

**“Can I help you?” : The rise  
in household spending  
on services**

by

**Don Little and Renée Béland**

**Number 21**

**«Puis-je vous aider?» :  
la hausse des dépenses  
des ménages pour les services**

par

**Don Little et Renée Béland**

**Numéro 21**

## **Analytical Paper Series**

The Analytical Paper Series publishes research undertaken in Services Division and other parts of Statistics Canada. It also welcomes papers related to the services industries from government departments, research institutes, businesses and academics. The objective of the Series is to disseminate knowledge and stimulate discussion.

All papers are subject to peer review as well as review by a panel of experts inside and outside Statistics Canada, as necessary. The views expressed in the articles are those of the authors and do not necessarily reflect the views of Statistics Canada.

Papers in the Series are distributed to Statistics Canada's Regional Offices, depository libraries, universities and interested individuals. They are catalogued and indexed nationally and internationally.

Proposals for joint research efforts with interested parties are welcome.

## **Série d'études analytiques**

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

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

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

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



Statistics Canada

Services Division

Statistique Canada

Division des services

## “Can I help you?” : The rise in household spending on services

by  
Don Little and Renée Béland

Price: \$10.00 per issue, \$35.00 annually

Reprinted from **Services Indicators**,  
Catalogue no. 63-016-XPB, 2<sup>nd</sup> quarter 1998.

63F0002XPB No. 21  
ISBN: 0-660-60577-5  
ISSN: 1201-9038

January 1999

For further information, please contact :

Don Little  
Editor, Services Indicators  
Services Division  
Statistics Canada  
Jean Talon Building, 10th floor, Section D2  
Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6  
Telephone: (613) 951-6739  
Facsimile: (613) 951-6696

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.

## «Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services

par  
Don Little et Renée Béland

Prix : 10 00\$ l'exemplaire, 35 00\$ annuellement

Article paru dans **Indicateurs des services**,  
N° 63-016-XPB au catalogue, 2<sup>e</sup> trimestre 1998.

63F0002XPB n° 21  
ISBN : 0-660-60577-5  
ISSN : 1201-9038

Janvier 1999

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec :

Don Little  
Éditeur, Indicateurs des services  
Division des services  
Statistique Canada  
Édifice Jean-Talon, 10e étage, section D2  
Parc Tunney, Ottawa (Ontario)  
Canada, K1A 0T6  
Téléphone : (613) 951-6739  
Télécopieur : (613) 951-6696

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.

## **Abstract**

Consumer expenditures by households are increasingly a driving force behind economic growth, and are affected by several factors. Consumer tastes can shift over time, as new commodities are introduced and others become outdated. Changes in the demographic, economic and social characteristics of consumers can also affect consumer preferences, as can shifts in the relative prices, utilities and quality levels of various goods and services.

Based on Family Expenditure Survey data for both 1986 and 1996, this study examines how the household consumption of services has shifted over the past decade. Particular attention is paid to spending on: communications services; finance and real estate services; food and beverage services; traveler accommodation services; amusement and recreation services; and personal and household services. Insights are also provided on why household spending patterns for specific service commodities have changed from 1986 to 1996.

## **Résumé**

Les dépenses de consommation des ménages deviennent de plus en plus un élément moteur de la croissance économique, et ces dépenses sont influencées par différents facteurs. Les goûts des consommateurs peuvent se modifier avec le temps, à mesure que de nouveaux produits apparaissent et que d'autres se démodent. Les changements dans les caractéristiques démographiques, économiques et sociales des consommateurs peuvent également avoir un effet sur leurs préférences, tout comme les changements dans les prix relatifs, les utilités et le niveau de qualité des divers biens et services.

Dans la présente étude, basée sur les données de 1986 et de 1996 de l'Enquête sur les dépenses des familles, on examine comment la consommation des services par les ménages a changé au cours de la dernière décennie. On porte une attention particulière aux dépenses se rapportant aux services suivants : communications; intermédiaires financiers et services immobiliers; restauration; hébergement des voyageurs; divertissements et loisirs; et services personnels et domestiques. On explique également pourquoi les habitudes de dépenses des ménages pour des services particuliers ont changé de 1986 à 1996.

## “Can I help you?”: The rise in household spending on services

by Don Little and Renée Béland<sup>1</sup>  
Services Division  
Statistics Canada  
Telephone: (613) 951-6739  
Fax: (613) 951-6696  
E-mail: littdon@statcan.ca

### Introduction

Consumer expenditures by households are increasingly a driving force behind economic growth — not only for many individual industries, but also for the overall economy. In 1996, personal expenditures amounted to 58.3% of Canada's nominal gross domestic product (GDP), up from 56.6% in 1986.<sup>2</sup> Aggregate consumer spending patterns are affected by several factors. Consumer tastes can shift over time, as new commodities are introduced and others become outdated. As well, changes in the demographic, economic and social characteristics of consumers can affect consumer decisions, as can shifts in the relative prices, utilities and quality levels of different goods and services.

Based on Family Expenditure (FAMEX) survey data from both 1986 and 1996,<sup>3</sup> this article examines broad changes over the past decade in how households have opted to allocate their consumption expenditures. It initially investigates changes in households' consumption of

<sup>1</sup> The authors wish to thank Ulysses Nevraumont, Gord Baldwin and other reviewers for their comments.

<sup>2</sup> In 1996, the remainder of the GDP was comprised of government expenditures (20.6%), investment (17.2%) and Canada's trade surplus (3.8%). If examined separately, exports would comprise 39.1% of GDP while imports would equal 35.3%. Source: *Canadian Economic Observer* (1998), Table 1.

<sup>3</sup> Although 1992 FAMEX data are available, a base year of 1986 was selected because changes in consumption patterns are more apparent if a 10-year period is examined. In addition, both 1986 and 1996 fell in expansionary phases of the business cycle; by contrast, in 1992 the economy was in a recession. As well, this article relies on FAMEX data for full-year households — those in which at least one household member lived there for all 52 weeks of the reference year.

## «Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services

par Don Little et Renée Béland<sup>1</sup>  
Division des services  
Statistique Canada  
Téléphone : (613) 951-6739  
Télécopieur : (613) 951-6696  
Courrier électronique: littdon@statcan.ca

### Introduction

Les dépenses de consommation des ménages deviennent de plus en plus un élément moteur de la croissance économique, non seulement pour un grand nombre de branches en particulier, mais aussi pour l'ensemble de l'économie. En 1986, les dépenses personnelles représentaient 56,6 % du produit intérieur brut nominal du Canada, tandis qu'en 1996, cette proportion était passée à 58,3 % du produit intérieur brut (PIB)<sup>2</sup>. Les habitudes de dépense de l'ensemble des consommateurs sont influencées par différents facteurs. Les goûts des consommateurs se modifient avec le temps, à mesure que de nouveaux produits et services apparaissent et que d'autres se démodent. De plus, les changements dans les caractéristiques démographiques, économiques et sociales des consommateurs peuvent avoir un effet sur leurs décisions, tout comme les changements dans les prix relatifs, l'utilité et le degré de qualité des différents biens et services.

Basé sur les données de l'Enquête sur les dépenses des familles (EDFAM) de 1986 et de 1996<sup>3</sup>, le présent article examine les grands changements survenus au cours de cette décennie dans la répartition des dépenses de consommation des ménages. On y examine tout d'abord les changements dans la consommation

<sup>1</sup> Les auteurs désirent remercier Ulysses Nevraumont, Gord Baldwin et les autres réviseurs pour leurs commentaires.

<sup>2</sup> En 1996, le reste du PIB comprenait les dépenses des administrations publiques (20,6 %), l'investissement (17,2 %) et l'excédent commercial du Canada (3,8 %). Examinées séparément, les exportations constituaient 39,1 % du PIB, tandis que les importations équivalaient à 35,3 %. Source : *L'observateur économique canadien*, 1998, tableau 1.

<sup>3</sup> Bien que les données de l'EDFAM de 1992 soient disponibles, on a choisi 1996 comme année de référence, car les changements dans les habitudes de consommation sont plus apparents si on examine une période de dix ans. De plus, 1986 et 1996 tombaient dans une phase d'expansion du cycle économique, tandis qu'en 1992, l'économie était en récession. En outre, cet article est basé sur les données de l'EDFAM portant sur les ménages pour une année entière — les ménages dont un membre au moins était le même pendant les 52 semaines de l'année de référence.

services commodities vis-à-vis their consumption of goods. The focus then turns to household consumption of specific commodities supplied by some individual services industries. The article also looks at the potential effects that changes in household consumption preferences have had on output and employment in these services industries. Also offered are insights into why household spending on specific services commodities changed from 1986 to 1996.

To facilitate comparisons, unless otherwise indicated all figures are presented in constant 1996 dollars, following adjustments based on historical movements in the all-items consumer price index (CPI). Moreover, the analysis frequently presents 1986-96 *real* growth rates for various indicators. Since all dollar amounts are converted into constant 1996 dollars, real after-inflation growth rates can be calculated from them.

### On average, households are increasingly allocating their spending towards services

In 1996, the consumption of goods and services by Canadian households totalled \$338.2 billion, a real increase of 16% from 1986. During that 10-year period, there was a sizeable shift towards spending on services. While household consumption of goods rose by 6%, the consumption of services soared by 33% (Table 1).

de services par rapport à la consommation de biens. L'attention se porte ensuite sur la consommation de services fournis par des branches de services particulières. On examine aussi les effets possibles des changements dans les préférences de consommation des ménages sur la production et l'emploi dans ces branches de services. On propose enfin certaines raisons expliquant pourquoi les dépenses pour des services particuliers ont changé entre 1986 et 1996.

Pour faciliter les comparaisons, à moins d'indication contraire, tous les chiffres sont présentés en dollars constants de 1996, suivant les ajustements basés sur les variations historiques de l'indice d'ensemble des prix à la consommation (IPC). De plus, l'analyse présente les taux de croissance réelle de 1986 à 1996 pour divers indicateurs. Comme tous les montants sont convertis en dollars constants de 1996, on peut sur cette base calculer les taux de croissance réelle après inflation.

### En moyenne, les dépenses des ménages sont de plus en plus affectées à la consommation de services

En 1996, la consommation de biens et services par les ménages canadiens s'élevait à 338,2 milliards de dollars, soit une augmentation réelle de 16 % depuis 1986. Au cours de cette période de dix ans, il y a eu un déplacement important des dépenses vers les services. Alors que la consommation de biens par les ménages augmentait de 6 %, la consommation de services grimpeait de 33 % (tableau 1).

