	Assurances
Other finan. intermediaries	4.7	1.7	0.8	2.0	0.7	0.1	0.9	3.0	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	-1.1	-3.3	-1.7	2.8	0.2	-3.8	2.1	8.2	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	2.2	0.7	-0.1	0.9	0.5	-0.5	-0.3	1.8	Total du groupe
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale

	% of Canada's GDP — % du PIB du Canada								
	1997		1998		1998		1999		
Banks*	3.14	3.17	3.16	3.17	3.17	3.13	3.07	3.07	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	1.20	1.19	1.17	1.16	1.16	1.15	1.12	1.11	Assurances
Other finan. intermediaries	0.96	0.97	0.97	0.99	0.99	0.98	0.98	1.00	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	0.75	0.73	0.71	0.73	0.72	0.69	0.70	0.75	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	6.29	6.29	6.24	6.27	6.28	6.19	6.11	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

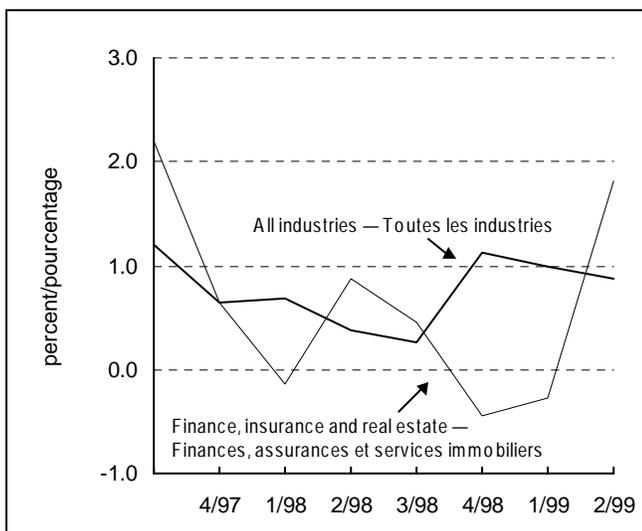
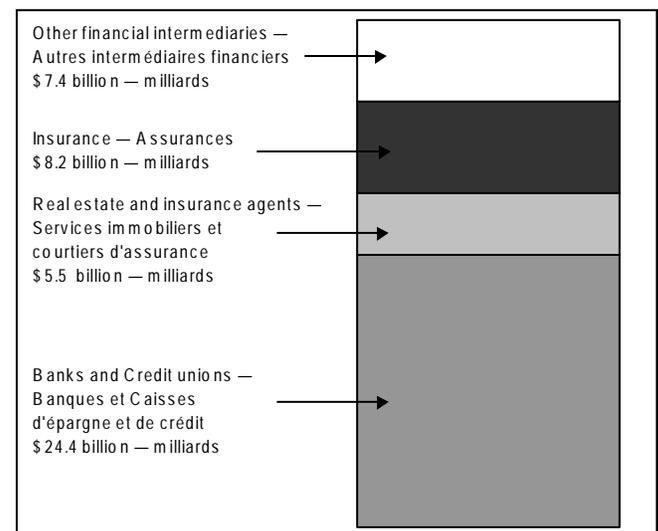


Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries

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



See definitions and concepts at the end of publication

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Depository credit intermediation	302	296	286	279	296	308	307	304	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	20	19	18	20	22	24	18	19	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	7	5	5	4	5	6	8	9	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	82	80	82	77	79	84	89	95	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	217	211	196	195	198	193	204	204	Assurances
Total	629	613	588	577	601	616	629	636	Total
Full-time	550	536	520	508	528	535	552	558	Plein temps
Part-time	80	78	69	69	73	82	77	78	Temps partiel
Self employment*	63	54	47	43	50	51	54	60	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

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

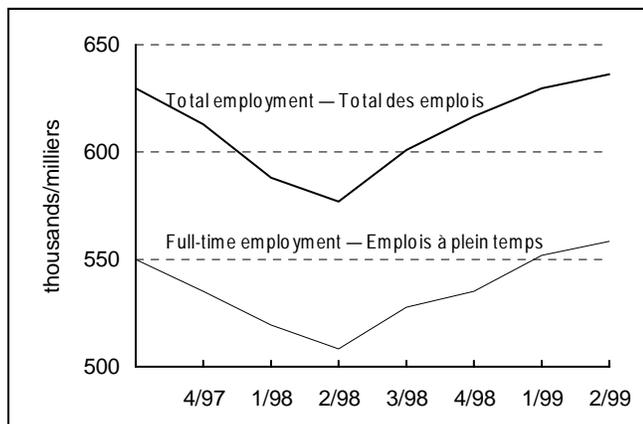
	1997		1998				1999		
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Depository credit intermediation	2.7	-2.8	-6.8	-7.1	-2.0	3.9	7.2	8.8	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	-11.1	-1.1	-3.7	4.6	8.5	29.2	-3.8	-6.4	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	69.2	47.2	65.5	-14.6	-30.3	5.7	56.3	119.5	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	23.3	38.1	50.2	15.0	-3.9	4.6	8.8	24.0	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	4.2	4.5	-4.4	-8.0	-9.1	-8.7	4.3	4.6	Assurances
Total	5.3	4.1	-0.1	-4.5	-4.5	0.5	7.0	10.2	Total
Full-time	4.1	4.6	1.7	-4.2	-4.0	-0.1	6.3	9.9	Plein temps
Part-time	14.2	0.8	-11.8	-6.2	-8.1	4.9	12.5	12.7	Temps partiel
Self employment*	25.3	14.7	-8.9	-27.6	-20.6	-4.6	14.3	38.6	Travail autonome*
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel
Self-employment	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	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

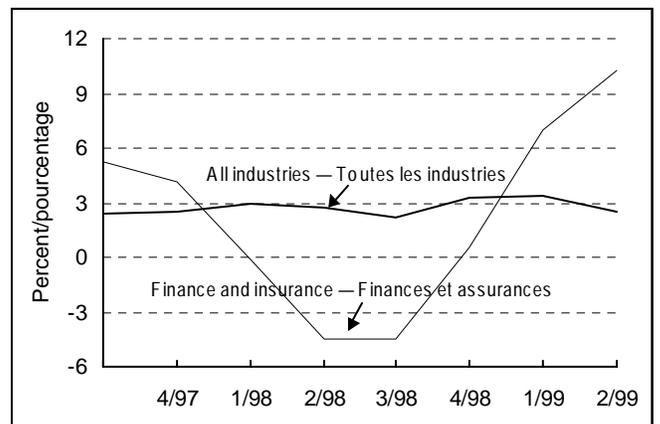
Graphique B6. Emploi¹



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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
All employees	current dollars per year — dollars courants par année								Tous les employés
Chartered banks	34,553	35,105	35,465	35,480	35,542	35,984	35,965	36,596	Banques à charte
Trust/mortg. companies	35,448	35,577	35,760	36,068	35,898	36,382	36,187	36,343	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	33,155	33,755	35,080	35,407	35,841	36,114	35,477	36,315	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	42,593	43,443	45,400	47,091	46,164	46,383	47,610	48,043	Assurances
Other finan. intermediaries	52,008	51,690	50,985	51,993	49,557	49,398	48,071	48,994	Autres interm. financiers
Real estate operators	30,261	29,802	29,334	28,724	28,852	30,250	30,280	30,393	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	36,142	35,821	36,161	36,628	36,449	36,435	36,611	37,153	Agences (assur./immob.)
Total	38,480	38,701	39,066	39,528	38,935	39,434	39,449	40,091	Total
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	Rates of change (%)		from last quarter — par rapport au dernier trimestre						Taux de variation (%)	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Rates of change (%)	from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Chartered banks	-0.6	1.6	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	1.8	Banques à charte	
Trust/mortg. companies	6.1	0.4	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.5	0.4	Sociétés de fiducie et hypoth.	
Credit unions	3.2	1.8	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.8	2.4	Caisses d'épargne et crédit	
Insurance	-2.0	2.0	4.5	3.7	-2.0	0.5	2.6	0.9	Assurances	
Other finan. intermediaries	-2.2	-0.6	-1.4	2.0	-4.7	-0.3	-2.7	1.9	Autres interm. financiers	
Real estate operators	0.6	-1.5	-1.6	-2.1	0.4	4.8	0.1	0.4	Services immobiliers	
Agents (ins. & real est.)	2.2	-0.9	0.9	1.3	-0.5	-0.0	0.5	1.5	Agences (assur./immob.)	
Total	-0.2	0.6	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.0	1.6	Total	
CPI-adjusted rates of change (%)	Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)									
Chartered banks	-0.8	1.7	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	0.7	Banques à charte	
Trust/mortg. companies	5.9	0.4	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.8	-0.6	Sociétés de fiducie et hypoth.	
Credit unions	3.0	1.9	3.4	0.7	1.1	0.6	-2.0	1.3	Caisses d'épargne et crédit	
Insurance	-2.3	2.1	3.9	3.5	-2.1	0.3	2.4	-0.1	Assurances	
Other finan. intermediaries	-2.5	-0.6	-1.9	1.7	-4.8	-0.5	-2.9	0.9	Autres interm. financiers	
Real estate operators	0.4	-1.5	-2.1	-2.3	0.3	4.7	-0.2	-0.7	Services immobiliers	
Agents (ins. & real est.)	2.0	-0.8	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.2	0.4	Agences (assur./immob.)	
Total	-0.5	0.6	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	0.6	Total	
Nominal growth rates (%)	Taux de croissance nom. (%)									
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale	

