



Services Indicators

3rd 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

Indicateurs des services

3^e trimestre 1999

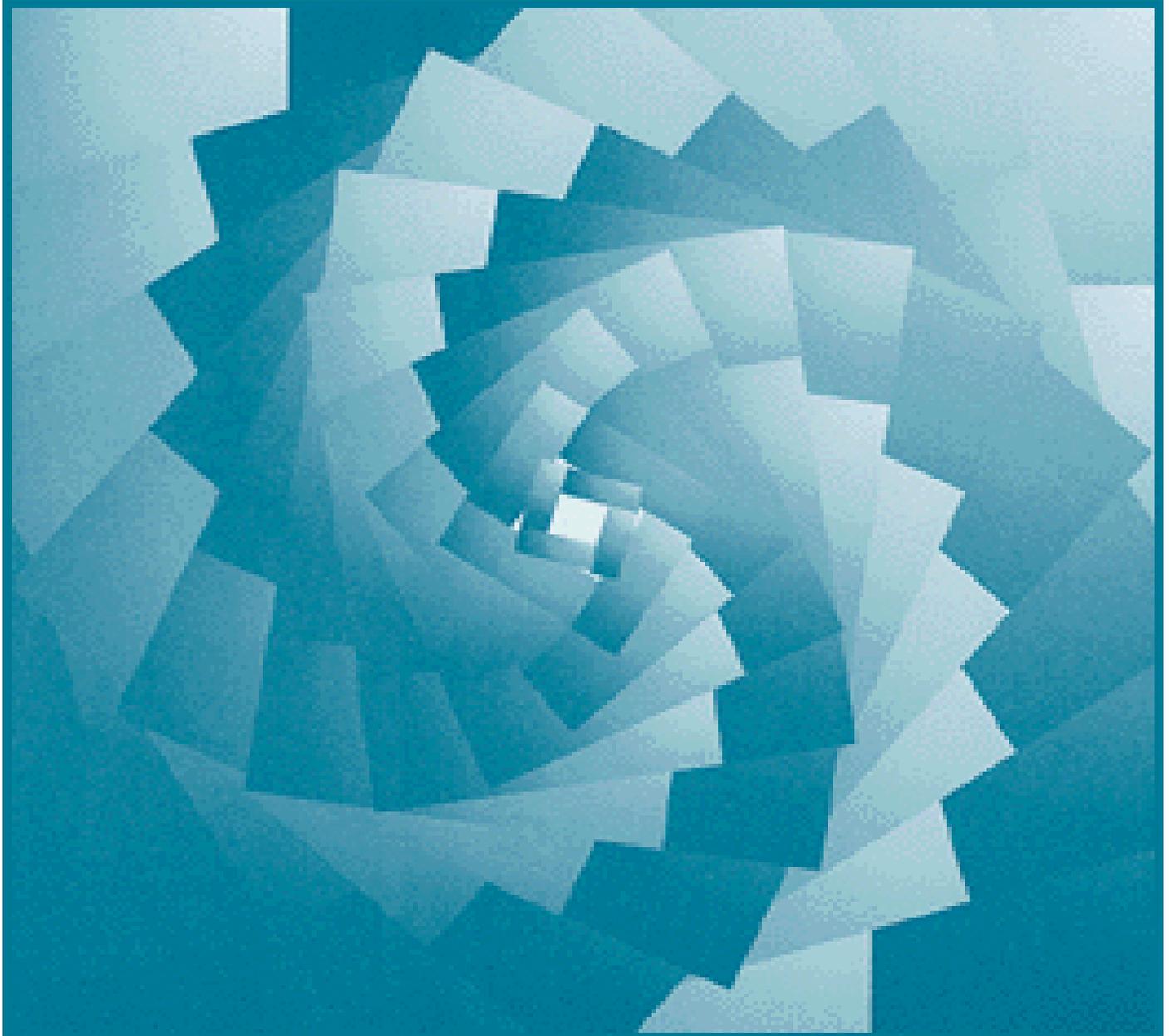
- ▶ Industrie de l'information et industrie culturelle
- ▶ Finance et assurances
- ▶ Services professionnels, scientifiques et techniques
- ▶ Hébergement et services de restauration
- ▶ Arts, spectacles et loisirs

Feature articles:

Études spéciales :

- ▶ **Innovation in the engineering services industry**
- ▶ **Profile of Canada's travel agency industry**

- ▶ **Innovation dans les services d'ingénierie**
- ▶ **Profil du secteur des agences de voyages du 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 malendants	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

3rd 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

3^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 articles:

- ▶ **Innovation in the engineering services industry**
- ▶ **Profile of Canada's travel agency industry**

Études spéciales :

- ▶ **Innovation dans les services d'ingénierie**
- ▶ **Profil du secteur des agences de voyages du Canada**

Published by the authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

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.

January 2000

Catalogue No. 63-016-XPB, Vol. 6, No. 3
ISSN 1195-5961

Catalogue No. 63-016-XIB, Vol. 6, No. 3
ISSN 1480-8382

Frequency: Quarterly

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

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.