**Table 1. Household expenditures are rising more rapidly for services than for goods\***

	Services	Goods — Biens	Total	
1986 total consumption (\$ billions)	\$104.5	\$187.9	\$292.4	1986 : consommation totale (milliards \$)
<u>1996 total consumption (\$ billions)</u>	<u>\$138.8</u>	<u>\$199.4</u>	<u>\$338.2</u>	<u>1996 : consommation totale (milliards \$)</u>
1986-96 real growth rate	32.8%	6.1%	15.7%	1986-1996 : taux de croissance réelle
1986 consumption per household	\$11,809	\$21,233	\$33,042	1986 : consommation par ménage
<u>1996 consumption per household</u>	<u>\$12,735</u>	<u>\$18,292</u>	<u>\$31,027</u>	<u>1996 : consommation par ménage</u>
1986-96 real growth rate	7.8%	-13.9%	-6.1%	1986-1996 : taux de croissance réelle
1986 allocation of household spending	35.7%	64.3%	100.0%	1986 : affectation des dépenses des ménages
1996 allocation of household spending	41.0%	59.0%	100.0%	1996 : affectation des dépenses des ménages

\* All dollar amounts are expressed in 1996 constant dollars. — Tous les montants sont représentés en dollars constants de 1996.

Part of this differential may have been due to relatively higher price inflation for services commodities. From 1986 to 1996, services prices rose 6% faster than the all-items CPI, while goods prices rose 5% *less* rapidly than the CPI.<sup>4</sup>

Although overall consumption growth was robust during the 1986-96 period, this was due to population growth rather than increased consumption by the average *individual* household. The 16% rise in overall consumption closely resembled the 14% increase in Canada's population.<sup>5</sup> This population growth, along with socio-economic changes, sharply increased the number of households. From 1986 to 1996, the estimated number of households in Canada rose from 8.8 million to 10.9 million, an increase of 23%.<sup>6</sup>

With the number of households rising more rapidly than overall household consumption, per-household spending has declined. In real terms, average per-household consumption fell 6.1% since 1986 to \$31,027 in 1996.<sup>7</sup>

Over the past decade household preferences, on average, shifted away from goods commodities in favour of more services. While the average per-household consumption of goods dropped by 13.9% in the period, spending on services rose by 7.8%. Because average per-household spending on goods has declined while rising for services, households are allocating larger *proportions* of their spending towards services than they used to. On average, households directed 41.0 % of their 1996 spending towards the consumption of services commodities, up from 35.7% in 1986.

Services related to living accommodations comprise particularly large portions of overall household consumption. In 1996, households on average allocated 7.4% of their consumption towards paying rent, and another 5.5% to paying interest on home mortgages. Other services commodities taking large proportions of the average budget included restaurant food services (4.7%) and telephone

Une partie de cet écart peut être attribuable à un taux d'inflation relativement plus élevé pour les services. De 1986 à 1996, les prix des services ont augmenté à un rythme de 6 % supérieur à l'indice d'ensemble des prix à la consommation, tandis que les prix des biens ont augmenté à un rythme de 5 % *inférieur* à l'IPC<sup>4</sup>.

Bien qu'on ait constaté une croissance vigoureuse de la consommation globale au cours de la période de 1986 à 1996, cette croissance était due à la croissance de la population plutôt qu'à une augmentation de la consommation par le ménage moyen. L'augmentation de 16 % de la consommation totale est très semblable à l'augmentation de 14 % de la population du Canada<sup>5</sup>. Cette croissance de la population, associée aux changements socio-économiques, a eu pour effet d'augmenter de façon marquée le nombre de ménages. De 1986 à 1996, le nombre estimé de ménages au Canada est passé de 8,8 millions à 10,9 millions, soit une augmentation de 23%<sup>6</sup>.

Le nombre de ménages ayant augmenté plus rapidement que la consommation globale des ménages, les dépenses par ménage ont diminué. En dollars constants, la consommation moyenne par ménage a diminué de 6,1 % depuis 1986, ce qui représente une somme de 31 027 \$ en 1996<sup>7</sup>.

Au cours de cette décennie, les préférences des ménages ont évolué, en moyenne, vers une consommation plus importante de services au détriment des biens. Ainsi, la consommation moyenne de biens par ménage a diminué de 13,9 % pendant cette période, tandis les dépenses en services ont augmenté de 7,8%. Comme la consommation moyenne de biens par ménage a diminué et que celle des services a augmenté, les ménages affectent une plus grande *proportion* de leurs dépenses aux services qu'ils ne le faisaient auparavant. En 1996, les ménages affectaient en moyenne 41,0 % de leurs dépenses à la consommation de services, tandis qu'en 1986, cette proportion était de 35,7 %.

Les services liés au logement constituent une part particulièrement importante de la consommation totale des ménages. En 1996, le paiement du loyer représentait 7,4 % de la consommation moyenne des ménages et l'intérêt sur l'hypothèque de la maison représentait 5,5 %. D'autres services qui représentent une forte proportion du budget moyen sont les services de restauration (4,7 %) et les services téléphoniques (2,3 %). Les changements

<sup>4</sup> All of the CPI growth rates employed in this article for various commodities are taken from Statistics Canada's CANSIM matrix 9957.

<sup>5</sup> Canada's population rose from 26,204,000 in 1986 to 29,969,000 in 1996. Source: *Canadian Economic Observer* (1998), Table 6.

<sup>6</sup> In the 1996 FAMEX survey, the concept of "households" was used. In 1986, however, "spending units" were surveyed. Comparisons between 1986 and 1996 results are nevertheless possible because the difference between the two concepts is very slight.

<sup>7</sup> In 1996, on average, households spent \$18,292 on goods and \$12,735 on services.

<sup>4</sup> Tous les taux de croissance de l'IPC employés dans cet article pour divers biens et services sont tirés de la matrice CANSIM 9957 de Statistique Canada.

<sup>5</sup> La population du Canada est passée de 26 204 000 en 1986 à 29 969 000 en 1996. Source : *L'observateur économique canadien*, 1998, tableau 6.

<sup>6</sup> Dans l'EDF de 1996, on utilisait le concept de «ménage». En 1986, cependant, on utilisait le concept d'«unité de dépense». Les comparaisons entre les résultats de 1986 et de 1996 sont néanmoins possibles, car la différence entre les deux concepts est très minime.

<sup>7</sup> En 1996, les ménages dépensaient en moyenne 18 292 \$ en biens et 12 735 \$ en services.

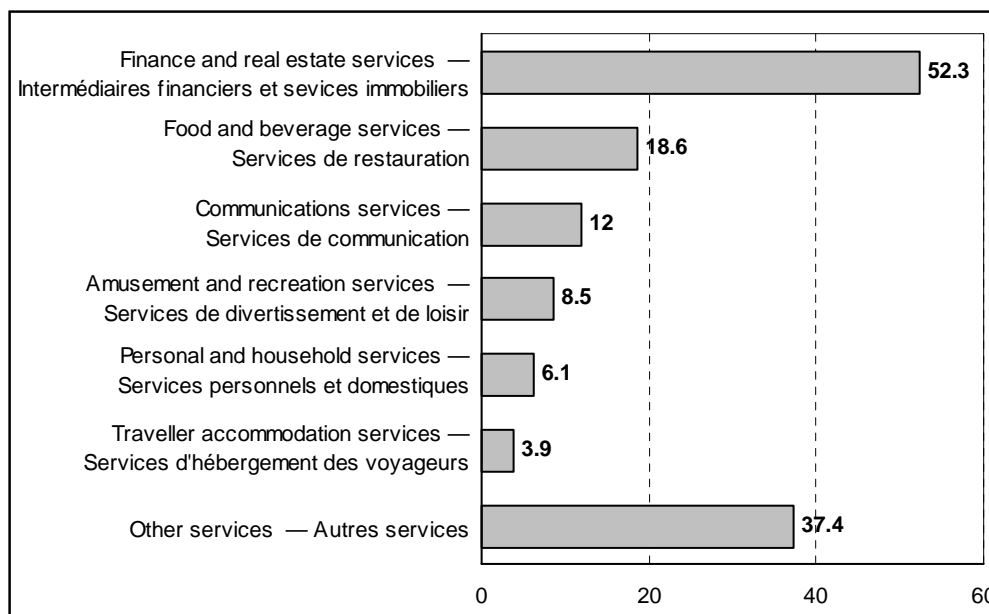
services (2.3%). Shifts in the consumption of these commodities, and others, are examined in more detail in the following sections.

### Changes in household consumption patterns for various services commodities

The remainder of this article looks at several things. First, it examines real 1986-96 growth rates of *aggregate* consumer demand for various services commodities, and briefly looks at whether these changes in overall consumption may have affected the industries providing these services. The focus here is on commodities supplied by the following six services industries: communications services (SIC 48); finance and real estate services (SICs 70, 75 and 76); food and beverage services (SIC 92); traveller accommodation services (SIC 91); amusement and recreation services (SIC 96); and personal and household services (SIC 97).

Of these six industries, household spending is highest on finance and real estate commodities. As well, the food and beverage and communications industries also benefit from sizeable consumption by households (Chart 1).<sup>8</sup>

**Chart 1. Total 1996 household expenditures on various services (billions of dollars)**



<sup>8</sup> The "other services" category encompasses items such as dental and medical services, transportation, education and child care services. These services will not be analyzed in more detail in this article.

dans la consommation de ces services et de certains autres sont examinés plus en détail dans les parties qui suivent.

### Changements dans les habitudes de consommation des ménages pour divers services

La suite de cet article porte sur plusieurs points. D'abord, on y examine le taux de croissance réelle entre 1986 et 1996 de la demande globale des consommateurs pour divers services et on se demande si ces changements dans la consommation globale ont eu un effet sur les branches qui fournissent ces services. On s'attache ici tout particulièrement à certains services fournis par les branches de services suivantes : communications (CTI 48); intermédiaires financiers et services immobiliers (CTI 70, 75 et 76); restauration (CTI 92); hébergement des voyageurs (CTI 91); divertissements et loisirs (CTI 96); et services personnels et domestiques (CTI 97).

Parmi ces six branches, les dépenses les plus élevées des ménages portent sur la branche des intermédiaires financiers et services immobiliers. Les branches de la restauration et des communications tiennent également un part considérable dans la consommation des ménages (graphique 1)<sup>8</sup>.

**Graphique 1. Total des dépenses des ménages pour divers services – 1996 (milliards de dollars)**

<sup>8</sup> La catégorie «autres services» comprend des services tels que les soins dentaires et médicaux, le transport, l'éducation et les services de garde d'enfants. Ces services ne seront pas analysés plus en détail dans cet article.



For these same six industries, the analysis also examines the *average expenditures per household* allocated to the commodities that the six industries supply; these figures are useful because they demonstrate the extent to which households' consumption preferences have shifted over the past decade. As well, some possible explanations are offered regarding why these spending shifts occurred.

## Finance and real estate services

In 1996, household consumption of finance and real estate services totalled \$52.3 billion. More specifically, households spent \$25.0 billion on rent for their living accommodations, \$18.7 billion paying interest on their home mortgages, and another \$4.7 billion paying interest on personal loans.