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

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

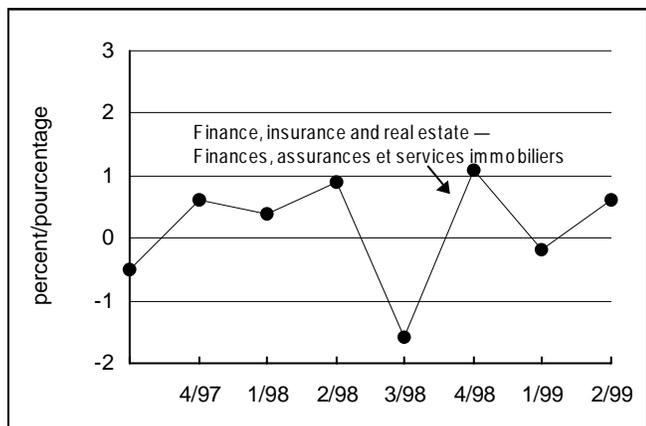
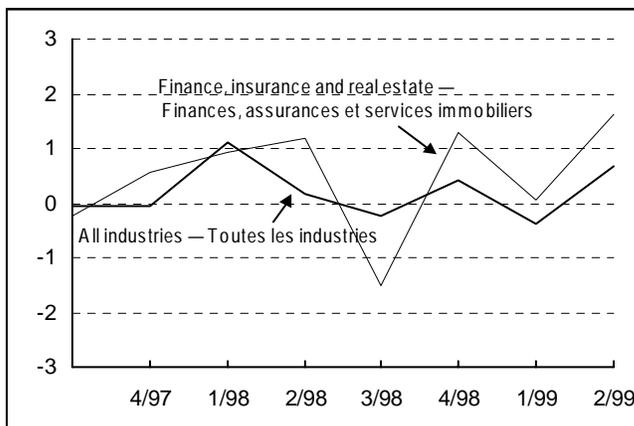


Chart B9. Wage and salary growth rates¹

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



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

**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:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now 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). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which 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 eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, 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 :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant 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. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité 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 éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, 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

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

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

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

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* 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* Other Scientific & Technical Services

M7759* Autres services scientifiques et techniques

M7799* Other Business Services n.e.c.

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

R9931 Photographers

R9931 Photographes

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More specific details on the NAICS are available at Statistics Canada's website at the following address:

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», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus précis sur le SCIAN figurent au site Web de Statistique Canada à l'adresse suivante :

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

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

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

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

Standard Industrial Classification for Establishments (SIC-E)

Classification type des industries pour établissements (CTI-E)

Computer and Related Services (772)

Services informatiques et services connexes (772)

Accounting and Bookkeeping Services (773)

Services de comptabilité (773)

Advertising Services (774)

Services de publicité (774)

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

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

Offices of Lawyers and Notaries (776)

Cabinets d'avocats et de notaires (776)

Miscellaneous Business Services (771, 777, 779)

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

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Highlights — 2nd Quarter 1999

- Output for the business services group of industries rose by a healthy 2.1% this quarter, more than twice the GDP growth rate of the overall economy. This marked the twelfth consecutive quarter in which the business services GDP has risen more rapidly than that of the overall economy. As a result, during this three-year period, the business services group has evolved from comprising 4.8% of Canada's GDP, up to the current level of 5.9%.
- As has usually been the case, the computer services industry was the primary engine behind business services output growth. The GDP for computer services rose 4.4% this quarter. Although computer services growth normally exceeds that in the rest of the economy, the industry's recent output gains have been phenomenal; in real terms, the computer services industry's GDP is now 46% higher than it was two years ago (the second quarter of 1997). Much of this output expansion likely results from efforts by larger organizations to ensure that their computer systems are, or become, Y2K compliant.
- After a slight drop in output in the last half of 1998, the accounting and legal services industry posted healthy growth for the second consecutive quarter in 1999. As well, in the second quarter, the architectural, engineering and other scientific and technical services industry more than regained output it had lost during the first quarter.

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Au deuxième trimestre, la production dans le groupe des services aux entreprises a augmenté de 2,1 %, ce qui est plus de deux fois supérieur au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie. Il s'agit du douzième trimestre consécutif durant lequel le PIB du groupe des services aux entreprises a progressé plus rapidement que dans l'ensemble de l'économie. Durant cette période de trois ans, le pourcentage que représente le PIB de ce groupe par rapport à l'ensemble de l'économie est passé ainsi de 4,8 % à 5,9 %.
- Comme cela a été habituellement le cas jusqu'ici, cette croissance s'est trouvée favorisée principalement par l'activité dans le secteur des services informatiques, dont le PIB a augmenté de 4,4 % au deuxième trimestre. Et, même si la croissance du secteur des services informatiques dépasse généralement celle du reste de l'économie, les accroissements récents ont été phénoménaux. En chiffres absolus, le PIB de ce secteur a ainsi augmenté de 46 % en deux ans (depuis le deuxième trimestre de 1997). Cette expansion est sans doute due en grande partie aux efforts faits par les grands organismes en vue de s'assurer que leurs systèmes informatiques sont, ou deviennent, conformes à l'an 2000.
- Après un léger recul durant la deuxième moitié de 1998, les services de comptabilité et les services juridiques ont enregistré une bonne croissance, et ce pour un deuxième trimestre consécutif en 1999. Par ailleurs, l'accroissement de la production au deuxième trimestre dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques a plus que compensé pour les pertes du premier trimestre.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 2.7%
Salaries	↑ 0.6%
GDP	↑ 2.1%

* From same quarter last year.

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

Emploi*	↑ 2,7 %
Rémunération	↑ 0,6 %
PIB	↑ 2,1 %

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

- Employment in the professional, scientific and technical services industries totaled 918,000 this quarter, down a slight 8,000 from the first quarter. All of the lost jobs were part-time positions.
- Since the first quarter, employment gains arose in computer systems design (+4,000 jobs) and specialized design services (+9,000). All of the jobs added in the latter industry were full-time. Meanwhile, jobs were lost in the accounting and tax-preparation (-14,000) and scientific research and development services (-7,000) industries.
- Compared to the second quarter of 1998, however, employment in the professional, scientific and technical services industries is now 2.7% higher. This growth rate closely resembled the rate of job growth in the whole economy.
- Some 24,000 people were added to the professional, scientific and technical services industries' workforce over the past year. All of the added jobs were full-time positions. As a result, the proportion of the industries' workforce that is employed full-time rose from 84.8% to 88.1% during the period. The latter figure easily exceeds the 81.9% proportion existing for the whole economy.
- Since the second quarter of 1998, the computer systems design industry added 49,000 people to its workforce, an increase of 27.6%. Moreover, all of the added jobs yield full-time hours. Rapid employment growth in computer systems design is not unusual – indeed, this industry's workforce has more than tripled since 1993, as the demand for new and improved computer systems has grown in the 1990s.
- The architectural, engineering and related services industry also added jobs (+10,000) over the past year. Meanwhile, over the past year jobs were shed in the management, scientific and technical services industry (-15,000) and legal services (-10,000).
- The average wage and salary in business services rose, in nominal terms, for the sixth straight quarter, this time by 0.6%. In real terms, however, despite this increase, employees were no better off. Employee remuneration declined by 0.5% this quarter after adjusting for relatively high price inflation in the second quarter.
- Au deuxième trimestre, les effectifs dans les services professionnels, scientifiques et techniques ont totalisé 918 000, en baisse de 8 000 par rapport au premier trimestre. Tous les emplois perdus étaient à temps partiel.
- Par rapport au premier trimestre, on observe un accroissement de l'emploi dans la conception de systèmes informatiques (+4 000 emplois) et les services spécialisés de design (+9 000), tous les emplois dans ce dernier secteur étant à temps plein. En revanche, des emplois ont été perdus dans les services de comptabilité et de préparation des déclarations de revenus (-14 000), ainsi que dans les services de recherche et développement scientifiques (-7 000).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, toutefois, l'emploi dans les services professionnels, scientifiques et techniques a augmenté de 2,7 %, ce qui est très similaire au taux de croissance de l'emploi dans l'ensemble de l'économie.
- De fait, quelque 24 000 emplois ont été créés dans l'ensemble du groupe des services professionnels, scientifiques et techniques, au cours de la dernière année. Tous les emplois créés sont à temps plein, ce qui explique que la proportion des travailleurs à temps plein dans ce secteur soit passée de 84,8 % à 88,1 %, ce qui dépasse largement la proportion actuelle pour l'ensemble de l'économie (81,9 %).
- Depuis le deuxième trimestre de 1998, 49 000 emplois — tous à temps plein — ont été créés dans la conception de systèmes informatiques, soit une hausse de 27,6 %. La croissance rapide de l'emploi dans la conception de systèmes informatiques n'est pas inhabituelle, les effectifs de ce secteur ayant plus que triplé depuis 1993 avec l'accroissement, durant les années 90, de la demande pour des systèmes informatiques nouveaux et améliorés.
- L'emploi a aussi augmenté dans les services d'architecture, de génie et services connexes (+10 000) au cours de la dernière année. En revanche, il y a eu perte d'emplois dans les services de gestion et les services scientifiques et techniques (-15 000) et dans les services juridiques (- 10 000).
- La rémunération moyenne dans le groupe des services aux entreprises a augmenté pour un sixième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,6 %. Malgré cette hausse, la situation des travailleurs ne s'est pas améliorée, en chiffres absolus. De fait, après correction en fonction de l'inflation des prix qui a été relativement élevée au deuxième trimestre, la rémunération des employés a diminué de 0,5 %.