Janvier 2000

N° 63-016-XPB au catalogue, Vol. 6, n° 3
ISSN 1195-5961

N° 63-016-XIB au catalogue, Vol. 6, n° 3
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 articles:		Études spéciales :	
Innovation in the engineering services industry	19	Innovation dans les services d'ingénierie	19
Profile of Canada's travel agency industry	31	Profil du secteur des agences de voyages du Canada	31
Information and cultural industries	43	Industrie de l'information et industrie culturelle	43
Highlights	47	Faits saillants	47
Analytical Indicators	49	Indicateurs analytiques	49
Finance and insurance industries	53	Finance et assurances	53
Highlights	58	Faits saillants	58
Analytical Indicators	60	Indicateurs analytiques	60
Professional, scientific and technical services industries	65	Services professionnels, scientifiques et techniques	65
Highlights	70	Faits saillants	70
Analytical Indicators	72	Indicateurs analytiques	72
Accommodation and food services industries	77	Hébergement et services de restauration	77
Highlights	81	Faits saillants	81
Analytical Indicators	83	Indicateurs analytiques	83
Arts, entertainment and recreation services industries	87	Arts, spectacles et loisirs	87
Highlights	92	Faits saillants	92
Analytical Indicators	93	Indicateurs analytiques	93
Other services industries	97	Autres services	97
Definitions and concepts	100	Définitions et concepts	100

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
- 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
- Louise Stewart

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
- 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
- Louise Stewart

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

Data Sources

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

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

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

Data Revisions

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

Sources des données

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

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

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

Révision des données

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

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

Reader Participation

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

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

Participation des lecteurs

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

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

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

Thank-you

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

Merci

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

Recent Feature Articles

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

Études spéciales récemment parues

- **Services aux entreprises - Partie 1 : Évolution**
(2^e trimestre 1994)
- **Services aux entreprises - Partie 2 : L'aspect humain**
(3^e trimestre 1994)
- **Alliances stratégiques de R-D**
(4^e trimestre 1994)
- **La demande de services de télécommunications**
(1^{er} trimestre 1995)
- **La télévision: Un passé glorieux, un avenir incertain**
(2^e trimestre 1995)
- **L'organisation industrielle du secteur de l'assurance de biens et de risques divers**
(3^e trimestre 1995)
- **Ressources humaines affectées aux sciences et à la technologie dans le secteur des services**
(4^e trimestre 1995)
- **Accès à l'autoroute de l'information**
(1^{er} trimestre 1996)
- **Le secteur des services d'aide temporaire : rôle, structure et croissance**
(2^e trimestre 1996)
- **Deux décennies d'intermédiation financière par les compagnies d'assurance canadiennes**
(3^e trimestre 1996)
- **Recherche et développement dans une économie fondée sur les services**
(4^e trimestre 1996)
- **Accès à l'autoroute de l'information : La suite**
(1^{er} trimestre 1997)
- **Démographie des entreprises, volatilité et changement dans le secteur des services**
(2^e trimestre 1997)

- **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)
- **The Gambling Industry: Raising the Stakes**
(4th Quarter 1998)
- **Getting Connected or Staying Unplugged: The Growing Use of Computer Communications Services**
(1st Quarter 1999)
- **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)
- **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)

- **Challenges Facing Canada's Internet Service Providers; A Snapshot from a Survey of ISPs**
(1st Quarter 1999)
- **Specialized Big-Box Stores**
(2nd Quarter 1999)
- **Innovation in the Engineering Services Industry**
(3rd Quarter 1999)
- **Profile of Canada's Travel Agency Industry**
(3rd Quarter 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)
- **Innovation dans les services d'ingénierie**
(3^e trimestre 1999)
- **Profil du secteur des agences de voyages du Canada**
(3^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 — 3rd Quarter 1999

Compared to the 2nd quarter of 1999:

- Service sector output rose in real terms by 0.7% this quarter, the sector's lowest growth rate since mid-1998. Services growth in the third quarter was low compared to the goods sector, where the GDP soared by 2.3%. Among services, output growth was most rapid in computer and related services (+4.7%) and the other financial intermediaries industry (+2.2%). However, overall services growth was dampened by contractions in the insurance and real estate agents (-2.0%), advertising services (-1.9%) and architectural and other scientific services (-1.3%) industries. As well, an uncharacteristically weak growth rate of 1.2% was recorded for the telecommunications services industry due to softer demand for long distance services.
- Consumer spending continued to increase in response to employment gains. Although goods and services had similar price inflation rates, spending on goods rose more rapidly. Personal expenditures on goods rose by a sharp 2.6% this quarter due to increased spending on motor vehicles and vehicle parts, repairs and fuel. Services consumption rose by a comparatively slow rate of 0.9%. Expenditure growth was weak for accident and sickness insurance (-3.9%) and restaurant and accommodation services (+0.5%). However, spending on recreational services (+2.2%) and purchased transportation (+1.5%) rose more rapidly.

Aperçu général des services

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

Comparaison avec le 2^e trimestre de 1999 :

- Au troisième trimestre, la production dans le secteur des services a augmenté de 0,7 %, en chiffres absolus. Ce taux de croissance est non seulement le plus faible depuis le milieu de 1998, mais il est également modeste par rapport à la croissance relevée dans le secteur des biens dont le PIB a grimpé de 2,3 % au troisième trimestre. À l'intérieur du secteur des services, la croissance a été particulièrement rapide dans le secteur des services informatiques et des services connexes (+4,7 %) et celui des autres intermédiaires financiers (+2,2 %). Ces augmentations ont toutefois été atténuées par les reculs observés chez les agents d'assurance et les agents immobiliers (-2,0 %), les services de publicité (-1,9 %) et les services d'architecture et autres services scientifiques (-1,3 %). De son côté, le secteur des services de télécommunications a affiché un taux de croissance anormalement bas (1,2 %), imputable au fléchissement de la demande de services interurbains.
- L'amélioration de l'emploi a favorisé les dépenses à la consommation qui ont continué d'augmenter. Cependant, bien que les taux d'inflation des prix des biens et des services aient augmenté dans des proportions similaires, les consommateurs ont privilégié davantage les biens. Ainsi, les dépenses personnelles au poste des biens ont fait un gain appréciable de 2,6 % au troisième trimestre, avec l'accroissement des dépenses pour les véhicules automobiles et les pièces d'automobiles, les réparations et le carburant. Par comparaison, la hausse des dépenses pour les services a été relativement modeste (0,9 %). Les dépenses ont par ailleurs diminué au poste des services d'assurance-maladie et d'assurance contre les accidents (-3,9 %), ainsi que des services de restauration et d'hébergement (+0,5 %), mais elles ont augmenté pour les services de loisirs (+2,2 %) et l'achat de services de transport (+1,5 %).