In real terms, total household spending on finance and real estate services in 1996 was 34% higher than in 1986. This probably contributed to expansion in the finance and real estate services industry, where output rose by 23% from 1986 to 1996, and the industry's workforce grew by 16%. Part of the 34% growth in total spending on these services was sparked by the aforementioned 23% increase in the number of households from 1986 to 1996. Yet after standardizing for household growth, the *average* household spent \$4,799 on finance and real estate services, up 9% from 1986.

Rent payments comprised \$2,295 of this amount,<sup>9</sup> virtually unchanged in real terms from 1986 (Chart 2). One reason that rent payments failed to rise significantly is that households were less likely to be renting in 1996. The proportion of households paying rent for their living accommodations declined from 42% to 37% according to FAMEX survey results. As well, those households that were renting in 1996 paid less rent in real terms than they would have in 1986, as the price index for rented accommodations rose 1.6% less rapidly than the all-items CPI during that period.

On average, mortgage interest expenses cost households \$1,716, up 18% in real terms from 1986. This increase occurred despite a drop in interest rates for mortgages, as the conventional five-year mortgage rate fell from 11.2% in 1986 to 7.9% in 1996.<sup>10</sup> Regardless of the fall in interest rates, average per-household mortgage costs are higher now because, compared to the 1980s, more homes are

<sup>9</sup> This figure represents the average rent for all households, including those that did not live in rented accommodations. As such, it is lower than it would be if it were calculated for renters only.

<sup>10</sup> Moreover, in 1986 some households were carrying mortgages set in the early 1980s when interest rates were much higher than they would be in the early 1990s.

L'analyse portera également sur les *dépenses moyennes par ménage* pour les services fournis par ces six branches. Ces chiffres sont utiles, car ils démontrent dans quelle mesure les préférences des ménages se sont modifiées au cours de ces dix années. De plus, certaines explications sont proposées concernant les raisons de ces changements dans les dépenses.

## Intermédiaires financiers et services immobiliers

En 1996, les dépenses des ménages pour ces deux services s'élevaient à 52,3 milliards de dollars. Plus précisément, les ménages dépensaient 25 milliards en loyer pour leur logement, 18,7 milliards en intérêt sur l'hypothèque de leur maison et 4,7 milliards en intérêt sur des prêts personnels.

En dollars constants, les dépenses totales des ménages pour les intermédiaires financiers et les services immobiliers en 1996 était de 34 % plus élevées qu'en 1986. Cette augmentation a probablement contribué à l'expansion de cette branche, où la production a augmenté de 23 % et la main-d'œuvre, de 16 % de 1986 à 1996. Une part de cette augmentation de 34 % des dépenses totales pour ces services est attribuable à l'augmentation susmentionnée de 23 % du nombre de ménages entre 1986 et 1996. Cependant, après normalisation pour l'augmentation des ménages, le ménage *moyen* dépensait 4 799 \$ pour les intermédiaires financiers et les services immobiliers, soit une augmentation de 9 % par rapport à 1986.

Les loyers représentaient 2 295 \$ de cette somme<sup>9</sup>, et ils n'ont pratiquement pas changé en dollars constants depuis 1986 (graphique 2). L'une des raisons pour lesquelles les sommes payées en loyer n'ont pas augmenté beaucoup est que les ménages étaient moins susceptibles d'être locataires en 1996. Selon les résultats de l'EDFAM, la proportion de ménages payant un loyer est passée de 42 % à 37 %. De plus, les ménages qui étaient locataires en 1996 payaient un loyer moins élevé en dollars constants qu'il ne l'aurait été en 1986, car l'indice des prix des logements loués a augmenté à un rythme de 1,6 % inférieur à celui de l'IPC d'ensemble pendant cette période.

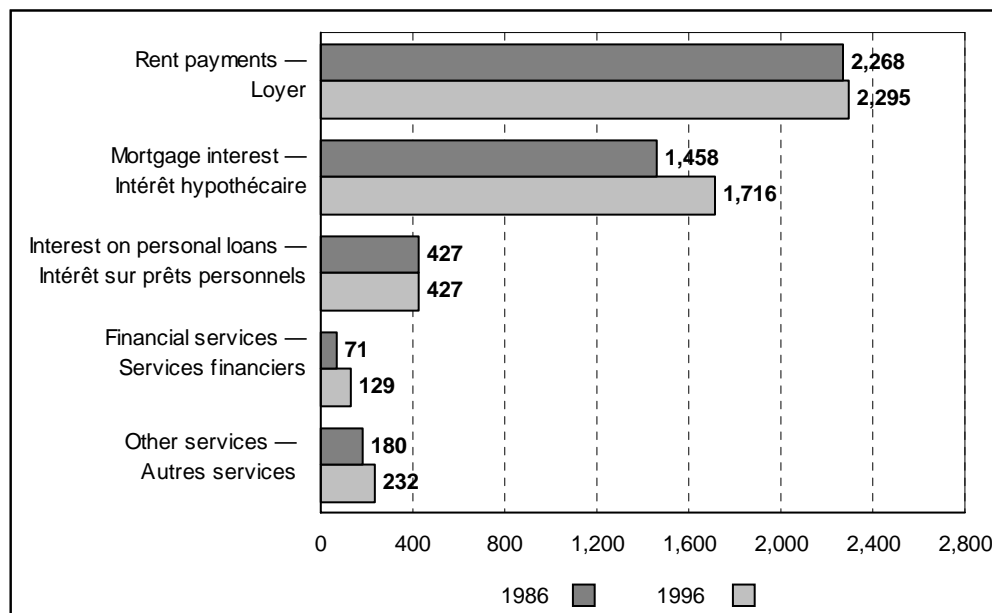
Les dépenses moyennes des ménages en intérêts hypothécaires étaient de 1 716 \$, ce qui représente une augmentation de 18 % en dollars constants par rapport à 1986. Cette augmentation s'est produite malgré une baisse des taux d'intérêt hypothécaire, car le taux d'intérêt habituel de 5 ans est passé de 11,2 % en 1986 à 7,9 % en 1996<sup>10</sup>. Malgré la baisse des taux d'intérêt, les coûts moyens de l'hypothèque par ménage sont plus élevés maintenant,

<sup>9</sup> Ce chiffre représente le loyer moyen pour tous les ménages, y compris pour ceux qui n'habitent pas des logements loués. Il est donc inférieur à ce qu'il serait s'il était calculé uniquement pour les locataires.

<sup>10</sup> De plus, en 1986, certains ménages payaient une hypothèque dont le taux avait été fixé au début des années 80, alors que les taux étaient beaucoup plus élevés qu'au début des années 90.

**Chart 2. Average per-household expenditures on finance and real estate services (in constant 1996 dollars)**

**Graphique 2. Dépenses moyennes des ménages pour les intermédiaires financiers et les services immobiliers (en dollars constants de 1996)**



being purchased. For example, in 1996 the number of residential properties sold was 28% higher than in 1986. As a result, a higher proportion of households now carries a mortgage: 33% in 1996 versus 31% in 1986. For mortgage loans, the number of loans approved averaged 460,000 per year from 1980 to 1986. In contrast, the annual average for the 1990-96 period was 840,000, an 83% increase over the 1980-86 average. Also boosting mortgage interest expenses were higher real estate prices for residential properties. The average selling price for residential properties increased 62% from 1986 to 1996,<sup>11</sup> far more rapidly than the all-items CPI which rose 36% in the same period.

Of all the various finance and real estate services, the most rapid consumption growth occurred for financial services.<sup>12</sup> From 1986 to 1996, average per-household spending on financial services nearly doubled in real terms. Changes to the Bank Act in 1987 and 1992 gave households newfound access to mutual funds through their banks and

car les ménages achètent plus de maisons que dans les années 80. En 1996, par exemple, le nombre de maisons vendues était de 28 % plus élevé qu'en 1986. Par conséquent, une proportion plus élevée de ménages paient une hypothèque : 33 % en 1996 contre 31 % en 1986. En ce qui concerne les prêts hypothécaires, le nombre de prêts approuvés s'établissait en moyenne à 460 000 par année entre 1980 et 1986. Par contre, la moyenne annuelle entre 1990 et 1996 était de 840 000, ce qui représente une augmentation de 83 % par rapport à la moyenne de 1980-1986. Ce qui fait aussi monter les dépenses en intérêts hypothécaires, c'est que les prix des propriétés résidentielles sont plus élevés. Le prix moyen de vente des résidences a augmenté de 62 % entre 1986 et 1996<sup>11</sup>, augmentation beaucoup plus rapide que pour l'IPC d'ensemble, qui a augmenté de 36 % pendant la même période.

Parmi les intermédiaires financiers et les services immobiliers, ce sont les intermédiaires financiers qui ont connu la croissance de consommation la plus rapide<sup>12</sup>. De 1986 à 1996, les dépenses moyennes par ménage en intermédiaires financiers ont presque doublé en dollars constants. Les modifications à la *Loi sur les banques* en 1987 et en 1992 ont permis aux ménages d'avoir

<sup>11</sup> From 1986 to 1996, the average selling price for residential properties rose from \$93,105 to \$150,833, while the number of residences sold rose from 251,961 to 321,904. Source: The Canadian Real Estate Association.

<sup>12</sup> Spending on financial services generally comprises fees, and excludes the value of actual investments.

<sup>11</sup> De 1986 à 1996, le prix moyen de vente des habitations résidentielles est passé de 93 105 \$ à 150 833 \$, tandis que le nombre de résidences vendues est passé de 251 961 à 321 904. Source : L'Association canadienne de l'immeuble.

<sup>12</sup> Les dépenses au titre des services financiers comprennent généralement les frais pour ces services et excluent la valeur de l'investissement.

insurance companies, as financial reforms reduced many of the barriers separating the activities of banks, insurance companies, trust companies and investment dealers. With banks and insurance companies now offering mutual funds, households have more convenient access to a wider selection of investment vehicles. As well, household demand for mutual funds and other investment vehicles has concurrently risen as baby-boomers, in particular, increasingly plan ahead for their retirements. FAMEX data indicate that the percentage of households investing in Registered Retirement Savings Plans rose from 26% in 1986 to 39% in 1996. Meanwhile, the proportion of households that purchased financial services rose from 56% to 64% over the same period.

For some transactions, households pay commissions to financial service providers, either as fixed amounts or as a percentage of the value of the trade brokered by an investment dealer. With the value of shares traded on the Montreal and Toronto stock exchanges soaring (in nominal terms) from \$80 billion to \$352 billion in the 1986-96 period,<sup>13</sup> higher spending on commissions likely prompted some of the increase in the average per-household spending on financial services.