- In nominal terms, average remuneration rose 4.8% this quarter in accounting services, to more than negate a 2.2% decline that occurred during the first quarter. For the fifth straight quarter, average wages and salaries climbed in computer services, this time by 1.1%, to \$48,671 — the highest average remuneration of all of the business services industries. However, average wages and salaries diminished by 1.2% in the offices of lawyers and notaries, and by 0.4% in advertising services.
- En valeur nominale, la rémunération moyenne a augmenté de 4,8 % dans les services de comptabilité, ceci venant plus que compenser pour la baisse de 2,2 % au premier trimestre. Enfin, pour un cinquième trimestre consécutif, la rémunération moyenne a augmenté dans les services informatiques, cette fois-ci de 1,1 %, pour s'établir à 48 671 \$; il s'agit de la rémunération moyenne la plus élevée de tous les secteurs du groupe des services aux entreprises. La rémunération moyenne a toutefois reculé de 1,2 % dans les études d'avocats et de notaires et de 0,4 % dans les services de publicité.

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

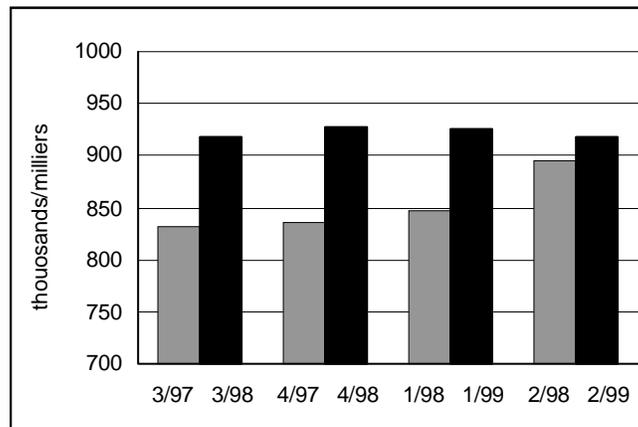


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

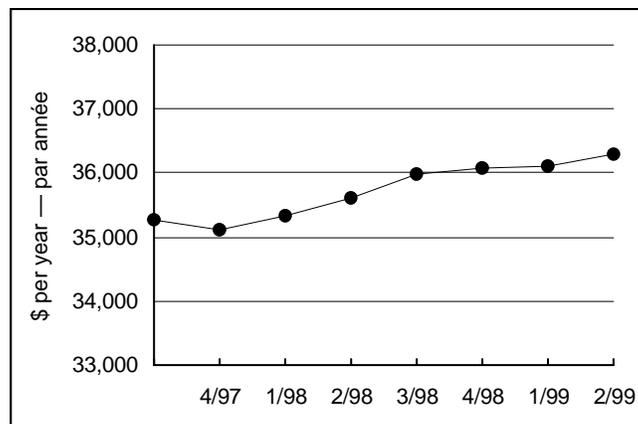
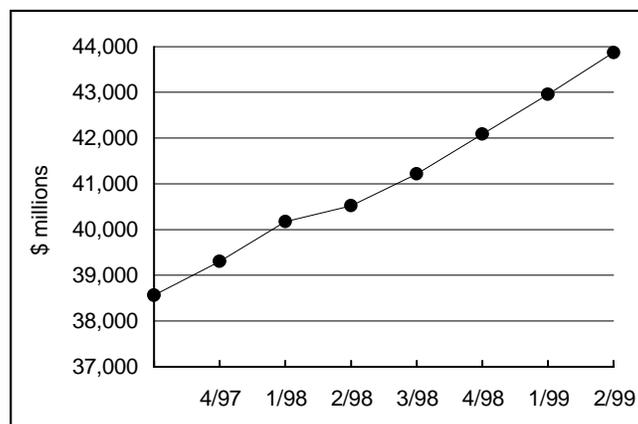


Chart C3. GDP

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Computer services	8,129	8,287	8,621	8,813	9,229	9,814	10,430	10,889	Services informatiques
Advertising services	2,106	2,161	2,274	2,272	2,288	2,299	2,327	2,334	Services de publicité
Architectural and other scientific services	9,152	9,514	9,711	9,765	9,852	9,947	9,876	9,995	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,573	7,519	7,520	7,580	7,517	7,466	7,644	7,822	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	11,605	11,802	12,041	12,113	12,323	12,573	12,701	12,829	Services divers aux entreprises*
Total business services	38,565	39,283	40,167	40,543	41,209	42,099	42,978	43,869	Total serv. aux entreprises
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

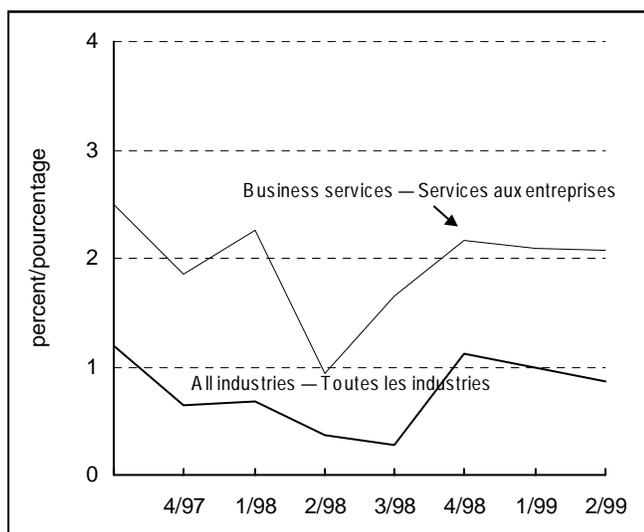
	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Rates of change (%) — Taux de variation (%)									
Computer services	4.0	1.9	4.0	2.2	4.7	6.3	6.3	4.4	Services informatiques
Advertising services	1.1	2.6	5.2	-0.1	0.7	0.5	1.2	0.3	Services de publicité
Architectural and other scientific services	4.7	4.0	2.1	0.6	0.9	1.0	-0.7	1.2	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	0.5	-0.7	0.0	0.8	-0.8	-0.7	2.4	2.3	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.3	1.7	2.0	0.6	1.7	2.0	1.0	1.0	Services divers aux entreprises*
Total business services	2.5	1.9	2.3	0.9	1.6	2.2	2.1	2.1	Total serv. aux entreprises
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Computer services	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.4	1.4	1.5	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	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.4	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.1	1.1	1.1	1.1	1.0	1.0	1.0	1.1	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.5	5.5	5.6	5.7	5.7	5.8	5.9	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

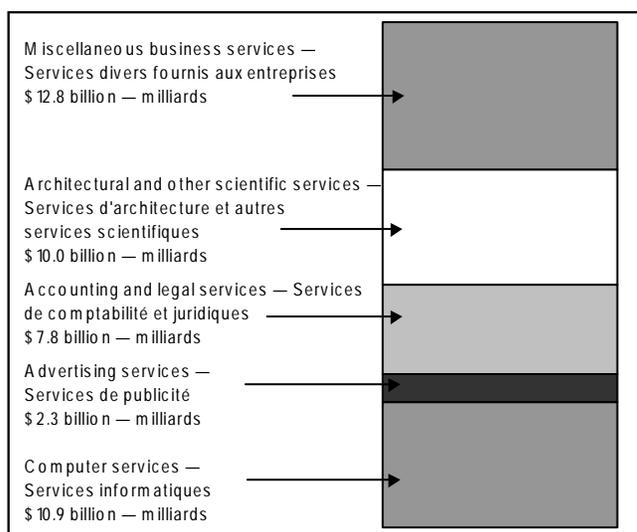
Graphique C4. Taux nominaux de croissance du PIB



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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Employment	thousands — milliers								Emploi
Legal services	114	110	110	124	134	120	115	114	Services juridiques
Accounting-related services	99	99	110	114	109	118	130	116	Comptabilité et services connexes
Archit./engineering services	164	156	146	165	174	173	172	175	Architecture/génie
Specialized design services	49	46	48	47	44	45	37	46	Services spécialisés de design
Computer systems design	162	175	181	177	195	202	222	226	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	103	108	117	127	120	118	110	112	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	20	21	19	17	17	17	26	19	Services de R&D scientifiques
Advertising services	65	67	63	65	67	74	62	60	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	56	54	55	58	58	62	53	52	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	831	835	848	894	917	928	926	918	Total
Full-time	710	700	710	758	789	796	808	809	Plein temps
Part-time	122	136	138	137	129	132	118	109	Temps partiel
Self employment*	325	322	342	355	350	353	353	356	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

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

	Rates of change (%)						Taux de variation (%)		
Legal services	1.4	-4.5	-2.8	9.5	18.2	9.9	3.9	-8.0	Services juridiques
Accounting-related services	-7.1	-8.3	-5.9	3.1	9.8	19.0	18.6	1.4	Comptabilité et services connexes
Archit./engineer. services	16.4	2.6	-4.3	3.2	6.2	10.8	18.3	5.9	Architecture/génie
Specialized design services	-0.6	-11.2	9.2	10.6	-9.5	-2.8	-22.9	-2.1	Services spécialisés de design
Computer systems design	20.7	34.0	24.7	10.1	20.4	15.3	22.6	27.6	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	12.8	7.5	19.2	35.7	16.4	9.3	-5.8	-11.7	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	51.1	20.8	6.2	-5.7	-16.4	-18.2	36.2	15.2	Services de R&D scientifiques
Advertising services	0.6	22.9	29.4	13.0	2.2	10.8	-1.9	-7.8	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	2.8	17.2	22.1	5.6	3.4	13.4	-3.3	-10.7	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	8.5	7.7	8.6	10.2	10.3	11.1	9.2	2.7	Total
Full-time	8.4	7.1	6.9	9.3	11.1	13.7	13.8	6.8	Plein temps
Part-time	9.1	11.4	18.8	15.7	5.5	-2.5	-14.3	-20.3	Temps partiel
Self employment*	19.2	13.9	12.6	12.5	7.7	9.8	3.5	0.2	Travail autonome*