Key Services Indicators

Variables	Growth since last quarter	Growth since same quarter last year
GDP (real)	↑ 0.7%	↑ 3.7%
Cons. Spending	↑ 0.9%	↑ 3.9%
Prices	↑ 0.8%	↑ 1.8%
Exports	↑ 2.0%	↑ 6.6%
Imports	↑ 1.6%	↑ 6.9%
Employment	...	↑ 2.3%

Indicateurs clés des services

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

- Canada's trade surplus in goods soared from \$7.3 billion to \$9.5 billion this quarter due to a marked rise in exports, especially to the buoyant U.S. economy. Nevertheless, Canada's trade deficit in services (\$1.8 billion) was unchanged from last quarter, despite a 3.4% increase in commercial services receipts due to higher exports of financial services and engineering and technical services. These gains were nearly negated by a 5.4% rise in imports of transportation services.
- Favorisé par l'accroissement marqué des exportations, en particulier vers l'économie florissante des États-Unis, l'excédent commercial du Canada au titre des biens a fait un bond appréciable au troisième trimestre, passant de 7,3 milliards à 9,5 milliards de dollars. En revanche, le déficit commercial du Canada au poste des services est demeuré inchangé (1,8 milliard de dollars), malgré une hausse de 3,4 % des recettes générées par les services commerciaux, elle-même attribuable à l'augmentation des exportations de services financiers et de services de génie et services techniques. Ces gains ont été presque annulés par l'augmentation de 5,4 % des importations de services de transport.

Highlights — 3rd Quarter 1999

Compared to the 3rd quarter of 1998:

- The GDP for the service sector was 3.7% higher this quarter, in real terms, than it was in the third quarter of 1998. However, this was easily exceeded by the robust 5.9% output growth rate of the goods sector.
- Compared to last year, services output rose most rapidly in computer and related services (+25.1%), telecommunication carriers and other telecommunications services (+14.7%), wholesale trade (+11.3%) and the other financial intermediaries industry (+10.4%). These increases were, however, somewhat offset by output declines in postal and courier services (-3.7%), architectural and other scientific services (-3.7%) and health and social services (-1.3%).
- Although Canada's trade surplus for goods is 67% higher than it was in the third quarter of 1998, the trade deficit for services worsened by 9%. A reduction in the deficit for commercial services was more than offset by a \$153 million increase in Canada's travel deficit. The latter development may have been due to appreciation in the Canadian dollar since the third quarter of last year, when it had fallen to an all-time low relative to its U.S. counterpart.
- The services sector accounted for 70% of the 345,000 jobs created in the economy since the third quarter of 1998. Moreover, 93% of the 242,000 added services jobs were full-time. As a result, the proportion of the services sector workforce with full-time jobs climbed to 79.4%, its highest level in three years. Nevertheless, this remains well below the 94.4% proportion in the goods-producing industries.
- The service sector's most rapid rates of employment growth since last year were in amusement parks, arcades and other recreation services industries (+27%), securities and commodity contract services (+27%), the gambling industry (+26%) and transportation services (+17%). Job loss rates were highest in telecommunication services (-20%), advertising and related services (-10%) and legal services (-10%).
- In absolute terms, services sector job growth was strongest in transportation services (+90,000 jobs), wholesale trade (+67,000), and restaurants and other food services (+35,000). These gains were partly offset by high job losses in public administration (-55,000) and telecommunication services (-39,000).

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

Comparaison avec le 3^e trimestre de 1998 :

- Entre le troisième trimestre de 1998 et celui de 1999, le PIB du secteur des services a progressé de 3,7 %, en chiffres absolus, ce qui est bien en deçà du taux de croissance de 5,9 % dans le secteur des biens.
- La croissance par rapport à l'an dernier a été particulièrement rapide dans les secteurs des services informatiques et services connexes (+25,1 %), des télécommunications et autres services de télécommunications (+14,7 %), du commerce de gros (+11,3 %) et des autres intermédiaires financiers (+10,4 %). Ces hausses ont toutefois été partiellement neutralisées par des baisses dans les services postaux et de messagerie (-3,7 %), les services d'architecture et autres services scientifiques (-3,7 %) et les services de santé et services sociaux (-1,3 %).
- Alors que l'excédent commercial du Canada au poste des biens s'est accru de 67 % depuis le troisième trimestre de 1998, le déficit commercial pour les services a pour sa part augmenté de 9 %. La réduction du déficit pour les services commerciaux a été plus qu'annulée par l'augmentation de 153 millions de dollars du déficit du Canada au poste des voyages. Cette dernière hausse pourrait être attribuable à l'appréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain depuis le troisième trimestre de l'an dernier, alors que le dollar canadien avait atteint son plus bas niveau de tous les temps.
- Parmi les 345 000 emplois qui ont été créés dans l'ensemble de l'économie depuis le troisième trimestre de 1998, 70 % l'ont été dans le secteur des services. Qui plus est, 93 % de ces 242 000 nouveaux emplois dans le secteur des services sont des emplois à temps plein, ce qui explique que la proportion des effectifs travaillant à temps plein dans le secteur des services soit passée à 79,4 %. Il s'agit du plus haut niveau en trois ans, lequel demeure cependant nettement inférieur au taux de 94,4 % affiché par le secteur des biens.
- À l'intérieur du secteur des services, la création d'emplois au cours de la dernière année a été particulièrement forte dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs (+27 %), les services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+27 %), les jeux de hasard et loteries (+26 %) et les services de transport (+17 %). À l'opposé, les pertes d'emploi ont été les plus fortes dans les services de télécommunications (-20 %), les services de publicité et services connexes (-10 %) et les services juridiques (-10 %).
- En termes absolus, ce sont les services de transport (+90 000 emplois), le commerce de gros (+67 000) et les services de restauration et autres services d'alimentation (+35 000) qui ont affiché les gains les plus marqués dans le secteur des services. Ces gains ont été partiellement neutralisés par de fortes pertes d'emploi dans l'administration publique (-55 000) et les services de télécommunications (-39 000).