### Food and beverage services

Overall household consumption of food and beverage services amounted to \$18.6 billion in 1996, up 7% in real terms over 1986 levels. Within this category, households spent \$16.5 billion on food from restaurants and another \$2.1 billion purchasing alcoholic beverages served in licensed premises.

The 7% increase in household spending on food and beverage services from 1986 to 1996 was lacklustre given that Canada's population rose by 14% during that period. This contributed to relatively slow growth for the food and beverage services industry from 1986 to 1996. The GDP for this industry rose in real terms by only 4% over the entire 10-year period, far below the 12% growth rate recorded for the entire economy. Although the industry's employment levels rose by one-third during the period, nearly half of the industry's additional jobs were part-time.<sup>14</sup>

accès aux fonds communs de placement par l'intermédiaire de leurs banques et de leurs compagnies d'assurance, et les réformes financières ont réduit bien des barrières séparant les activités des banques, des compagnies d'assurance, des compagnies de fiducie et des courtiers en valeurs mobilières. Comme les banques et les compagnies d'assurance offrent maintenant des fonds communs de placement, les ménages ont plus facilement accès à un choix plus large de moyens d'investissement. De plus, la demande des ménages pour les fonds communs de placement et autres formes d'investissement a augmenté parallèlement, car la génération du baby-boom en particulier planifie de plus en plus en vue de la retraite. Les données de l'EDFAM indiquent que le pourcentage de ménages investissant dans des régimes enregistrés d'épargne retraite est passé de 26 % en 1986 à 39 % en 1996. Pendant la même période, la proportion de ménages ayant acheté des services financiers est passée de 56 % à 64 %.

Pour certaines transactions, les ménages paient une commission aux fournisseurs de services financiers, sous forme de somme fixe ou de pourcentage de la valeur du marché réalisé par le courtier. Comme la valeur des actions (valeur nominale) échangées à la bourse de Montréal et de Toronto est passée de 80 milliards de dollars à 352 milliards de dollars entre 1986 et 1996<sup>13</sup>, les dépenses plus élevées en commissions ont probablement contribué à une partie de la hausse des dépenses moyennes par ménage en intermédiaires financiers.

### Services de restauration

La consommation totale des ménages en services de restauration s'élevait à 18,6 milliards de dollars en 1996, ce qui représente une augmentation de 7 % en dollars constants par rapport à 1986. Dans cette catégorie, les ménages ont dépensé 16,5 milliards de dollars en repas dans les restaurants et 2,1 milliards de dollars en consommations dans les débits de boisson.

L'augmentation de 7 % des dépenses des ménages en services de restauration de 1986 à 1996 est plutôt maigre, car la population du Canada a augmenté de 14 % pendant cette période. Ceci a contribué à une croissance relativement lente des branches de la restauration de 1986 à 1996. Leur PIB en dollars constants a augmenté de seulement 4 % au cours de toute cette période de dix ans, ce qui est bien inférieur au taux de croissance de 12 % enregistré pour l'ensemble de l'économie. Bien que l'emploi dans ces branches ait augmenté d'un tiers, près de la moitié des emplois additionnels étaient à temps partiel<sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Source: *Canadian Economic Observer* (1998), Table 33.

<sup>13</sup> Source : *L'Observateur économique canadien*, 1998, tableau 33.

<sup>14</sup> From 1986 to 1996, the food and beverage services industry added 711,700 jobs, of which 317,500 were part-time. Source: *Labour Force survey special tabulation*.

<sup>14</sup> De 1986 à 1996, les industries de la restauration ont créé 711 700 emplois, dont 317 500 étaient des emplois à temps partiel. Source : totalisation spéciale de *l'Enquête sur la population active*.

Food services accounted for \$1,513 of average per-household spending, down 10% from 1986 levels (Chart 3). Because of price changes, people may have reduced their restaurant visits, opting instead to purchase groceries for meals at home. While the prices of food in restaurants grew 6.4% more rapidly than the all-items CPI from 1986 to 1996, the prices of food sold in (typically, grocery) stores rose 10% less rapidly than the all-items CPI.

As well, one of the appealing features of restaurants is that they offer convenience, by preparing meals for their customers. However, over the past decade grocery stores have increasingly offered pre-prepared food items, many of which can be heated quickly in microwave ovens. As a result, some of the households that frequent restaurants for reasons of convenience may be reducing their restaurant visits, opting instead to purchase ready-to-eat food from their grocery stores. Compared to 10 years earlier, more households in 1996 were able to readily cook such products: in 1996, 85% of households owned microwave ovens, up sharply from 34% in 1986.<sup>15</sup>

Over the same 1986-96 period, average per-household spending on alcoholic beverages served in licensed premises plummeted by one-third, largely due to reduced

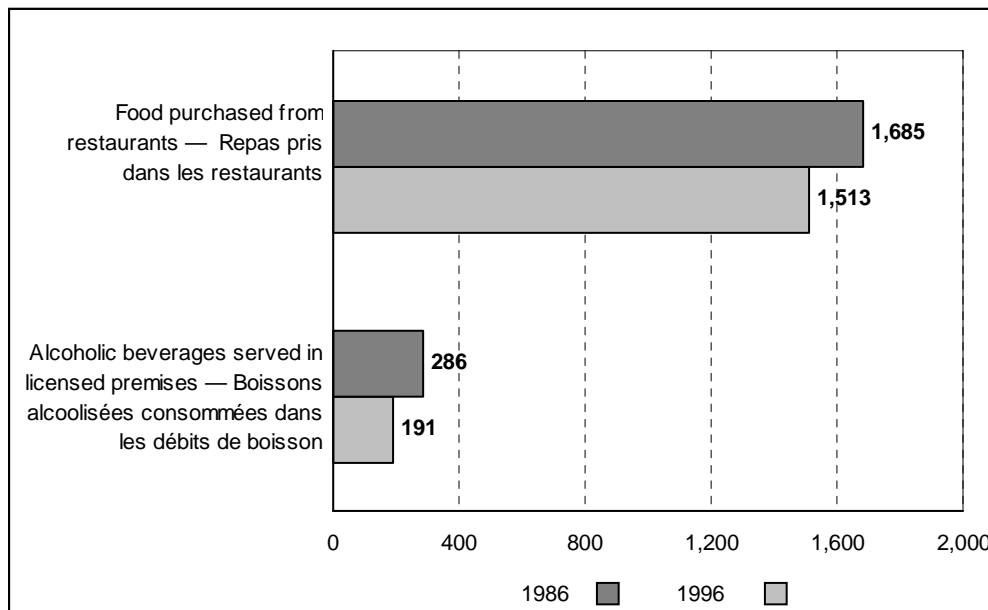
En 1996, les dépenses moyennes par ménage pour les services de restauration étaient de 1 513 \$, ce qui représente une baisse de 10 % par rapport à 1986 (graphique 3). En raison de la hausse des prix, les gens peuvent avoir réduit le nombre de repas au restaurant et choisi d'acheter la nourriture pour manger à la maison. En effet, de 1986 à 1996, les prix des repas au restaurant ont augmenté à un rythme de 6,4 % supérieur à celui de l'IPC d'ensemble, tandis que les prix des aliments vendus dans les épicerie ont augmenté à un rythme de 10 % inférieur à celui de l'IPC d'ensemble.

De plus, un des attraits des restaurants, c'est qu'ils préparent les repas pour leurs clients. Cependant, les épicerie offrent de plus en plus de plats pré-cuisinés à leur clientèle, dont un grand nombre qui peuvent se réchauffer rapidement au four à micro-ondes. Par conséquent, certains des ménages qui fréquentaient les restaurants pour des raisons de commodité peuvent réduire leurs repas au restaurant et opter plutôt pour l'achat de repas prêts à servir à l'épicerie. Par rapport à il y a dix ans, plus de ménages peuvent facilement faire cuire ces produits. En 1996, 85 % des ménages avaient un four à micro-ondes, tandis que cette proportion n'était que de 34 % en 1986<sup>15</sup>.

Pour la même période, les dépenses moyennes par ménage pour les boissons alcoolisées servies dans les débits de boisson ont chuté d'un tiers, en grande partie à cause de la réduction des

**Chart 3. Average per-household expenditures on food and beverage services (in constant 1996 dollars)**

**Graphique 3. Dépenses moyennes des ménages pour les services de restauration (en dollars constants de 1996)**



<sup>15</sup> Results were obtained from the *Household Facilities and Equipment* surveys of 1986 and 1996.

<sup>15</sup> Données provenant de l'*Enquête sur l'équipement ménager* de 1986 et de 1996.

spending on wine and liquor. There are several possible explanations for the overall reduction in spending on alcohol served in licensed premises. One might be stronger legislation and educational campaigns aimed at deterring people from drinking and driving. The rate at which households reduced their spending on alcoholic beverages served in licensed premises is comparable to the 39% drop in the number of people accused of impaired driving from 1986 to 1996,<sup>16</sup> which may be more than a coincidence. Another potential factor could be the growing popularity of home brewing and "brew your own" retail establishments. As well, there is the aging of Canada's population, which, in general, frequents bars, taverns and nightclubs less often than it used to. In 1996, 49% of all households reported that, in that year, a household member had purchased an alcoholic beverage served in licensed premises — this was down from 58% in 1986. Interestingly, prices for served alcoholic beverages rose 11% more rapidly than the all-items CPI from 1986 to 1996. This boost in prices may have further dampened spending on drinks in restaurants, bars, taverns and nightclubs.

## Communications services

Household spending on communications services totalled \$12.0 billion in 1996. Of the various communications services, consumer demand from households was highest for telephone services (\$7.7 billion) and cablevision services (\$2.8 billion).

Total household consumption of communications services was, in real terms, 72% higher in 1996 than in 1986. This increase contributed to the communications sector's rapid output expansion. The GDP of the communications industry rose in real terms by 62% during the 1986-96 period, while the sector's workforce grew 10%.

On average, households spent \$1,099 on communications services in 1996, up 40% in real terms from 1986 levels. Several factors contributed to this sharp growth. Among them, average per-household expenditures on telephone services rose 19% from 1986 to reach \$707 in 1996 (Chart 4). This increase was due to high demand for a number of new telephone services, such as: automated answering services, call screen services, call forwarding services, touch-tone access, call waiting and call display

<sup>16</sup> The number of people accused of impaired driving fell from 129,000 in 1986 to 79,000 in 1996. Source: Tremblay (1997), Table 1.

dépenses en vin et en spiritueux. Il y a plusieurs explications possibles à la réduction totale des dépenses en alcool dans les débits de boisson. Elle peut être due au fait que la loi est plus sévère et aux campagnes de sensibilisation destinées à dissuader les gens de boire et de prendre le volant. Le taux de réduction des dépenses des ménages en boissons alcoolisées servies dans les débits de boisson est très semblable à la baisse de 39 % du nombre de personnes accusées de conduite avec facultés affaiblies de 1986 à 1996<sup>16</sup>, ce qui n'est sans doute pas une coïncidence. Un autre facteur possible pourrait être la popularité croissante des boissons alcoolisées de fabrication domestique et des établissements de détail qui vendent des nécessaires de fabrication. Il y a aussi le fait que la population vieillit et qu'elle fréquente moins les bars, les tavernes et les boîtes de nuit qu'elle ne le faisait. En 1986, 58 % des ménages ont déclaré qu'un de leurs membres avait pris une consommation dans un débit de boisson, tandis que cette proportion est passée à 49 % en 1996. Il est intéressant de noter que de 1986 à 1996, les prix des boissons alcoolisées servies dans ces établissements ont augmenté à un rythme de 11 % supérieur à celui de l'IPC d'ensemble. Cette hausse des prix peut avoir réduit encore davantage les dépenses en boissons alcoolisées dans les restaurants, les bars, les tavernes et les boîtes de nuit.