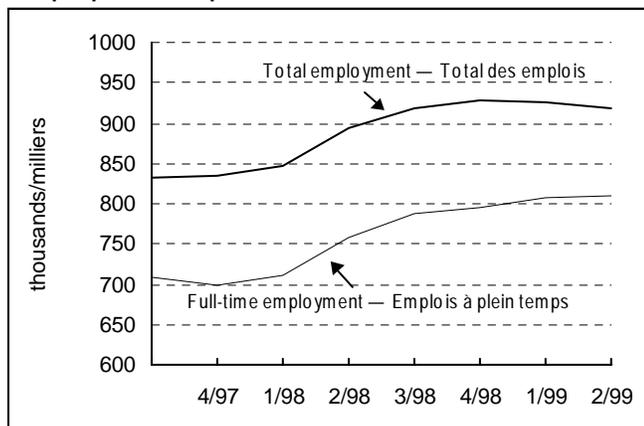
	Overall economy growth rates (%)						Taux de croissance de l'économie globale (%)		
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel
Self employment	11.9	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	Travail autonome

* 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

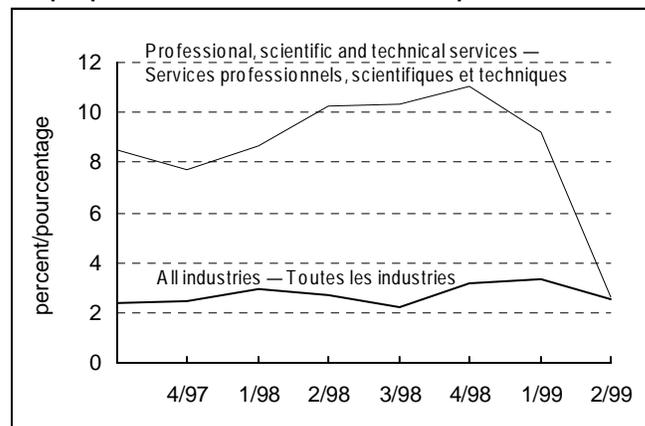
Graphique C6. Emploi¹



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	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II
	current dollars per year — dollars courants par année							
All employees								
Computer services	45,811	45,983	45,702	46,262	47,579	47,611	48,157	48,671
Accounting services	33,360	33,470	32,271	34,014	34,632	34,821	34,040	35,657
Advertising services	32,121	31,670	31,085	31,196	31,562	32,074	32,312	32,174
Archit./engin. services	44,541	44,282	44,762	44,426	44,212	44,377	44,338	44,708
Lawyers and notaries	34,699	35,000	35,482	35,854	36,800	37,059	36,735	36,292
Employment agencies	24,940	24,435	24,726	25,313	25,360	25,506	25,337	25,302
Mngt. consulting services	36,050	36,277	37,388	37,226	37,187	37,253	37,470	37,491
Other business services	27,905	27,607	27,757	27,624	27,920	27,728	27,618	27,884
Total	35,261	35,114	35,334	35,604	35,968	36,060	36,104	36,304
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699

Employés
 Services informatiques
 Services de comptabilité
 Services de publicité
 Services d'arch./d'ingén.
 Avocats et notaires
 Bureaux de placement
 Bur. de conseils en gestion
 Autres serv. aux entreprises
Total

Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	Rates of change (%)		from last quarter — par rapport au dernier trimestre						Taux de variation (%)	
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Rates of change (%)										
Computer services	-3.3	0.4	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.1	1.1	Services informatiques	
Accounting services	-1.3	0.3	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2	4.8	Services de comptabilité	
Advertising services	-4.1	-1.4	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7	-0.4	Services de publicité	
Archit./engin. services	-3.6	-0.6	1.1	-0.8	-0.5	0.4	-0.1	0.8	Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	-4.3	0.9	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.9	-1.2	Avocats et notaires	
Employment agencies	-0.8	-2.0	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.7	-0.1	Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	-4.6	0.6	3.1	-0.4	-0.1	0.2	0.6	0.1	Bur. de conseils en gestion	
Other business services	-0.4	-1.1	0.5	-0.5	1.1	-0.7	-0.4	1.0	Autres serv. aux entreprises	
Total	-2.5	-0.4	0.6	0.8	1.0	0.3	0.1	0.6	Total	
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)	
Computer services	-3.5	0.4	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.9	0.0	Services informatiques	
Accounting services	-1.5	0.4	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5	3.7	Services de comptabilité	
Advertising services	-4.3	-1.3	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.5	-1.5	Services de publicité	
Archit./engin. services	-3.8	-0.5	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.4	-0.2	Services d'arch./d'ingén.	
Lawyers and notaries	-4.5	0.9	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.1	-2.2	Avocats et notaires	
Employment agencies	-1.1	-2.0	0.6	2.1	0.1	0.4	-0.9	-1.2	Bureaux de placement	
Mngt. consulting services	-4.8	0.7	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.3	-1.0	Bur. de conseils en gestion	
Other business services	-0.7	0.1	0.0	-0.7	1.0	-0.9	-0.7	-0.1	Autres serv. aux entreprises	
Total	-2.7	-0.4	0.1	0.5	0.9	0.1	-0.1	-0.5	Total	
Nominal growth rates (%)									Taux nom. de variation (%)	
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale	

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

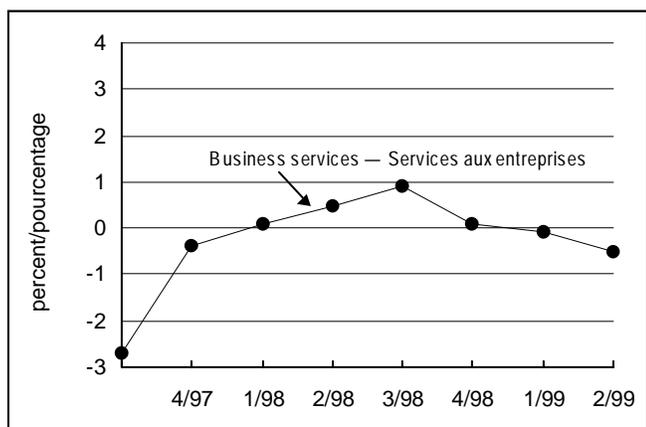
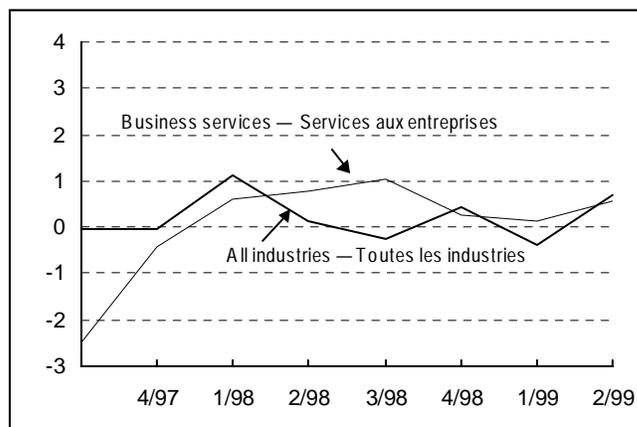


Chart C9. Nominal wage and salary growth rates
Graphique C9. Taux nominaux de croissance



**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:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now 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). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which 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 eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, 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 :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant 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. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité 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 éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, 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

Food Services and Drinking Places (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", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More 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)

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», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus 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)

- 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)

- 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 — 2nd Quarter 1999

- The GDP of the traveler accommodation services industry changed very little (+0.1%) in the second quarter. This continued the trend of stagnant output growth for the industry. Since the second quarter of 1994, for example, the traveler accommodation services industry's GDP has only risen in real terms by 6.9%, while that for the entire economy has grown by 15.0%.
- The accommodation services industry's workforce grew by 9,000 this quarter, enabling the industry to recoup the 9,000 jobs it shed in the previous quarter. All of the jobs added this quarter were full-time positions. Second quarter employment gains are common in this industry due to the seasonal nature of demand for accommodation services. However, comparisons with the same quarter of the previous year largely enable one to standardize for seasonal effects. Relative to the second quarter of 1998, employment in accommodation services has declined by 4.2%. All of the 8,000 jobs lost since the second quarter of 1998 were full-time jobs.
- Average wages and salaries in the traveler accommodation services industry rose, in nominal terms, for the second straight quarter, this time by 0.8%. However, after adjusting for inflation, the industry's employees lost ground this quarter.
- Real wages and salaries have been declining for some time in traveler accommodations. For example, average remuneration in the industry tumbled in real terms by 6.8% since the second quarter of 1997. Declines such as this, along with lower education and skill levels in this industry's workforce, have nudged