Services sector overview

Aperçu général dans le secteur des services

Chart 1. Services employment

Graphique 1. Emploi dans le secteur des services

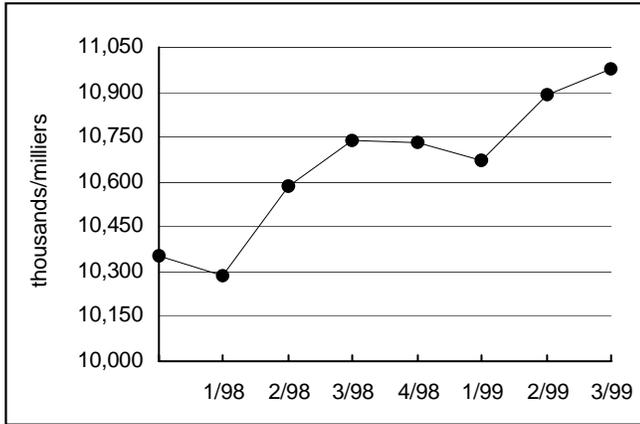


Chart 2. Services GDP

Graphique 2. PIB dans le secteur des services

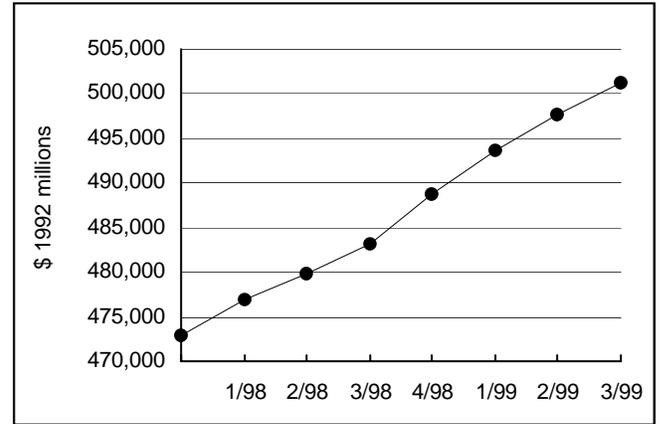


Chart 3. Consumer spending on services

Graphique 3. Dépenses de consommation dans le secteur des services

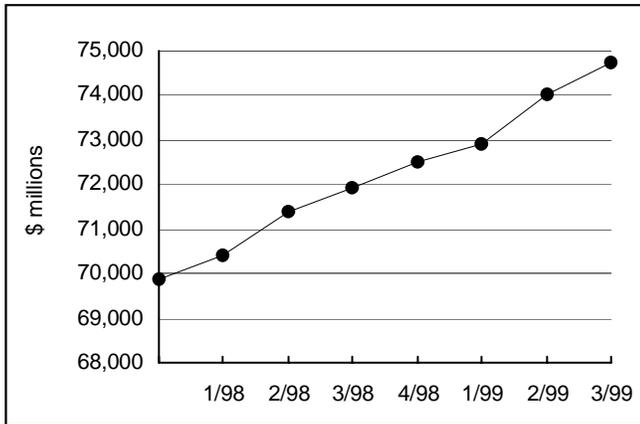


Chart 4. Price index for services commodities

Graphique 4. Index des prix dans le secteur des services

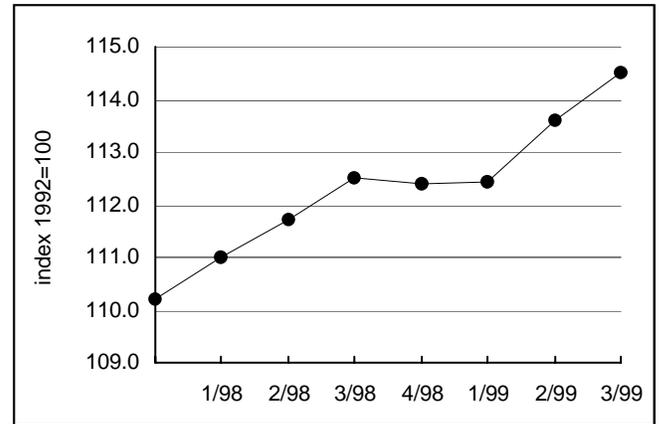


Chart 5. Services exports and imports

Graphique 5. Importations et exportations dans le secteur des services

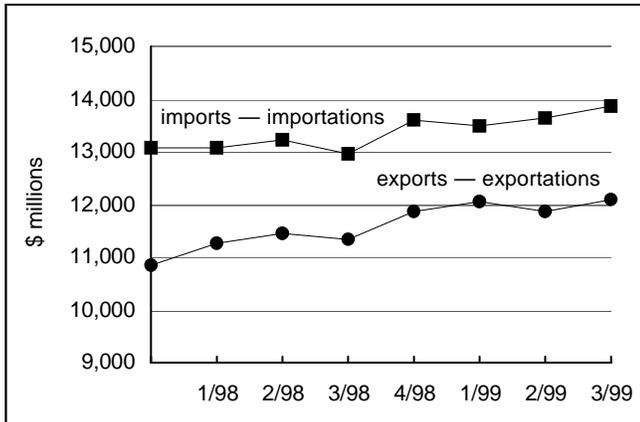


Chart 6. Services trade balance

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

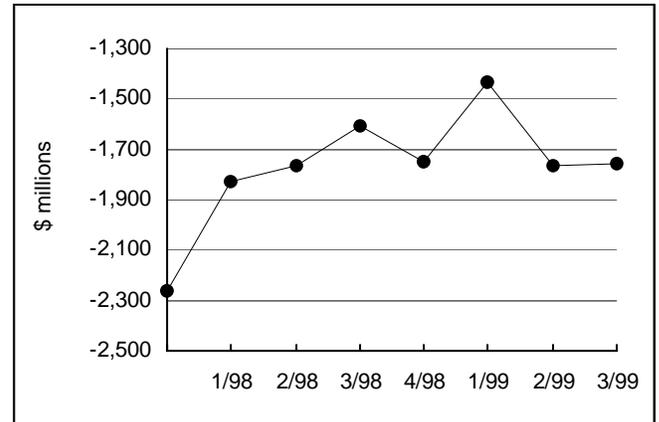


Table 1. Services sector overview

Tableau 1. Aperçu général dans le secteur des services

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
Employment		thousands — milliers							Emploi
Overall economy	14,032	13,799	14,352	14,671	14,483	14,264	14,713	15,015	Économie globale
Services	10,349	10,288	10,585	10,737	10,729	10,672	10,891	10,979	Services
Full-time	7,891	7,814	8,173	8,486	8,168	8,132	8,483	8,712	Plein temps
Part-time	2,458	2,475	2,412	2,251	2,561	2,540	2,408	2,267	Temps partiel
Self-employment*	1,719	1,719	1,751	1,794	1,815	1,839	1,861	1,830	Travail autonome*
GDP (s.a. and annualized)		millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992							PIB (dés. et annualisé)
All industries	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Toutes les industries
Services	472,966	476,815	479,839	483,214	488,696	493,694	497,739	501,280	Services
Consumer spending (s.a.)		millions of current dollars — millions de dollars courants							Dépenses de consommation (dés.)