## Services de communication

Les dépenses des ménages pour les services de communication s'élevaient à 12 milliards de dollars en 1996. C'est pour les services téléphoniques (7,7 milliards \$) et les services de câblodistribution (2,8 milliards \$) que la demande des ménages était la plus forte.

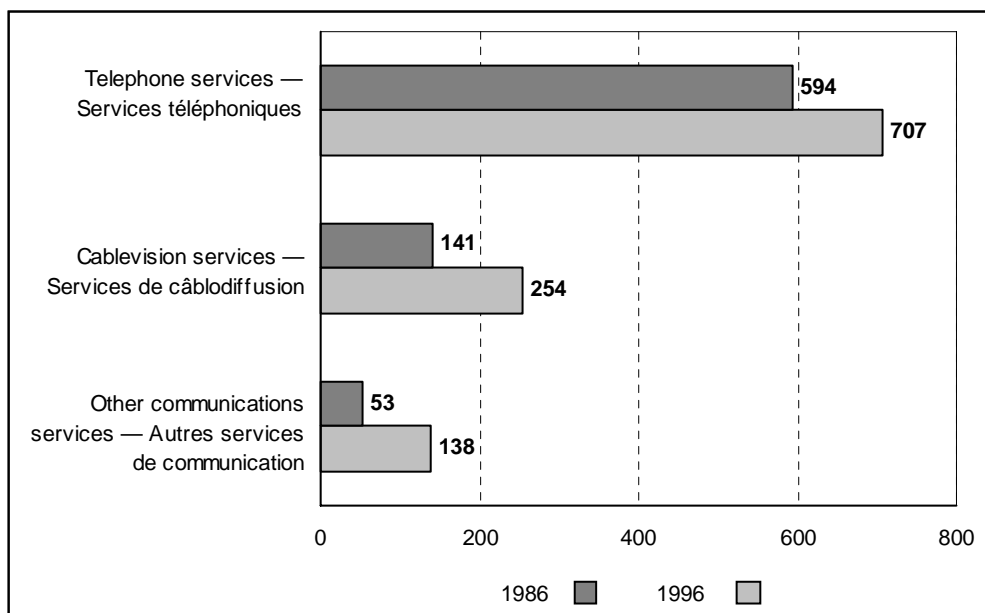
La consommation totale des ménages en services de communication était de 72 % plus élevée en 1996 qu'en 1986 en dollars constants. Cette augmentation a contribué à l'expansion rapide de la production dans le secteur des communications. Le PIB des branches des communications a augmenté en dollars constants de 62 % au cours de cette période, et la main-d'œuvre dans ce secteur a augmenté de 10 %.

En moyenne, les ménages ont dépensé 1 099 \$ en services de communication en 1996, ce qui représente une augmentation de 40 % en dollars constants par rapport à 1986. Plusieurs facteurs ont contribué à cette forte hausse. Entre autres, les dépenses moyennes par ménage pour les services téléphoniques ont augmenté de 19 % pour atteindre 707 \$ en 1996 (graphique 4). Cette augmentation est due à la demande élevée pour un certain nombre de nouveaux services : service de réponse automatique, de filtrage d'appels, de renvoi d'appels, service Touch-Tone, appel

<sup>16</sup> Le nombre de personnes accusées de conduite avec facultés affaiblies est passé de 129 000 en 1986 à 79 000 en 1996. Source : Tremblay, 1997, tableau 1.

**Chart 4. Average per-household expenditures on communications services (in constant 1996 dollars)**

**Graphique 4. Dépenses moyennes des ménages pour les services de communication (en dollars constants de 1996)**



services. In addition, basic telephone service charges rise whenever households opt to have more than one telephone line, and this is an option that more households are choosing.<sup>17</sup>

Another reason for soaring expenditures on communications services is that, in 1996, the average per-household expenditure of \$254 on cablevision services was nearly twice as high in real terms as in 1986. This was due to the strong demand for, and availability of, an array of additional cable, specialty and pay-TV television channels. FAMEX survey results indicate that 68% of Canada's households paid to rent cablevision services in 1996, up from 57% in 1986.<sup>18</sup> Households also own more televisions than they used to,<sup>19</sup> likely further driving up the demand for cable services. As well, price increases have pushed cable expenditures upwards, with cable television prices rising 23% more rapidly than the all-items CPI from 1986 to 1996.

en attente et afficheur. De plus, les frais de base augmentent quand les ménages décident d'avoir plus d'une ligne téléphonique, et le nombre de ménages qui font ce choix augmente<sup>17</sup>.

Une autre raison de la montée en flèche des dépenses en services de communication est qu'en 1996, les dépenses moyennes par ménage (254 \$) pour les services de câblodistribution étaient presque deux fois plus élevées en dollars constants qu'en 1986. Ceci est dû à la forte demande et à l'offre d'une série de chaînes additionnelles, spécialisées et payantes. Les résultats de l'EDFAM indiquent que 68 % des ménages canadiens payaient pour louer des services de câblodistribution en 1996, tandis que cette proportion était de 57 % en 1986<sup>18</sup>. Il y a aussi le fait que les ménages possèdent plus de téléviseurs<sup>19</sup>, ce qui fait probablement grimper la demande de services de câblodistribution. De plus, la hausse des prix a également fait monter les dépenses, car les prix des services de câblodistribution ont augmenté à un rythme de 23 % supérieur à celui de l'IPC d'ensemble entre 1986 et 1996.

<sup>17</sup> According to Statistics Canada's *Telephone Statistics* survey, the number of residential telephone lines increased by 25% from 1986 to 1996 (from 9.7 million to 12.2 million), at a time when the number of households rose by 23%. Sources: Statistics Canada, Cat. Nos. 56-203 and 56-203-XPB (Text Table II for 1986 data; Table 9a for 1996 figures).

<sup>18</sup> These figures exclude households that received cable services, but whose cable charges were included in their rent.

<sup>19</sup> Results from the *Household Facilities and Equipment* surveys indicate that 52% of households owned two or more colour televisions in 1996, up from 24% in 1986.

<sup>17</sup> Selon l'*Enquête sur la statistique du téléphone* de Statistique Canada, le nombre de lignes téléphoniques résidentielles a augmenté de 25 % de 1986 à 1996 (de 9,7 millions à 12,2 millions), en même temps que le nombre de ménages augmentait de 23 %. Source : N° 56-203 au catalogue de Statistique Canada (tableau explicatif II pour les données de 1986; tableau 9a pour les chiffres de 1996).

<sup>18</sup> Ces chiffres excluent les ménages qui bénéficiaient de services de câblodistribution compris dans le coût du loyer.

<sup>19</sup> Les résultats de l'*Enquête sur l'équipement ménager* indiquent que 52 % des ménages possédaient deux téléviseurs en couleur ou plus en 1996. Cette proportion était de 24 % en 1986.

Also contributing to the 40% increase in average per-household spending on communications services is the growing popularity of cellular telephones and the Internet. The availability of these new commodities prompted households, on average, to spend another \$80 per year on communications services. Whereas these services were virtually unknown in 1986, the 1996 household penetration rate for cellular telephones was 14%. Meanwhile, by 1996, 7% of all households had Internet access at home.<sup>20</sup>

## Amusement and recreation services

Household spending on amusement and recreation services totalled \$8.5 billion in 1996. Of this total, the largest amounts were spent on games of chance (\$3.8 billion) and membership fees and dues for clubs (\$1.3 billion).

From 1986 to 1996, household spending on amusement and recreation services grew in real terms by 47%. This increase helped the amusement and recreation services industry to grow nearly twice as rapidly as the overall economy.<sup>21</sup> As well, during the 1986-96 period, the workforce of this industry grew by 44%.

Average per-household expenditures on amusement and recreation services totalled \$780 in 1996, up 19% in real terms from 1986. Spending on games of chance rose especially rapidly as government-regulated gambling operations became increasingly commonplace and popular. Spending on games of chance soared in real terms by 56% to reach \$344 per household in 1996<sup>22</sup> (Chart 5). This growth was primarily due to the introduction and growing popularity of casinos and video-lottery terminals, especially in the 1990s. Until 1991, most revenues from government-run gambling operations came from lotteries.<sup>23</sup>

Average per-household spending on attendance at live staged performances grew in real terms by 15%. This can be partly attributed to the continued popularity of concerts, an increase in the number of performing arts companies and the growing popularity of commercial theatre performances. In 1996, Canada's commercial theatre

<sup>20</sup> See Dickinson and Sciadras (1997).

<sup>21</sup> From 1986 to 1996, the GDP of the amusement and recreation services industry grew by 22%, while that for the overall economy rose by 12%.

<sup>22</sup> The \$344 spent on games of chance can be sub-categorized as follows: government-run pool and lottery tickets (\$176); casino and slot machines (\$60); bingo (\$82); and non-government lottery and raffle tickets (\$27).

<sup>23</sup> See Marshall (1996) and Carter (1998).

Ce qui a également contribué à la hausse moyenne de 40 % des dépenses des ménages en services de communication, c'est la popularité croissante des téléphones cellulaires et du réseau Internet. La disponibilité de ces nouveaux produits a incité les ménages à dépenser en moyenne 80 \$ de plus par année en services de communication. Alors qu'en 1986, ces services étaient pratiquement inconnus, le taux de pénétration des téléphones cellulaires chez les ménages était de 14 % en 1996, et 7 % d'entre eux avaient accès à Internet à la maison<sup>20</sup>.

## Services de divertissements et de loisirs

Les dépenses des ménages en services de divertissements et de loisirs s'élevaient à 8,5 milliards de dollars en 1996. De ce total, les sommes les plus élevées étaient consacrées aux jeux de hasard (3,8 milliards \$) et aux frais d'adhésion à des clubs (1,3 milliard \$).