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Au deuxième trimestre, le PIB du secteur des services d'hébergement des voyageurs a très peu fluctué (+0,1 %), poursuivant ainsi une tendance marquée par une stagnation de la production dans ce secteur. Ainsi, depuis le deuxième trimestre de 1994, le PIB de ce secteur n'a progressé que de 6,9 % en chiffres absolus, comparativement à une croissance de 15,0 % pour l'ensemble de l'économie.
- Les effectifs dans les services d'hébergement ont augmenté de 9 000 au cours du trimestre, cette hausse venant neutraliser la perte de 9 000 emplois au trimestre précédent. Tous les emplois créés ce trimestre-ci étaient des emplois à temps plein. Il est à noter toutefois que la création d'emplois est fréquente dans cette branche d'activité au deuxième trimestre de l'année, compte tenu du caractère saisonnier de la demande des services d'hébergement. Des comparaisons avec les résultats du deuxième trimestre de l'année précédente permettent toutefois de normaliser en grande partie les effets saisonniers. Or, depuis le deuxième trimestre de 1998, l'emploi dans les services d'hébergement a diminué de 4,2 %, la totalité des 8 000 emplois perdus en un an étant des emplois à temps plein.
- La rémunération moyenne dans les services d'hébergement des voyageurs a augmenté, sur une base nominale, pour un deuxième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,8 %. Cependant, après correction de l'inflation, on constate que les employés de ce secteur ont perdu du terrain au cours du trimestre.
- Qui plus est, la rémunération nette dans ce secteur est en baisse depuis quelque temps déjà. La rémunération moyenne a ainsi reculé de 6,8 %, en chiffres absolus, depuis le deuxième trimestre de 1997. Cette baisse, combinée aux niveaux de scolarité et de compétences plus faibles de ces travailleurs, a eu pour effet d'abaisser la rémunération

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 2.0%
GDP	↓ 1.2%

* From same quarter last year.

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

Emploi*	↑ 2,0 %
PIB	↓ 1,2 %

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

the industry's average remuneration level (\$15,650) down to less than half the average in the overall economy (\$31,699).

- Food and beverage services industry output contracted by 1.8% this quarter. This was the fifth consecutive quarter in which the GDP growth rate for the food and beverage services industry lagged behind that for the overall economy. In the period since early 1998, the industry's output has fallen by 1.4%, at a time during which the GDP for the whole economy rose by 3.3%.
- Employment in the restaurants and other food services industry increased by 17,000 this quarter, with all of the added jobs offering full-time hours. Compared to the second quarter of last year, there are now 3.6% more people employed in the industry. Moreover, some 85% of the 24,000 jobs added since last year are full-time.
- Average remuneration in the food and beverage services industry was little changed this quarter. At \$11,234 per year, however, it remains very low partly because more than four of every ten workers in this industry work part-time. Nevertheless, the average wage and salary in this industry did rise by 1.8% since the second quarter of last year. This more than tripled the 0.5% remuneration growth rate in the overall economy.

moyenne dans ce secteur (15 650 \$) à un niveau correspondant à moins de la moitié de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 699 \$).

- Dans le secteur de la restauration, la production a reculé de 1,8 % au deuxième trimestre. Il s'agit du cinquième trimestre consécutif au cours duquel le PIB des services de restauration croît moins rapidement que le PIB pour l'ensemble de l'économie. Depuis le début de 1998, la production du secteur a reculé de 1,4 %, alors que le PIB pour l'ensemble de l'économie a progressé de 3,3 %.
- Au deuxième trimestre, 17 000 emplois ont été créés dans les restaurants et autres services de restauration, la totalité de ces emplois étant à temps plein. Depuis le deuxième trimestre de 1998, les effectifs dans ce secteur ont augmenté de 3,6 % et quelque 85 % des 24 000 emplois créés depuis l'an dernier sont à temps plein.
- La rémunération moyenne dans les services de restauration est demeurée essentiellement inchangée au deuxième trimestre. Cette rémunération, qui s'établit à 11 234 \$ par année, demeure toutefois très faible, en partie du fait que plus de quatre employés sur dix dans ce secteur travaillent à temps partiel. La rémunération moyenne a cependant augmenté de 1,8 % depuis le deuxième trimestre de 1998, ce qui est plus de trois fois supérieur au taux d'augmentation (0,5 %) pour l'ensemble de l'économie.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment

Graphique D1. Emploi

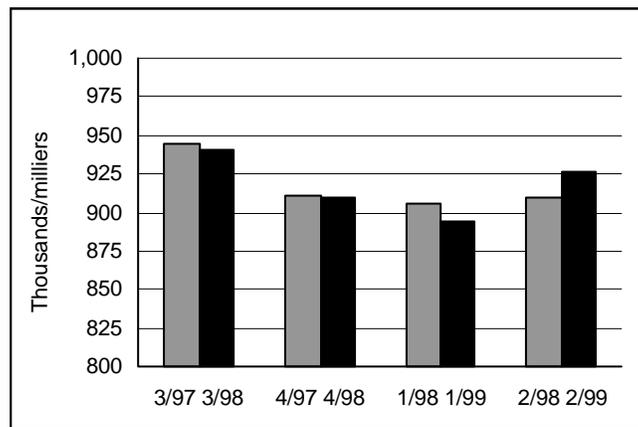


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

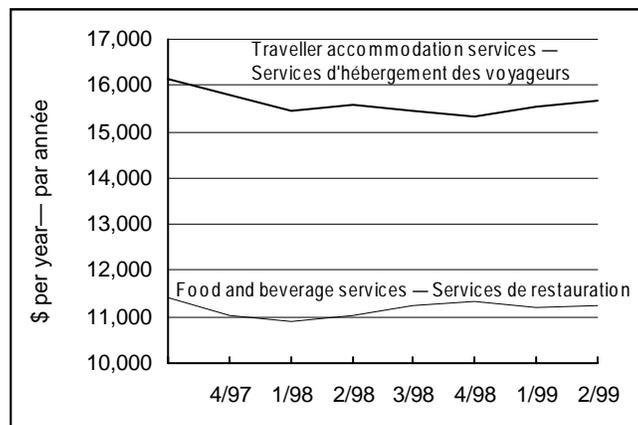
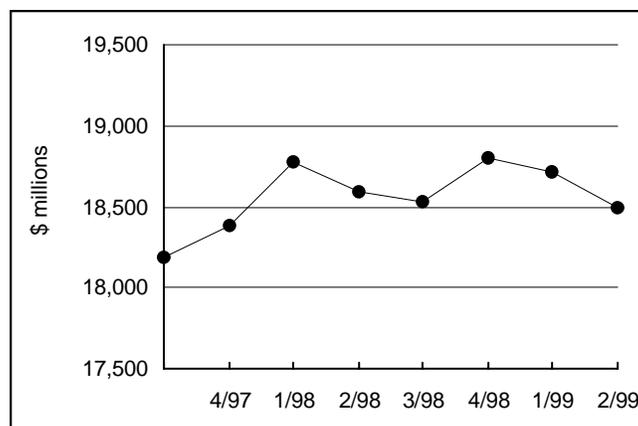


Chart D3. Real GDP

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Accommodation services	5,875	5,970	6,221	6,065	6,010	6,242	6,106	6,112	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	12,313	12,412	12,558	12,530	12,522	12,560	12,608	12,386	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	18,188	18,382	18,779	18,595	18,532	18,802	18,714	18,498	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	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	-0.8	1.6	4.2	-2.5	-0.9	3.9	-2.2	0.1	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	2.1	0.8	1.2	-0.2	-0.1	0.3	0.4	-1.8	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	1.1	1.1	2.2	-1.0	-0.3	1.5	-0.5	-1.2	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale

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

Accommodation services	0.84	0.84	0.87	0.85	0.84	0.86	0.83	0.83	Services d'hébergement
Food and beverage serv.	1.75	1.75	1.76	1.75	1.75	1.73	1.72	1.68	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	2.59	2.60	2.63	2.60	2.58	2.59	2.55	2.50	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration

Chart D4. GDP nominal growth rates

Graphique D4. Taux nominaux de croissance du PIB

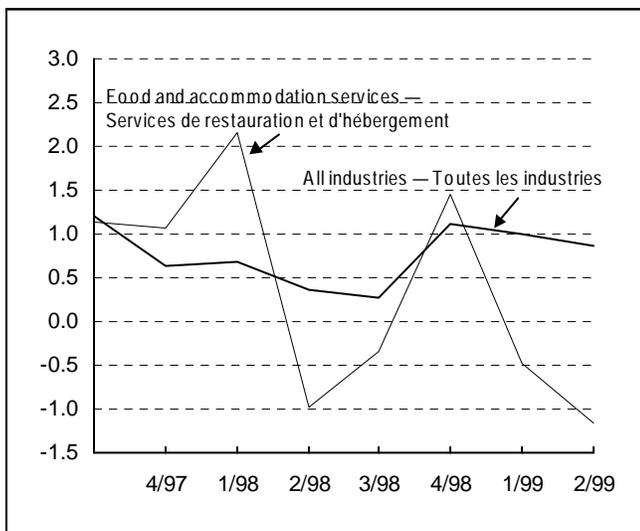
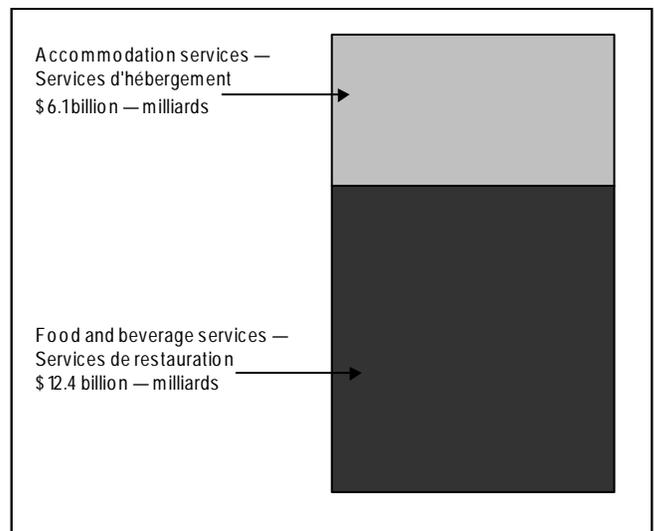