Overall economy	130,032	130,235	132,654	133,490	133,960	135,365	137,297	139,626	Économie globale
Services	69,891	70,400	71,389	71,902	72,507	72,895	74,026	74,723	Services
Prices		CPI 1992=100 — IPC 1992=100							Prix
All items	107.7	108.3	108.6	108.7	108.9	109.2	110.3	111.1	Ensemble
Services	110.2	111.0	111.7	112.5	112.4	112.4	113.6	114.5	Services
International Trade (s.a.)		millions of current dollars — millions de dollars courants							Commerce international (dés.)
Merchandise									Marchandises
Exports	77,774	77,610	78,287	81,301	85,064	86,194	87,206	91,988	Exportations
Imports	73,344	73,251	74,429	75,623	80,097	78,817	79,899	82,528	Importations
Balance	4,430	4,359	3,858	5,678	4,967	7,377	7,307	9,460	Solde
Services									Services
Exports	10,833	11,246	11,449	11,354	11,852	12,051	11,873	12,108	Exportations
Imports	13,094	13,075	13,217	12,965	13,600	13,489	13,642	13,864	Importations
Balance	-2,261	-1,829	-1,768	-1,611	-1,748	-1,438	-1,769	-1,756	Solde

Analytical table — Tableau analytique

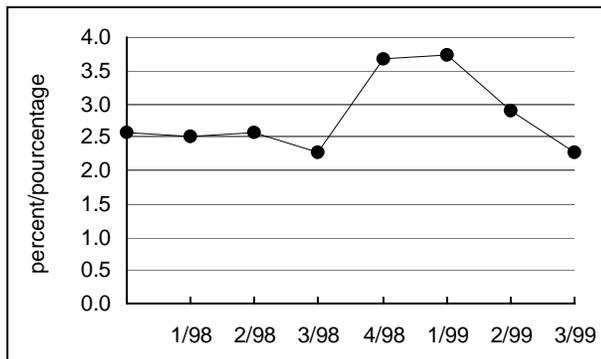
Services	from same quarter last year — par rapport au même trimestre l'an dernier					Services	Taux de variation (%)		
Rates of change (%)									Emploi
Employment	2.6	2.5	2.6	2.3	3.7	3.7	2.9	2.3	Plein temps
Full-time	1.7	2.8	3.5	2.6	3.5	4.1	3.8	2.7	Temps partiel
Part-time	6.0	1.5	-0.1	0.8	4.2	2.7	-0.1	0.7	Travail autonome*
Self-employment*	15.3	7.5	2.2	1.2	5.6	7.0	6.3	2.0	
Services									Services
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
GDP (real)	0.8	0.8	0.6	0.7	1.1	1.0	0.8	0.7	PIB (réel)
Consumer spending	1.2	0.7	1.4	0.7	0.8	0.5	1.6	0.9	Dépenses de consommation
Prices	-0.3	0.7	0.7	0.7	-0.1	0.0	1.0	0.8	Prix
Exports	1.2	3.8	1.8	-0.8	4.4	1.7	-1.5	2.0	Exportations
Imports	0.0	-0.1	1.1	-1.9	4.9	-0.8	1.1	1.6	Importations