De 1986 à 1996, les dépenses des ménages en services de divertissements et de loisirs ont augmenté en dollars constants de 47 %. Cette augmentation a contribué au fait que ces branches ont connu une croissance près de deux fois plus rapide que l'ensemble de l'économie<sup>21</sup>. De plus, pendant la période de 1986 à 1996, la main-d'œuvre de ces branches a augmenté de 44 %.

En 1996, les dépenses moyennes par ménage en services de divertissements et de loisirs s'élevaient à 780 \$, ce qui représente une augmentation de 19 % en dollars constants par rapport à 1986. Les dépenses pour les jeux de hasard ont augmenté particulièrement rapidement par suite de la réglementation par le gouvernement des jeux de hasard, qui sont devenus de plus en plus accessibles et populaires. Les dépenses pour les jeux de hasard ont grimpé de 56 % en dollars constants pour atteindre 344 \$ par ménage en 1996<sup>22</sup> (graphique 5). Cette augmentation est due principalement à l'instauration et à la popularité croissante des casinos et des appareils de loterie vidéo, surtout dans les années 90. Jusqu'en 1991, la plupart des recettes des opérations de jeu gérées par le gouvernement provenaient des loteries<sup>23</sup>.

Les dépenses moyennes par ménage pour assister à des spectacles en direct ont augmenté de 15 % en dollars constants. Cette augmentation peut être attribuée en partie à la popularité constante des concerts, à l'augmentation du nombre de troupes d'art d'interprétation et à la popularité croissante des grandes productions commerciales. En 1996, le monde du spectacle au

<sup>20</sup> Voir Dickinson et Sciadras (1997).

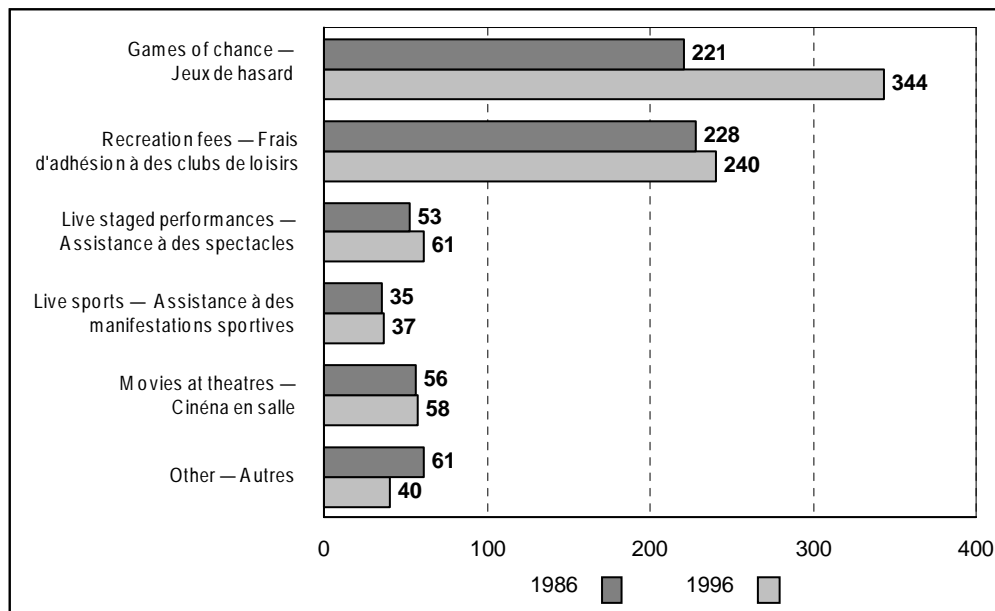
<sup>21</sup> De 1986 à 1996, le PIB des branches de services de divertissements et de loisirs a augmenté de 22 %, tandis que celui de l'ensemble de l'économie a augmenté de 12 %.

<sup>22</sup> Les 344 \$ dépensés en jeux de hasard peuvent se répartir selon les catégories suivantes : paris et loteries gérés par le gouvernement (176 \$); casinos et machines à sous (60 \$); bingos (82 \$); et loteries et tombolas non gérées par le gouvernement (27 \$).

<sup>23</sup> Voir Marshall (1996) et Carter (1998).

**Chart 5. Average per-household expenditures on amusement and recreation services (in constant 1996 dollars)**

**Graphique 5. Dépenses moyennes des ménages pour les services de divertissements et de loisirs (en dollars constants de 1996)**



industry benefited from strong runs by such productions as *Phantom of the Opera*, *Beauty and the Beast* and *Ragtime*. Because elaborate productions such as these have relatively high admission prices, expenditures by households on live staged performances increased.<sup>24</sup> Moreover, well-attended dance, jazz, comedy and fringe festivals were more commonplace in 1996 than they were in the mid-1980s.

Meanwhile, spending on live sports events rose 5% in real terms from 1986 to 1996, despite the departure from Canada of National Hockey League teams previously based in Quebec and Winnipeg. However, the attendance drops from the loss of these franchises were at least partly offset by attendance gains from the births of the Ottawa Senators and professional basketball clubs in Toronto and Vancouver. Unfortunately, no specific price index for live sports events is available. Overall, however, the proportion of households spending money to watch live sports fell from 27% in 1986 to 22% in 1996, suggesting that overall attendance may have fallen. If attendance has indeed declined, then spending on sports events has likely risen because of higher ticket prices.

<sup>24</sup> Unfortunately, no price index for live staged performances is available. However, the proportion of households attending such performances declined (from 39% to 36%) even though average per-household spending on these performances rose. A possible explanation is that admission prices increased. As well, perhaps those households that attend live staged performances are increasingly opting to see higher-priced performances.

Canada a tiré profit de productions telles que *Phantom of the Opera*, *Beauty and the Beast* et *Ragtime*, qui ont tenu l'affiche longtemps. Étant donné que les prix d'entrée pour des productions de cette envergure sont relativement élevés, les dépenses des ménages pour ces spectacles ont augmenté<sup>24</sup>. De plus, les festivals de danse, de jazz, de comédie et autres festivals qui attirent les foules étaient plus fréquents en 1996 qu'ils ne l'étaient au milieu des années 80.

Par ailleurs, les dépenses pour assister à des événements sportifs ont augmenté de 5 % en dollars constants de 1986 à 1996, malgré le départ du Canada des équipes de la ligue nationale de hockey de Québec et de Winnipeg. Cependant, la baisse d'assistance due à la perte de ces équipes est partiellement compensée par l'arrivée des Sénateurs d'Ottawa et des clubs de basket-ball professionnels de Toronto et de Vancouver. Il n'existe malheureusement aucun indice de prix d'entrée pour les événements sportifs. Dans l'ensemble, cependant, la proportion des ménages qui dépensent de l'argent pour assister à des manifestations sportives est passée de 27 % en 1986 à 22 % en 1996, ce qui semble indiquer que l'assistance dans l'ensemble a diminué. Et si l'assistance a effectivement diminué, les dépenses pour les événements sportifs ont augmenté, probablement dû aux prix des billets plus élevés.

<sup>24</sup> Malheureusement, il n'existe pas d'indice de prix pour les spectacles sur scène en direct. Cependant, la proportion de ménages assistant à ces spectacles a diminué (de 39 % à 36 %), même si les dépenses moyennes par ménage pour ces spectacles ont augmenté. Une explication possible est que les prix d'entrée ont augmenté. De plus, il se peut que les ménages qui assistent à ces spectacles choisissent de plus en plus des spectacles à prix plus élevés.

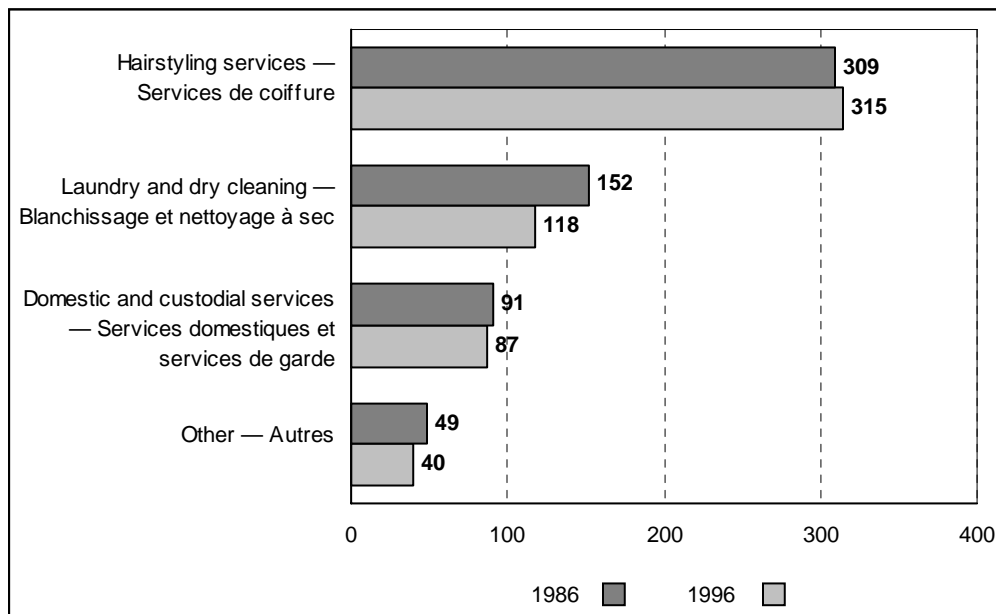


## Personal and household services

Overall household consumption of personal and household services amounted to \$6.1 billion in 1996, up in real terms by 15% from 1986 levels. Within this category, households spent \$3.4 billion on hair-grooming (washing, cutting and styling) services, and another \$1.7 billion on clothing services. Despite higher consumer demand for its services, the personal and household services industry experienced contraction in its real GDP from 1986 to 1996, and only a marginal increase in its workforce.

On average, households spent \$560 on personal and household services in 1996, a 7% real decline from 1986 (Chart 6). Within this category, average per-household expenditures on laundry and dry-cleaning services fell by 22% in real terms from 1986 to 1996. This is probably because far more households own washing machines and clothes dryers than was the case in 1986.<sup>25</sup> It was not due to lower prices for these services. Although the prices of laundry services rose 7% less rapidly than the all-items CPI from 1986 to 1996, the prices of dry-cleaning services rose 15% more rapidly.

**Chart 6. Average per-household expenditures on personal and household services (in constant 1996 dollars)**



<sup>25</sup> Results from the *Household Facilities and Equipment* surveys indicate that 78% of households owned an automatic washing machine in 1996, up from 70% in 1986. For clothes dryers, the proportion was 77% in 1996, up from 68% in 1986.

## Services personnels et domestiques

La consommation totale des ménages en matière de services personnels et domestiques s'élevait à 6,1 milliards de dollars en 1996, ce qui représente une augmentation en dollars constants de 15 % par rapport à 1986. Dans cette catégorie, les ménages ont dépensé 3,4 milliards de dollars en soins des cheveux (lavage, coupe et mise en plis) et un autre 1,7 milliard en entretien des vêtements. Malgré une demande accrue pour les services personnels et domestiques, cette branche a connu une diminution de son PIB réel et une augmentation minime de sa main-d'œuvre de 1986 à 1996.