Chart D5. Output of food and accommodation services industries

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Accommodation services	225	191	183	192	224	184	175	184	Services d'hébergement
Restaurants/other food services	673	674	672	675	675	682	678	699	Restaurants/autres services de restauration
Drinking places (alcoholic bever.)	47	46	51	43	42	45	41	45	Débits de boissons (alcoolisées)
Total	944	911	906	909	941	910	894	927	Total
Full-time	604	547	531	562	636	557	532	573	Plein temps
Part-time	340	365	374	347	305	354	362	354	Temps partiel

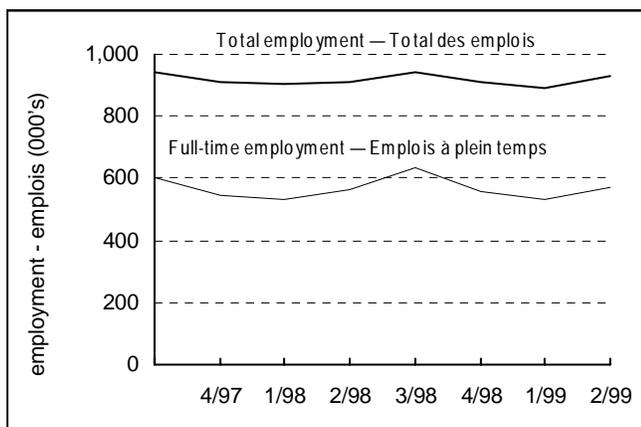
Analytical table — Tableau analytique

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

	1997		1998				1999		
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Accommodation services	5.8	13.1	11.2	-1.7	-0.2	-3.9	-4.6	-4.2	Services d'hébergement
Restaurants/other food services	-0.9	4.1	6.3	1.4	0.4	1.1	0.9	3.6	Restaurants/autres services de restauration
Drinking places (alcoholic bever.)	4.0	14.8	21.8	-2.5	-11.5	-2.4	-19.1	5.6	Débits de boissons (alcoolisées)
Total	0.9	6.4	8.1	0.5	-0.3	-0.1	-1.3	2.0	Total
Full-time	-3.5	3.9	8.5	2.4	5.3	1.8	0.1	1.9	Plein temps
Part-time	9.7	10.3	7.5	-2.4	-10.3	-3.0	-3.3	2.1	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel

Chart D6. Employment¹

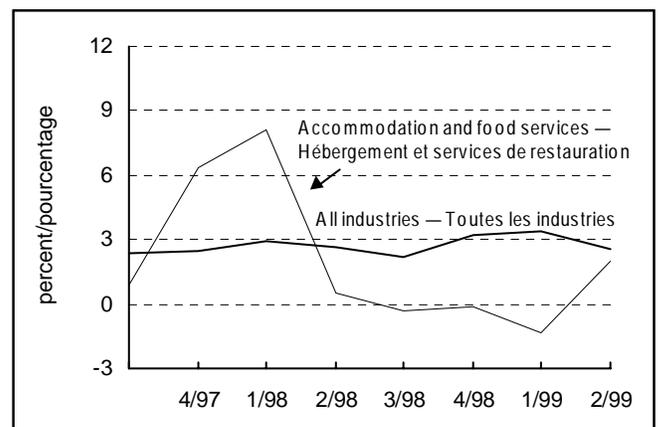
Graphique D6. Emploi¹



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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Traveller accommodation services	16,134	15,801	15,451	15,591	15,453	15,307	15,531	15,650	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	11,422	11,036	10,920	11,030	11,224	11,315	11,219	11,234	Services de restauration
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale
Analytical table — Tableau analytique									
from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Traveller accommodation services	-1.4	-2.1	-2.2	0.9	-0.9	-0.9	1.5	0.8	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	1.2	-3.4	-1.1	1.0	1.8	0.8	-0.8	0.1	Services de restauration
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Traveller accommodation services	-1.7	-2.0	-2.7	0.6	-1.0	-1.1	1.2	-0.3	Services d'hébergement des voyageurs
Food and beverage services	0.9	-3.3	-1.6	0.7	1.7	0.7	-1.1	-0.9	Services de restauration
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale

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

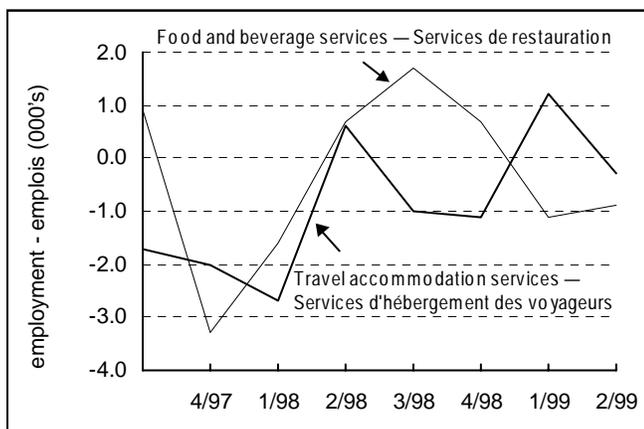
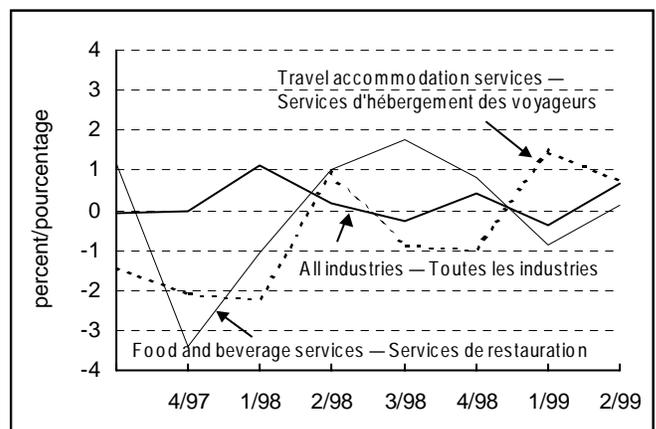


Chart D9. Wage and salary growth rates¹
Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹



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:

All tables in *Services Indicators* that carry employment data are now 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). Statistics Canada is in the midst of a two-year evolutionary transition during which 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 eventually be introduced in this section, hopefully for the next issue of *Services Indicators*. To accommodate this transition, 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 :

Tous les tableaux d'*Indicateurs des services* contenant des données sur l'emploi seront maintenant 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. Statistique Canada est au milieu d'une période de transition de deux ans durant laquelle les autres statistiques par branche d'activité 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 éventuellement introduites dans cette section, probablement dans le prochain numéro d'*Indicateurs des services*. Pour tenir compte de cette transition, 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

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* Boat Rentals & Marinas

R9654* Location de bateaux et ports de plaisance

R9659* Other Sports & Recreation Clubs

R9659* Autres clubs sportifs et services de loisir

R9661 Gambling Operations

R9661 Loteries et jeux de hasard

R9691 Bowling Alleys & Billiard

R9691 Salles de quilles et salles de billard

R9692* Amusement Park, Carnival & Circus Ops.

R9692* Parcs d'attraction, fêtes foraines et cirques

R9693* Dance Halls, Studios & Schools

R9693* Salles, studios et écoles de danse

R9694 Coin-Operated Amusement Services

R9694 Jeux automatiques

R9695 Roller Skating Facilities

R9695 Pistes de patinage à roulettes

R9699* Other Amusement & Recreational Services

R9699* Autres services de divertissement et de loisir n.c.a.

R9799* Other Personal & Household Services n.e.c.

R9799* Autres services 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", which appeared in the First Quarter 1999 edition of this publication. More 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)

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», qui est apparu dans l'édition du premier trimestre 1999 de cette publication. Des détails plus 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)

- 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)

- 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 — 2nd Quarter 1999

- After growing in real terms for eleven consecutive quarters, output in the amusement and recreation services industry declined by 0.2% this quarter. Despite the recent slowdown, the industry's GDP rose by 13.9% during the aforementioned three-year period, surpassing the 10.6% growth rate of the overall economy during the same period.
- Employment in the arts, entertainment and recreation services industries increased by 26,000 this quarter, largely because the amusement parks, arcades and other recreation services industry expanded its workforce by 19,000 in the second quarter. Warm spring and summer weather increases this industry's activities, therefore additional second quarter hiring is commonplace. For similar reasons, heritage institutions also expanded their workforce by 4,000 in the second quarter.
- Of the 26,000 jobs added in the arts, entertainment and recreation services industries, all were full-time. Moreover, seasonal factors probably caused some 13,000 jobs that were part-time (in the first quarter) to become full-time jobs in the second quarter.
- Removing the effects of seasonality by instead comparing this quarter to the second quarter of 1998, the arts, entertainment and recreation services industry group expanded its workforce by 17,000 people, an increase of 7.1%. Relative to four quarters ago, the amusement parks, arcades and other recreation services industry now employs 27,000 more people, with 69% of these people getting full-time jobs. In addition, the gambling industries

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 7.1%
GDP	↑ 0.0%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 2^e trimestre 1999