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

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

Chart 7. Services employment growth rate¹

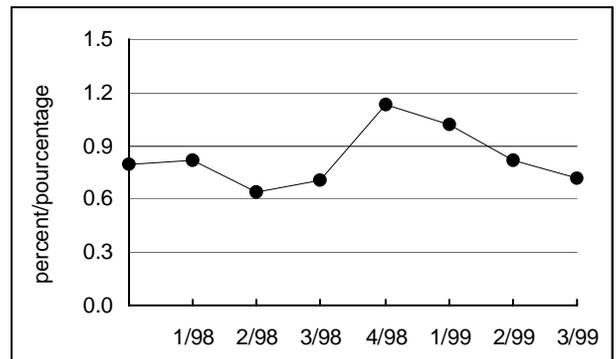
Graphique 7. Taux de croissance de l'emploi¹



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

Chart 8. Services real GDP growth rate

Graphique 8. Taux de croissance réel du PIB





Analytical Studies

Série d'études analytiques

Available
upon request

Disponibles
sur demande



T E L E P H O N E / T É L É P H O N E

(613) 951-6739



F A X / T É L É C O P I E U R

(613) 951-6696



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Feature Article

Étude spéciale

Innovation in the engineering services industry

Daood Hamdani¹
 Science, Innovation and Electronic Information Division
 Tel: (613) 951-3490
 Fax: (613) 951-9920
 E-mail: daood.hamdani@statcan.ca

Introduction

Products² and production methods, like human beings, have limited life spans. As products move along the life cycle to maturity, competition among producers intensifies, sales growth slows and profit margins drop. Product modifications can protect a firm's market share in the short run, but the introduction of new products and better substitutes for existing products is crucial for long-term growth and profitability. Rapid technological change in the 1990s and the emerging global marketplace underscore the need for a stream of new and improved products to stay competitive.

As part of its programme to develop a statistical information system for science and technology, Statistics Canada conducted the first-ever survey of the state of innovation in the service sector in 1997. The Survey of Innovation gathered information on various aspects of innovation, including the incidence of innovation, the capacity to innovate, obstacles to innovation faced by firms, the flow of information in the economy, intellectual property and competitive strategies.³

This article presents, for the first time, findings about the engineering services industry. The industry is comprised of firms primarily engaged in providing engineering services (1980 Standard Industrial Classification code 7752). It offers services ranging from feasibility studies to design, project management and commissioning (or the start-up of the operation) of projects.⁴ The engineering services

¹ Earlier drafts of this article benefited from comments by Don Little and Roland Boudreau.

² The term product is used to mean both a good or a service.

³ The first results reported on in Baldwin, et al. (1998) and Hamdani (1999) covered broad industry groups. Data at the 4-digit industry level are being published for the first time and are taken from an updated file incorporating additional information.

⁴ For a more detailed list of services, see Association (1999).

L'innovation dans les services d'ingénierie

Daood Hamdani¹
 Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique
 Téléphone : (613) 951-3490
 Télécopieur : (613) 951-9920
 Courriel : daood.hamdani@statcan.ca

Introduction

Tout comme les êtres humains, les produits² et les méthodes de production ont une durée de vie limitée. À mesure que le produit passe par les différents stades de son cycle de vie pour atteindre la maturité, la concurrence entre producteurs s'intensifie, la croissance des ventes ralentit et la marge bénéficiaire rétrécit. À court terme, les modifications apportées au produit peuvent protéger la part de marché que détient une entreprise; à long terme, toutefois, l'introduction de nouveaux produits et de meilleurs substituts aux produits existants est essentielle à la croissance et à la rentabilité de l'entreprise. Et l'évolution technologique rapide des années 90 et l'émergence de l'économie mondiale ont fait ressortir encore davantage la nécessité d'offrir une gamme de produits nouveaux et améliorés pour demeurer concurrentiels.

Dans le cadre de son programme visant à mettre en place un système d'information statistique sur les sciences et la technologie, Statistique Canada a réalisé en 1997 la première enquête sur l'innovation dans le secteur des services. Cette enquête a permis de recueillir des données sur divers aspects de l'innovation, y compris sur l'incidence de l'innovation, la capacité d'innover, les obstacles à l'innovation auxquels sont confrontées les entreprises, la diffusion de l'information dans l'économie, la propriété intellectuelle et les stratégies concurrentielles³.

Le présent article présente, pour la première fois, les résultats sur le secteur des bureaux d'ingénieurs lequel est formé d'entreprises offrant essentiellement des services d'ingénierie (Classification type des industries de 1980, code 7752). Ces services varient d'études de faisabilité à la conception, la gestion et la mise en branle de projets⁴. Les services d'ingénierie occupent une place importante dans l'économie. Ce secteur basé sur le savoir, qui fournit des facteurs

¹ Des versions antérieures du présent article ont été commentées par Don Little et Roland Boudreau.

² Le terme «produit» englobe ici les biens et les services.

³ Les premiers résultats publiés dans Baldwin et coll. (1998) et Hamdani (1999) portaient sur les grands groupes industriels. Les données selon le niveau de classification à quatre chiffres des industries sont publiées ici pour la première fois et proviennent d'un fichier mis à jour qui inclut des renseignements additionnels.