En moyenne, les ménages ont dépensé 560 \$ en services personnels et domestiques en 1996, soit une diminution réelle de 7 % par rapport à 1986 (graphique 6). Dans cette catégorie, les dépenses moyennes par ménage pour les services de blanchissage et de nettoyage à sec ont chuté de 22 % en dollars constants de 1986 à 1996. C'est probablement parce que beaucoup plus de ménages possèdent une machine à laver et une sècheuse que ce n'était le cas en 1986<sup>25</sup>. Cette baisse n'est pas due à des prix inférieurs pour ces services. De 1986 à 1996, bien que les prix des services de blanchissage aient connu une hausse de 7 % moins rapide que l'IPC d'ensemble, les prix des services de nettoyage à sec ont connu une hausse de 15 % plus rapide.

**Graphique 6. Dépenses moyennes des ménages pour les services personnels et domestiques (en dollars constants de 1996)**

<sup>25</sup> Les résultats de l'Enquête sur l'équipement ménager indiquent que 78 % des ménages avaient une machine à laver en 1996 contre 70 % en 1986. Pour ce qui est de la sècheuse, la proportion était de 77 % en 1996 contre 68 % en 1986.

## Traveller accommodation services

In 1996, households spent \$3.9 billion on traveller accommodation services. Of this total, the largest amounts were spent on hotels (\$1.4 billion) and motels (\$567 million). Compared to 1986, total consumption of traveller accommodation services was 27% higher in real terms in 1996. This growth probably contributed to expansion in the traveller accommodation services industry, where the GDP rose in real terms by 13% and employment edged up 5%.

Average per-household spending on traveller accommodation services rose in real terms by 3% from 1986, to \$360 per household in 1996 (Chart 7). This negligible increase was partly due to the relatively flat prices of traveller accommodation services, which rose just 1% more rapidly than the all-items CPI from 1986 to 1996. More importantly, there seemed to be little change in the number of Canadians travelling.

A reasonable predictor of Canadians' consumer demand for traveller accommodation services, such as those provided by hotels and motels, is the number of person-trips taken by Canadians that last one or more nights. From 1986, this rose by just 3% to reach 90,558 overnight trips in 1996.<sup>26</sup> The destinations of these trips may have been affected by a slight strengthening of the Canadian dollar

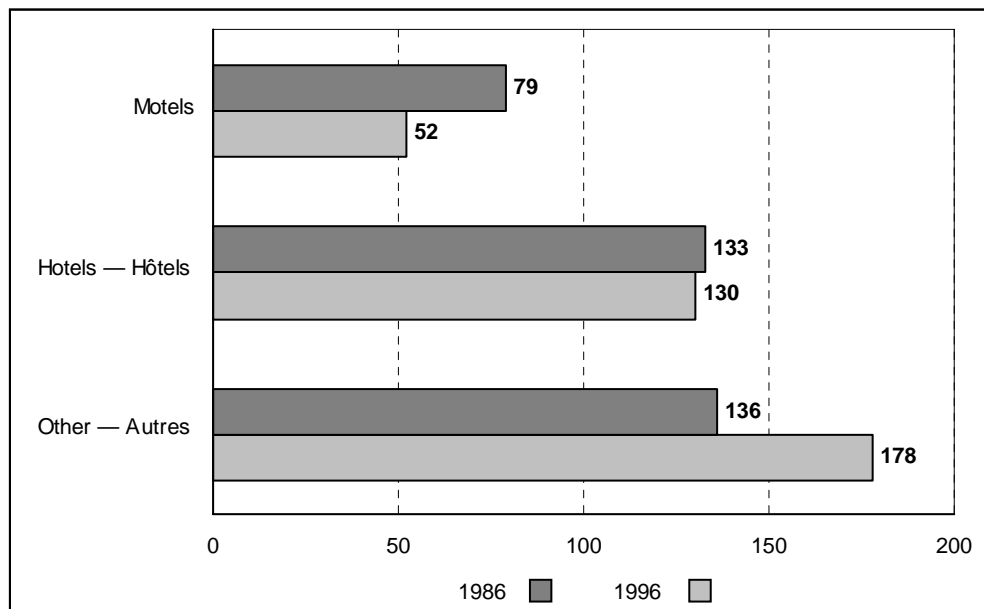
## Services d'hébergement des voyageurs

En 1996, les ménages ont dépensé 3,9 milliards de dollars en services d'hébergement des voyageurs. Les sommes les plus élevées ont été dépensées pour les hôtels (1,4 milliard \$) et les motels (567 millions \$). Par rapport à 1986, la consommation totale a été de 27 % plus élevée en 1996 en dollars constants. Cette hausse a sans doute contribué à l'expansion des branches de l'hébergement, dont le PIB a augmenté en dollars constants de 13 % et l'emploi, de 5 %.

Les dépenses moyennes des ménages en services d'hébergement ont augmenté de 3 % en dollars constants depuis 1986 et représentaient une somme de 360 \$ par ménage en 1996 (graphique 7). Cette hausse négligeable est due en partie aux prix relativement stables des services d'hébergement, qui n'ont augmenté que de 1 % plus rapidement que l'IPC d'ensemble de 1986 à 1996. Facteur plus important encore, il semble que le nombre de Canadiens qui voyagent ait peu varié.

Un indicateur valable de la demande pour les services d'hébergement des voyageurs, tels que ceux qui sont fournis par les hôtels et les motels, est le nombre de voyages-personnes d'une durée d'une nuit ou plus faits par les Canadiens. Depuis 1986, ce nombre a augmenté de seulement 3 % et représentait 90 558 voyages d'une nuit ou plus en 1996<sup>26</sup>. Les destinations de ces voyages peuvent avoir été influencées par un léger

**Chart 7. Average per-household expenditures on traveller accommodation services (in constant 1996 dollars)**



**Graphique 7. Dépenses moyennes des ménages pour les services d'hébergement (en dollars constants de 1996)**

<sup>26</sup> Sources: Statistics Canada, Cat. Nos. 66-201 and 87-504.

<sup>26</sup> Sources : N<sup>os</sup> 66-201 et 87-504 au catalogue de Statistique Canada.

from 1986 to 1996,<sup>27</sup> which, if all else were equal, would make foreign traveller accommodation services less expensive to Canadians travelling abroad. Indeed, of the overnight trips taken by Canadians, the proportion whose destinations were abroad rose from 15% in 1986 to 21% in 1996. Since the increase in Canadians' international travel was nearly offset by a drop in their domestic travel, the overall increase was negligible. The resultant lack of additional demand for traveller accommodation services, in conjunction with relatively flat prices for these services, likely explains why, on average, household spending on traveller accommodation services changed little from 1986 to 1996.

Although average per-household spending on hotels remained virtually unchanged in real terms from 1986 levels, spending on motels dropped by one-third, largely because of lower demand. The proportion of households making expenditures on motel services declined from 17% in 1986 to 12% in 1996. Other spending on traveller accommodation services rose from \$136 in 1986 to \$178 in 1996. These expenditures included household spending on campgrounds, children's camps and rented vacation homes.

## Conclusion

Consumer spending patterns tend to shift over time as new commodities are introduced and others become obsolete. Demographic, legislative and socio-economic changes also influence consumer trends, as do shifts in the prices and characteristics of different goods and services.

This past decade was no exception. In 1996, after adjusting for inflation, the average Canadian household spent less than it did in 1986, especially on goods. Despite this, on average households spend more on services than they used to.

In particular, household spending on communications services is significantly higher, largely because of high consumer demand for an expanded number of available communications services. Spending on finance and real estate services has also risen, as an aging population has increasingly moved towards home ownership and retirement planning. As well, spending on amusement and

<sup>27</sup> Whereas the cost of a U.S. dollar averaged 1.389 Canadian dollars in 1986, this fell by 1.8% to 1.364 in 1996. For the same period, the Canadian dollar also strengthened slightly against the G-10 index of currencies. Source: *Canadian Economic Observer* (1998), Table 32.

raffermissement du dollar canadien de 1986 à 1996<sup>27</sup>, ce qui, toutes autres choses étant égales, rendait les services d'hébergement moins coûteux pour les Canadiens voyageant à l'étranger. En fait, pour l'ensemble des voyages d'une nuit ou plus faits par les Canadiens, la proportion de destinations vers l'étranger est passée de 15 % en 1986 à 21 % en 1996. Mais comme l'augmentation des voyages à l'étranger a été pratiquement annulée par la baisse des voyages au Canada, l'augmentation globale a été négligeable. Par conséquent, la faible augmentation de la demande conjuguée aux prix relativement stables des services expliquent probablement pourquoi les dépenses moyennes des ménages en services d'hébergement ont peu varié de 1986 à 1996.

Alors que les dépenses moyennes par ménage pour les hôtels sont demeurées pratiquement inchangées en dollars constants par rapport à 1986, les dépenses pour les motels ont chuté du tiers, en grande partie à cause de la demande plus faible. La proportion des dépenses des ménages pour les motels est passée de 17 % en 1986 à 12 % en 1996. Les autres dépenses en services d'hébergement sont passées de 136 \$ en 1986 à 178 \$ en 1996. Ces dépenses portent sur les terrains de camping, les colonies de vacances et les maisons de villégiature louées.

## Conclusion

Les habitudes de dépense des consommateurs ont tendance à changer avec le temps, à mesure que de nouveaux produits et services apparaissent et que d'autres se démodent. Les changements démographiques, législatifs et socio-économiques influencent également les tendances de la consommation, tout comme les changements dans les prix et les caractéristiques des divers biens et services.

Cette dernière décennie n'a pas fait exception à la règle. En 1996, après correction de l'inflation, le ménage canadien moyen dépensait moins qu'il ne le faisait en 1986, en particulier pour les biens. Par ailleurs, il dépensait davantage pour les services qu'il ne le faisait en 1986.

Ainsi, les dépenses des ménages en services de communication sont sensiblement plus élevées, en grande partie à cause de la forte demande pour un nombre accru de services offerts. Les dépenses en matière d'intermédiaires financiers et de services immobiliers ont également augmenté, car dans une population vieillissante, les ménages ont de plus en plus tendance à devenir propriétaires de leur maison et à planifier leur retraite. De même,

<sup>27</sup> Le coût du dollar américain était en moyenne de 1,389 dollar canadien en 1986. Il est passé à 1,364 en 1996, une baisse de 1,8 %. Pendant la même période, le dollar canadien s'est aussi raffermi légèrement par rapport à l'indice des monnaies du G-10. Source : *L'observateur économique canadien*, 1998, tableau 32.

recreation services has increased, largely because gambling operations have become more commonplace.