- Après avoir progressé, en chiffres absolus, pendant onze trimestres consécutifs, la production dans les services de divertissements et de loisirs a reculé de 0,2 % au deuxième trimestre de 1999. Malgré ce dernier recul, le PIB du secteur fait ressortir une hausse de 13,9 % durant cette période de trois ans, devançant ainsi le taux de croissance enregistré durant la même période, pour l'ensemble de l'économie (10,6 %).
- Au deuxième trimestre, 26 000 emplois ont été créés dans les arts, les spectacles et les loisirs, cette hausse étant principalement attribuable à la création de 19 000 emplois dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de divertissements et de loisirs. Il est toutefois courant que les effectifs augmentent à cette période de l'année, le temps clément au printemps et à l'été favorisant une augmentation des activités. Pour des raisons similaires, les établissements du patrimoine ont accru leurs effectifs de 4 000 au deuxième trimestre.
- Les 26 000 emplois créés dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs sont des emplois à temps plein. De plus, quelque 13 000 emplois qui étaient à temps partiel (au premier trimestre) sont devenus à temps plein au deuxième trimestre, là aussi sans doute en réponse à la demande saisonnière.
- Si l'on supprime l'effet du caractère saisonnier en comparant les résultats du présent trimestre à ceux du deuxième trimestre de 1998, on constate que les effectifs dans le groupe des arts, des spectacles et des loisirs ont augmenté de 17 000, ce qui représente une hausse de 7,1 %. Ainsi, le secteur des parcs d'attractions, des salles de jeux électroniques et des autres services de divertissements et de loisirs embauche aujourd'hui 27 000 travailleurs de plus qu'au deuxième trimestre de 1998, 69 % de ces nouveaux

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

Emploi*	↑ 7,1 %
PIB	↑ 0,0 %

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

expanded their workforce by 5,000, with all of the added jobs being full-time. Somewhat offsetting these gains, the performing arts, spectator sports and related industries industry group shed 14,600 jobs, of which nearly half were part-time.

- Average wages and salaries for amusement and recreation services industry employees decreased by 1.0% this quarter, largely due to declining average remuneration in the motion picture exhibition industry. A decline was also posted in the theatrical and other staged entertainment industry. In contrast, average remuneration did rise in the sports and recreation club industry.

emplois étant à temps plein. Il y a eu également création de 5 000 emplois dans le secteur des jeux de hasard et des loteries, tous à temps plein. Par contre, la perte de 14 600 emplois dans les arts d'interprétation, les sports-spectacles et les activités connexes, dont près de la moitié étaient à temps partiel, a quelque peu atténué cette croissance.

- Enfin, la rémunération moyenne des employés du secteur des divertissements et des loisirs a diminué de 1,0 % au deuxième trimestre, principalement sous l'effet de la baisse dans le secteur de la présentation de films. Un recul a aussi été enregistré dans les services de théâtre et autres spectacles. Par contre, la rémunération moyenne a augmenté dans les centres de sports et de loisirs.

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

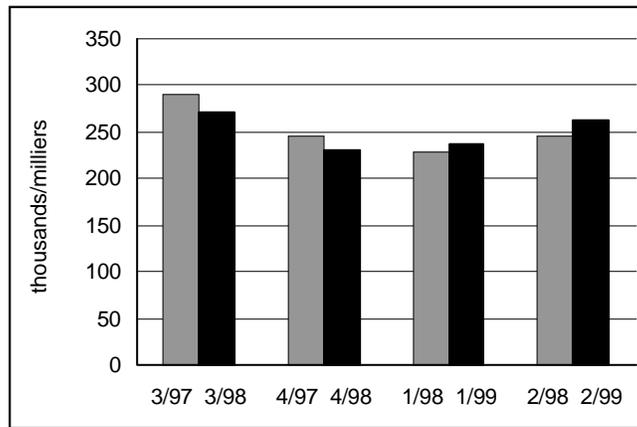


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

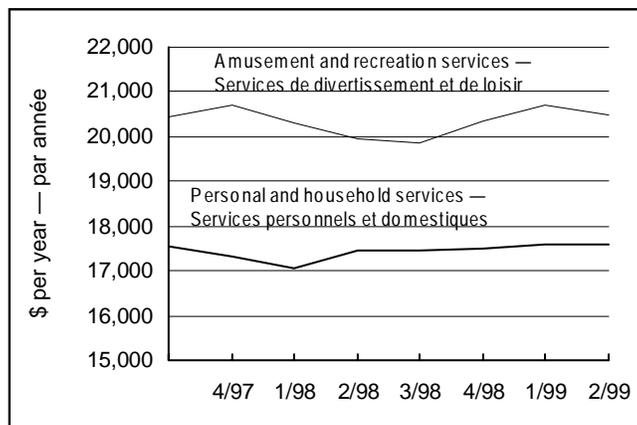


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel

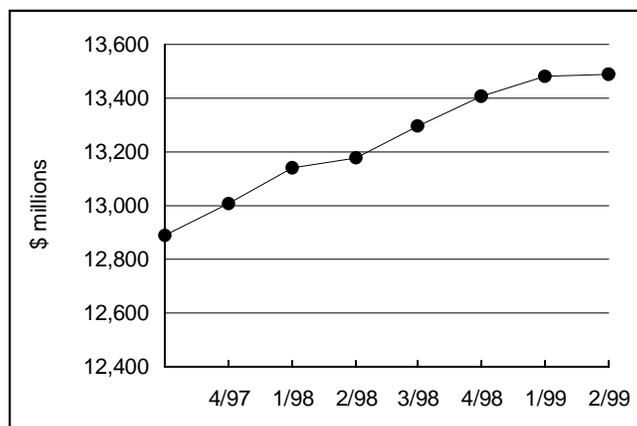


Table E1. Leisure and personal services, annualized GDP at factor cost

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

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,466	7,619	7,667	7,693	7,770	7,892	7,968	7,952	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	5,425	5,391	5,475	5,485	5,524	5,517	5,517	5,539	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	12,891	13,010	13,142	13,178	13,294	13,409	13,485	13,491	Total divertissements et services personnels
Overall economy	703,512	708,002	712,787	715,456	717,360	725,415	732,622	738,972	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.2	2.0	0.6	0.3	1.0	1.6	1.0	-0.2	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.2	-0.6	1.6	0.2	0.7	-0.1	0.0	0.4	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	0.8	0.9	1.0	0.3	0.9	0.9	0.6	0.0	Total divertissements et services personnels
Overall economy	1.2	0.6	0.7	0.4	0.3	1.1	1.0	0.9	Économie totale

% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Amusement and recreation services	1.06	1.08	1.08	1.08	1.08	1.09	1.09	1.08	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.77	0.76	0.77	0.77	0.77	0.76	0.75	0.75	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.83	1.84	1.84	1.84	1.85	1.85	1.84	1.83	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates

Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB

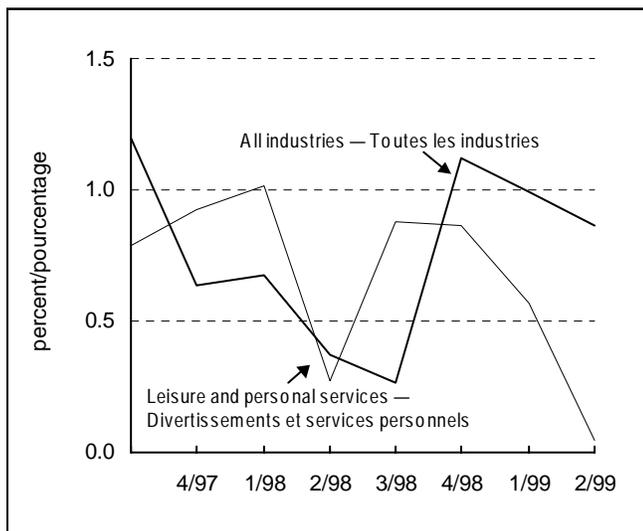
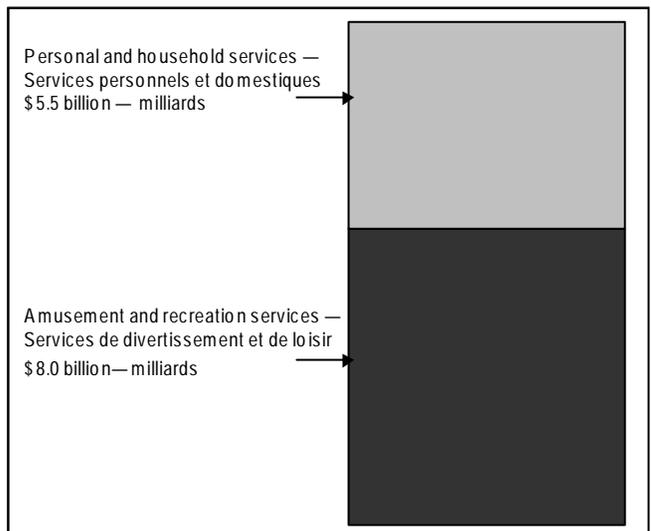


Chart E5. Output of leisure and personal services industries

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Performing arts, spectator sports and related industries	98	105	103	102	102	92	85	87	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions	32	18	13	18	23	15	14	18	Établissements du patrimoine
Gambling industries	32	31	34	33	34	35	37	38	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation	129	91	78	92	112	88	100	119	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total	290	245	229	245	270	231	236	262	Total
Full-time	209	160	139	162	190	142	141	180	Plein temps
Part-time	81	85	90	82	80	89	95	81	Temps partiel