⁴ Pour une liste plus détaillée des services, voir Association (1999).

industry occupies an important position in the economy. It is knowledge-based and, as a provider of inputs in the production of capital goods, plays a key role in the diffusion of up-to-date technologies. Canadian engineering services are in demand worldwide. In 1996, Canadian firms exported \$1.1 billion worth of services (not including the value of work performed by their subsidiaries located abroad), and Canada ranks high in the world for export of engineering services.

Estimates are presented on the prevalence of innovation in the Canadian engineering services industry, sources of ideas for innovations, and the obstacles to innovation experienced by the industry's innovators. Information is also provided about products and processes pending commercialization, and about innovation activities that were suspended or terminated.

Incidence of innovation

Innovation, defined as the first commercial use of an idea, may take the form of a product or a production process.⁵ It may also be an organizational change. Innovation is a relative concept. Products and technologies that were new a few years ago are commonplace, or even obsolete, today. Similarly, what may be new in one country or province may be old in another. This section analyzes innovations made during the reference period from 1994 to 1996. Any new offering made by a firm during this three-year period is assumed to be an innovation. All new offerings are included, whether new only to the firm that introduced them (known as imitative innovation), or new to the world (original innovation).

With the resource-based development of the Canadian economy, Canada's engineering services industry has a long history of designing and implementing projects related to natural resources. It has built a reputation for its project expertise in such fields as oil and gas, forestry and power generation. Its reputation for designing and managing projects in difficult terrain and harsh climate is equally well established. Large firms engaged in engineering projects related to the natural resources are very innovative as are firms specializing in transport engineering. Results show that three-quarters of the industry's large firms (with 100 or more employees) introduced at least one innovation in the 1994-96 period (Chart 1).⁶

⁵ See OECD/Eurostat (1997).

⁶ Firms are categorized into size groups for this study according to the number of people they employ.

entrant dans la production de biens d'équipement, joue en outre un rôle prépondérant dans la diffusion des technologies de pointe. Les services d'ingénierie canadiens sont en demande partout dans le monde. En 1996, les entreprises canadiennes ont exporté des services d'une valeur totalisant 1,1 milliard de dollars (ceci n'inclut pas la valeur du travail fait par leurs filiales à l'étranger) et le Canada figure parmi les premiers au monde pour ses exportations de services d'ingénierie.

Nous présentons dans cet article des estimations sur la prévalence de l'innovation dans le secteur canadien des services de génie; nous traitons également des sources d'idées menant à l'innovation et des obstacles à l'innovation auxquels sont confrontés les innovateurs de ce secteur. Nous présentons aussi des données sur les produits et procédés qui ne sont pas encore commercialisés, ainsi que sur des activités d'innovation qui ont été suspendues ou abandonnées.

Incidence de l'innovation

L'innovation, que l'on définit comme le premier usage commercial d'une idée, peut prendre la forme d'un produit ou d'un procédé de production⁵, ou encore d'un changement organisationnel. L'innovation est toutefois un concept relatif — les produits et les technologies qui étaient nouveaux il y a quelques années sont aujourd'hui devenus usuels, voire obsolètes. De même, ce qui peut être nouveau dans un pays ou une province ne l'est pas nécessairement dans un autre. Dans cette section, nous analysons les innovations qui ont été introduites durant notre période de référence, soit de 1994 à 1996. Toute nouveauté introduite par une firme durant cette période de trois ans est considérée comme une innovation; nous avons inclus toutes les nouveautés, qu'il s'agisse d'une nouveauté seulement pour l'entreprise qui l'a introduite (connue sous le nom d'innovation d'imitation) ou d'une primeur dans le monde entier (innovation originale).

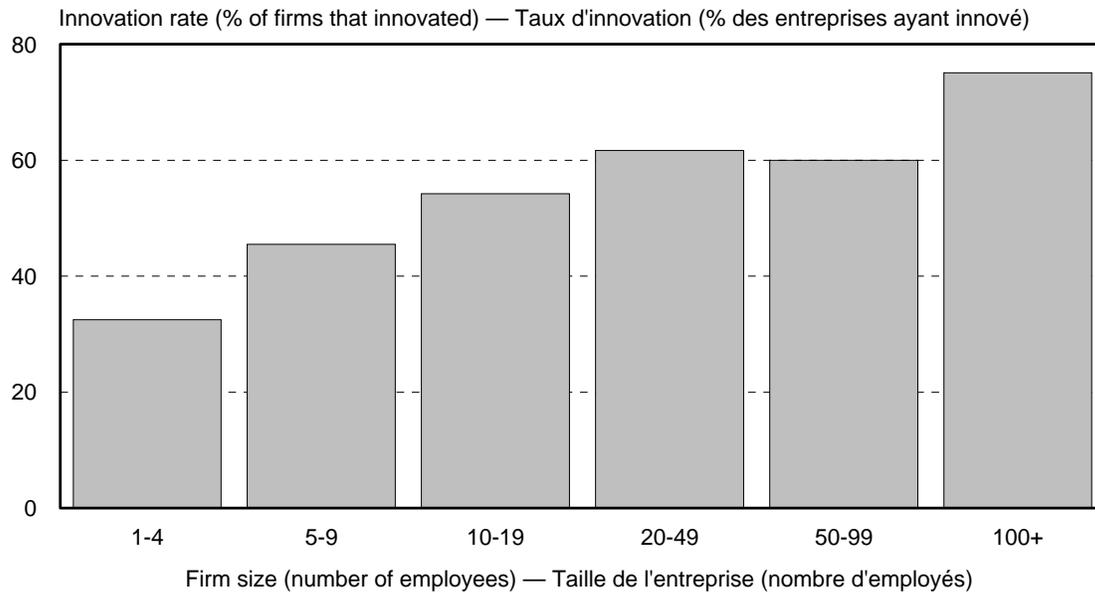
L'essor de l'économie canadienne est fortement tributaire des ressources naturelles et les services de génie canadiens participent depuis longtemps à la conception et la mise en œuvre de projets liés aux ressources naturelles. Ce secteur s'est ainsi acquis une réputation pour son expertise dans des domaines tels que le pétrole et le gaz, la foresterie et la production d'électricité. De même, sa réputation dans la conception et la gestion de projets destinés à des régions de relief accidenté ou de climat rigoureux n'est plus à faire. Les grandes entreprises qui participent aux projets d'ingénierie liés aux ressources naturelles sont très novatrices, tout comme le sont les entreprises spécialisées dans les services d'ingénierie liés au transport. Les résultats obtenus indiquent en effet que les trois quarts des grandes entreprises de ce secteur (celles qui comptent 100 employés et plus) ont introduit au moins une innovation entre 1994 et 1996 (graphique 1)⁶.