But the services sector is far from homogeneous. As such, some services industries did not benefit from significantly higher household consumption. Little change was found in household spending on traveller accommodation services. Indeed, average per-household consumption of food and beverage services and personal and household services declined in real terms.

As well, there appeared to be a link between changes in household spending on various services and the performance of the industries providing those services. The services industries benefiting from higher household spending tended to be the same industries enjoying higher output and employment growth.

The future will bring more shifts in consumer spending on services, along with benefits and costs to those industries that are affected. Many scenarios are possible. For example, if households increasingly opt to use Internet e-mail and/or Internet audio communications as a substitute for long-distance telephone calls, Internet service providers could benefit to the possible detriment of telecommunications carriers. Or, a slump in stock markets might dampen the enthusiasm of investors, who could subsequently reduce their spending on financial services. Just as it is impossible to predict, with any certainty, which new services will be introduced and which products might become obsolete, it is also difficult to foresee what legislative and socio-economic changes will occur in society, and what effects these changes will have on consumer behaviour. One can assume, however, that consumer spending patterns will indeed continue to shift, just as they always have.

## References

*Canadian Economic Observer* (1998), Historical Statistical Supplement 1996/97, Statistics Canada, Cat. No. 11-210-XPB, January, Ottawa.

Carter, C. (1998), "The Amusement and Recreation Services Industries: Developments Over the Past Five Years," *Services Indicators*, 4th Quarter, Statistics Canada, Cat. No. 63-016, Ottawa.

Dickinson, P. and Sciadas, G. (1997), "Access to the Information Highway: The Sequel," *Services Indicators*, 1st Quarter, Statistics Canada, Cat. No. 63-016, Ottawa.

les dépenses pour les services de divertissements et de loisirs ont augmenté en grande partie parce que les jeux de hasard sont devenus une pratique plus courante, et sont de plus en plus accessibles.

Mais le secteur des services est loin d'être homogène. Ainsi, certains services n'ont pas profité de la consommation sensiblement plus élevée des ménages. On a constaté peu de changement dans les dépenses des ménages pour les services d'hébergement. De plus, la consommation moyenne par ménage dans les domaines des services de restauration et les services personnels et domestiques a diminué en dollars constants.

Il semble qu'il y ait un lien entre les changements dans les dépenses des ménages pour divers services et la performance des branches qui fournissent ces services. Les branches de services qui ont profité des dépenses plus élevées des ménages sont généralement les mêmes que celles qui ont connu une croissance de la production et de l'emploi.

L'avenir apportera d'autres changements dans les dépenses de consommation pour les services, en même temps que des coûts et des bénéfices pour les branches qui fournissent les services. Il y a bien des scénarios possibles. Par exemple, si les ménages utilisent de plus en plus le courrier électronique ou les communications vocales par Internet pour remplacer les appels interurbains, les fournisseurs de services Internet pourraient être avantagés au détriment des entreprises de télécommunications. Ou par exemple, un affaissement sur le marché boursier pourrait refroidir l'enthousiasme des investisseurs, qui décideraient ensuite de réduire leurs dépenses en services financiers. Tout comme il est impossible de prédire avec une quelconque certitude quels nouveaux services seront introduits et quels produits deviendront démodés, il est également difficile de prévoir quels changements législatifs et socio-économiques se produiront dans la société et quels effets ils auront sur le comportement des consommateurs. On peut cependant supposer que les habitudes de dépense des consommateurs continueront effectivement de changer comme elles l'ont toujours fait.

## Références

*L'Observateur économique canadien* (1998), supplément statistique historique 1996/97, Statistique Canada, n° 11-210-XPB au catalogue, janvier, Ottawa.

Carter, C. (1998), «Les industries de services de divertissements et de loisirs : évolution au cours des cinq dernières années», *Indicateur des services*, 4<sup>e</sup> trimestre, Statistique Canada, n° 63-016 au catalogue, Ottawa.

Dickinson, P. et Sciadas, G. (1997), «Accès à l'autoroute de l'information : la suite», *Indicateurs des services*, 1<sup>er</sup> trimestre, Statistique Canada, n° 63-016 au catalogue, Ottawa.

Marshall, K. (1996), "A Sure Bet Industry," *Perspectives*, Statistics Canada, Cat. No. 75-001-XPE, Autumn, Ottawa.

Statistics Canada (1986), *Family Expenditure in Canada*, Cat. No. 62-555.

Statistics Canada (1986), *Household Facilities and Equipment*, Cat. No. 64-202.

Statistics Canada (1986), *Telephone Statistics*, Cat. No. 56-203.

Statistics Canada (1995), *Domestic Travel*, Cat. No. 87-504-XPB.

Statistics Canada (1995), *International Travel*, Cat. No. 66-201-XPB.

Statistics Canada (1996), *Family Expenditure in Canada*, Cat. No. 62-555-XPB.

Statistics Canada (1996), *Household Facilities and Equipment*, Cat. No. 64-202-XPB.

Statistics Canada (1996), *Telephone Statistics*, Cat. No. 56-203-XPB.

Tremblay, S. (1997), "Impaired Driving in Canada, 1996," *Juristat* 17 (12), Statistics Canada, Cat. No. 85-002.

Marshall, K. (1996), «Faites vos jeux», *L'emploi et le revenu en perspectives*, Statistique Canada, n° 75-001-XPE au catalogue, automne, Ottawa.

Statistique Canada (1986), *Dépenses des familles au Canada*, n° 62-555 au catalogue.

Statistique Canada (1986), *L'équipement ménager*, n° 64-202 au catalogue.

Statistique Canada (1986), *Statistique du téléphone*, n° 56-203 au catalogue.

Statistique Canada (1995), *Voyages intérieurs*, n° 87-504-XPB au catalogue.

Statistique Canada (1995), *Voyages internationaux*, n° 66-201-XPB au catalogue.

Statistique Canada (1996), *Dépenses des familles au Canada*, n° 62-555-XPB au catalogue.

Statistique Canada (1996), *L'équipement ménager*, n° 64-202-XPB au catalogue.

Statistique Canada (1996), *Statistique du téléphone*, n° 56-203-XPB au catalogue.

Tremblay, S. (1997), «La Conduite avec facultés affaiblies au Canada, 1996», *Juristat* 17 (12), Statistique Canada, n° 85-002 au catalogue.

**Analytical Paper Series**

No.

1. *Business Services, Part 1: Evolution*  
**George Sciadas**
2. *Business Services, Part 2: The Human Side*  
**George Sciadas**
3. *Final Purchase, Growing Demand: The Canadian Funeral Services Industry*  
**John Heimbecker**
4. *Strategic R&D Alliances*  
**Antoine Rose**
5. *The Demand for Telecommunication Services*  
**Dora Mozes et George Sciadas**
6. *Television: Glorious Past, Uncertain Future*  
**Tom Gorman**
7. *The Industrial Organization of the Property and Casualty Insurance Business*  
**Tarek M. Harchaoui**
8. *Human Resources in Science and Technology in the Services Sector*  
**Emmanuelle Avon**
9. *Access to the Information Highway*  
**Paul Dickinson and George Sciadas**
10. *Temporary Help Service Industry: Its Role, Structure and Growth*  
**Daood Hamdani**
11. *Two Decades of Financial Intermediation by the Canadian Insurance Business*  
**Tarek M. Harchaoui**
12. *Research and Development in a Service Economy*  
**F. D. Gault**
13. *Access to the Information Highway: The Sequel*  
**Paul Dickinson and George Sciadas**

**Série de documents analytiques**

N°

1. *Services aux entreprises, Partie 1: Évolution*  
**George Sciadas**
2. *Services aux entreprises, Partie 2: L'aspect humain*  
**George Sciadas**
3. *Achat final, accroissement de la demande: Les entreprises de services funéraires au Canada*  
**John Heimbecker**
4. *Alliances stratégiques de R-D*  
**Antoine Rose**
5. *La demande de services de télécommunications*  
**Dora Mozes and George Sciadas**
6. *La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain*  
**Tom Gorman**
7. *L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers*  
**Tarek M. Harchaoui**
8. *Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services*  
**Emmanuelle Avon**
9. *Accès à l'autoroute de l'information*  
**Paul Dickinson et George Sciadas**
10. *Le secteur des services d'aide temporaire: rôle, structure et croissance*  
**Daood Hamdani**
11. *Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes*  
**Tarek M. Harchaoui**
12. *Recherche et développement dans une économie fondée sur les services*  
**F. D. Gault**
13. *Accès à l'autoroute de l'information : la suite*  
**Paul Dickinson et George Sciadas**

- |   |  |
|---|--|
| <p>14. <i>Business Demographics, Volatility and Change in the Service Sector</i><br/><b>Daood Hamdani</b></p> <p>15. <i>How Resilient is the Services Sector to Recession?</i><br/><b>Don Little</b></p> <p>16. <i>Re-engineering Growth: A Profile of the Architectural, Engineering and Other Scientific and Technical Services Industry</i><br/><b>Shirley Beyer and Anne Beaton</b></p> <p>17. <i>The Software Development and Computer Services Industry: An Overview of Developments in the 1990s</i><br/><b>Sirish Prabhu</b></p> <p>18. <i>The Emergence of Logistics Services: Measurement Issues</i><br/><b>Irwin Bess and Larry McKeown</b></p> <p>19. <i>Job gains and job losses: A study of the service sector</i><br/><b>Daood Hamdani</b></p> <p>20. <i>Leasing services industries in the 1990s</i><br/><b>Randy Smadella</b></p> <p>21. <i>“Can I help you?”: The rise in household spending on services</i><br/><b>Don Little and Renée Béland</b></p> | <p>14. <i>Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services</i><br/><b>Daood Hamdani</b></p> <p>15. <i>Dans quelle mesure le secteur des services résiste-t-il à la récession?</i><br/><b>Don Little</b></p> <p>16. <i>Repenser la croissance : Un profil du secteur des services d'architecture et de génie et des autres services techniques et scientifiques</i><br/><b>Shirley Beyer et Anne Beaton</b></p> <p>17. <i>L'industrie de la production de logiciels et des services informatiques : un aperçu de l'évolution dans les années 1990</i><br/><b>Sirish Prabhu</b></p> <p>18. <i>L'émergence des services logistiques : questions de mesure</i><br/><b>Irwin Bess et Larry McKeown</b></p> <p>19. <i>Gains et pertes d'emplois : une étude du secteur des services</i><br/><b>Daood Hamdani</b></p> <p>20. <i>Le secteur des services de location au cours des années 1990</i><br/><b>Randy Smadella</b></p> <p>21. <i>«Puis-je vous aider?» : la hausse des dépenses des ménages pour les services</i><br/><b>Don Little et Renée Béland</b></p> |
|---|--|