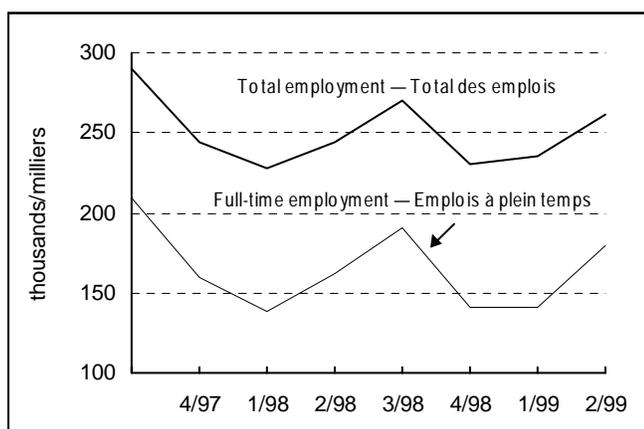
Analytical table — Tableau analytique

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

	1997		1998				1999		
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Performing arts, spectator sports and related industries	-4.4	14.5	15.7	10.0	4.6	-11.7	-17.2	-14.7	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions	5.7	-17.4	-20.4	-15.6	-28.2	-16.0	2.3	1.1	Établissements du patrimoine
Gambling industries	31.0	10.2	-7.9	-13.7	5.6	9.9	8.3	15.9	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation	23.2	17.5	-8.1	-18.0	-13.4	-2.3	28.3	29.3	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total	11.1	11.8	0.4	-7.4	-6.9	-5.7	3.2	7.1	Total
Full-time	9.6	12.5	-3.7	-8.9	-9.0	-11.4	1.9	10.9	Plein temps
Part-time	15.3	10.6	7.4	-4.2	-1.4	5.1	5.3	-1.6	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.4	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	Total
Full-time	1.9	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	Plein temps
Part-time	5.0	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	Temps partiel

Chart E6. Employment¹

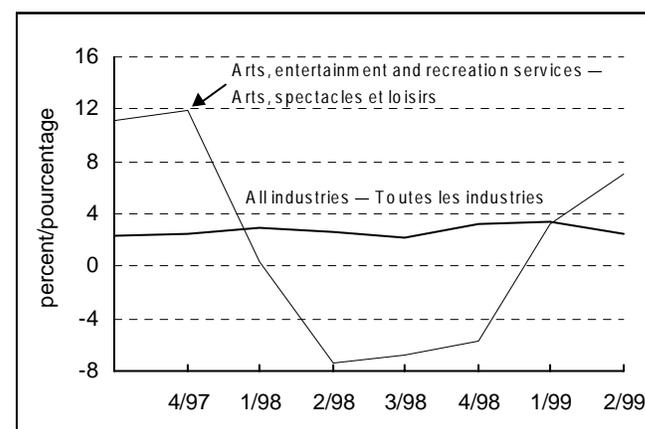
Graphique E6. Emploi¹



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.

See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

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

Tableau E3. Divertissements et services personnels, rémunération

	1997		1998				1999		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Amusement and recreation services	20,451	20,704	20,305	19,930	19,865	20,345	20,715	20,500	Services de divertissement et de loisir
Personal services	17,523	17,315	17,064	17,468	17,434	17,500	17,574	17,590	Services personnels
Overall economy	31,165	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,699	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.5	1.2	-1.9	-1.8	-0.3	2.4	1.8	-1.0	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-0.4	-1.2	-1.4	2.4	-0.2	0.4	0.4	0.1	Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Amusement and recreation services	1.2	1.3	-2.5	-2.1	-0.4	2.2	1.5	-2.1	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-0.7	-1.1	-2.0	2.1	-0.3	0.2	0.2	-0.9	Services personnels
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	-0.1	-0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.7	Économie totale

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

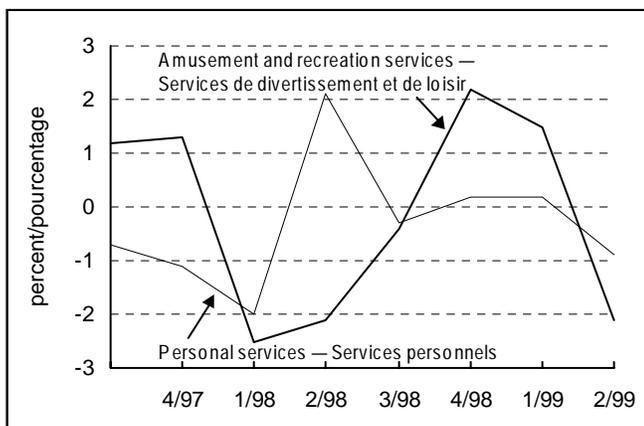
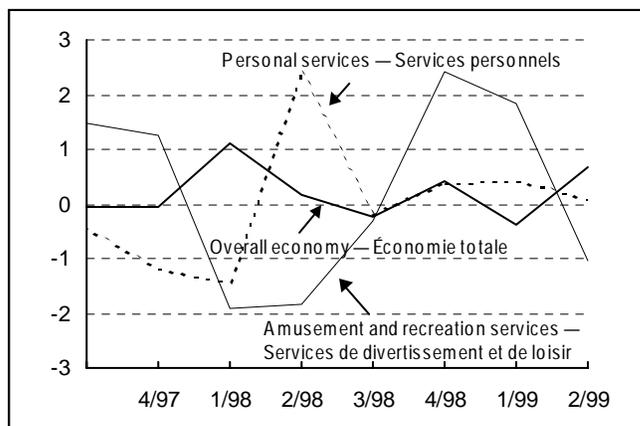


Chart E9. Wage and salary growth rates in leisure and personal services industries¹

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.



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

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		
	III	IV	I	II	III	IV	I	II	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Real estate services	167	168	178	185	188	202	189	188	Services immobiliers
Rental and leasing services	71	54	57	65	65	61	68	71	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	3	4	6	7	5	3	5	4	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	448	431	435	473	494	465	463	497	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	21	18	21	21	19	18	25	26	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	847	967	976	953	859	983	1,002	970	Services d'enseignement
Health care, social services	1,409	1,388	1,415	1,468	1,498	1,481	1,420	1,475	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	733	715	700	711	741	725	736	731	Réparation/serv. pers./ blanchissage

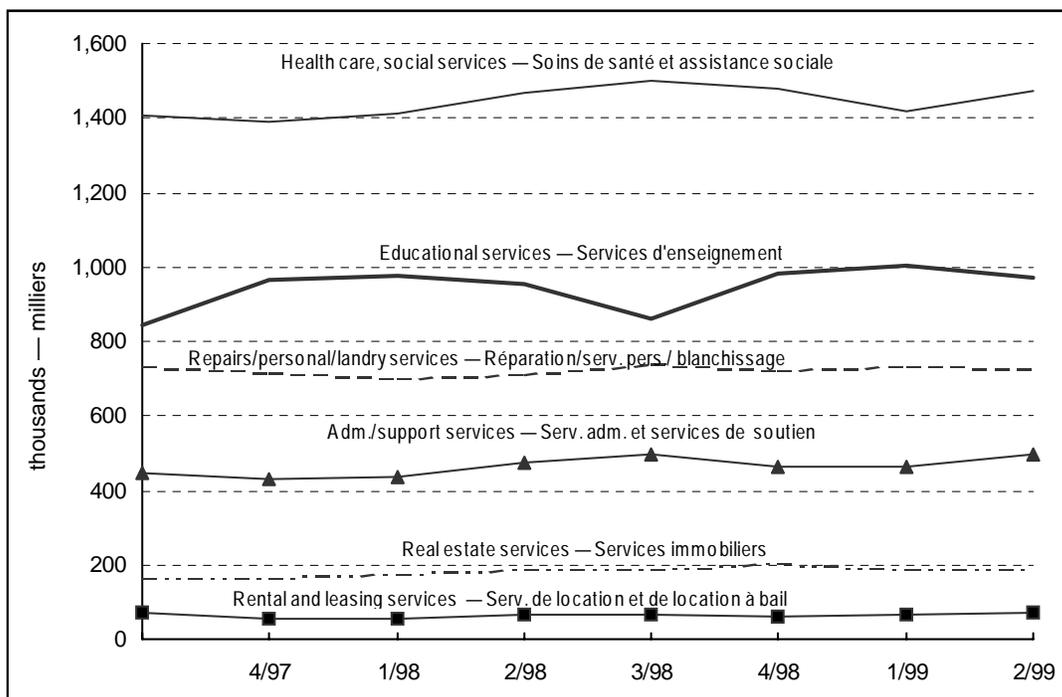
Analytical table — Tableau analytique

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

	Rates of change (%)						Taux de variation (%)		
Real estate services	-12.8	-9.8	-3.1	3.3	13.0	20.7	5.9	1.5	Services immobiliers
Rental and leasing services	46.6	-4.7	-7.3	-3.7	-8.9	12.2	19.3	8.9	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	-53.0	-42.6	6.9	143.3	54.8	-15.4	-19.4	-45.2	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	8.4	5.5	8.1	11.7	10.3	7.8	6.4	5.0	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	-9.7	-20.6	-6.7	-4.6	-12.6	0.0	19.0	26.2	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	3.1	2.7	0.1	-1.2	1.4	1.6	2.6	1.8	Services d'enseignement
Health care, social services	-0.2	-0.5	1.3	4.8	6.4	6.6	0.4	0.5	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	4.3	6.8	5.2	0.2	1.1	1.5	5.1	2.9	Réparation/serv. pers./ blanchissage

Chart F1. Employment in various service industries

Graphique F1. 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.