⁵ Voir CDE/Eurostat (1997).

⁶ Pour cette étude, les entreprises sont réparties par tranches de taille, en fonction du nombre d'employés.

Chart 1. Larger firms are more likely to innovate

Graphique 1. Les grandes firmes sont plus susceptibles d'innover



Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

The very small firms (with fewer than 5 employees), on the other hand, have low innovation rates. Only one-third reported introducing a new product, a different process or an organizational change. The dichotomy between large and small firms lies partly in the nature of small firms. They are typically relatively less able and willing to bear the risks inherent in the R&D efforts which usually precede the development of new products and processes.

Because of their dominance in terms of numbers,⁷ small engineering services firms have a sizeable effect on the industry's average innovation rate, which was 41% in the 1994-96 period. In order to put the overall innovation rate in perspective, two points should be noted. The product life cycles in the engineering services industry are not as short as in other industries. The three-year time frame to measure innovation in this industry may be too short just as it may be too long for the software development and electronic products industries. A longer time horizon to define innovation might yield different results. Second, the calculation of innovation rate based on the number of firms treats all firms as equal, regardless of their size. Innovation rates for the industry would be considerably higher if larger firms were given commensurately greater weight in the industry-level calculations. This is because the industry consists of a few very large firms and many small firms. For example, the largest two per cent of firms account for 53% of the industry's revenues and 75% of its exports. These largest firms are also, by far, the most innovative.

En revanche, les très petites entreprises (moins de cinq employés) affichent un faible taux d'innovation. De fait, le tiers seulement ont déclaré avoir introduit un nouveau produit, un procédé différent ou un changement organisationnel. Cette dichotomie entre petites et grandes entreprises tient en partie à la nature même des petites entreprises, lesquelles sont généralement relativement moins en mesure et moins disposées à assumer les risques inhérents aux activités de R et D qui précèdent habituellement le développement de nouveaux produits et procédés.

À cause de leur domination quant à leur nombre⁷, les petites entreprises offrant des services de génie ont une incidence appréciable sur le taux d'innovation moyen du secteur, lequel a été de 41 % durant la période 1994-1996. Il convient toutefois d'apporter deux précisions au sujet de ce taux d'innovation global. Premièrement, le cycle de vie des produits dans le secteur des services de génie n'est pas aussi court que dans d'autres secteurs. En conséquence, la période de trois ans qui a été utilisée pour mesurer l'innovation dans ce secteur est peut-être trop courte, alors qu'elle serait peut-être trop longue pour mesurer l'innovation dans le secteur de la conception de logiciels et de produits électroniques; il est donc possible qu'un horizon temporel plus long produirait des résultats différents. Deuxièmement, le fait de calculer le taux d'innovation en fonction du nombre d'entreprises a pour effet de considérer toutes les entreprises comme étant égales, quelle que soit leur taille. Or le taux d'innovation pour l'ensemble du secteur serait beaucoup plus élevé si l'on attribuait aux grandes entreprises un poids plus élevé, qui serait proportionnel à leur taille. Ce secteur ne compte en effet que peu de très grandes firmes contre un grand nombre de petites; or 53 % des recettes du secteur et 75 % de ses exportations sont générées par ces très grandes entreprises qui ne représentent

⁷ Small firms comprise 61% of all firms in the industry.

⁷ Les petites entreprises représentent 61 % de toutes les entreprises du secteur.

Therefore, the economic impact of innovating firms is much more than the 41% average innovation rate, equally weighted by the number of companies, would suggest.

Types of innovation

The type of innovation that a firm introduces reflects its competitive environment, its willingness to take risk, and its strategy to compete. Firms focusing on improvements in processes generally compete in markets which are not expanding and therefore try to increase operational efficiencies in order to maintain or increase their market shares. Firms investing in product development, on the other hand, tend to be growth-oriented businesses that seek or create new markets. The distinction between types of innovation is particularly relevant to services industries which provide intermediate inputs and thus have an effect on client industries. For example, although the direct impact of a service provider's process innovation is primarily on the service firm itself, the introduction of a new product such as a better factory design improves the efficiency of the client that commissioned the design. Of the engineering services firms responding to the survey, 23% reported that they had introduced a process innovation in the 1994-96 period (Table 1).

Product innovations are more common. Some 31% of the engineering services firms replaced an existing product, added a new product to their existing line, or diversified

pourtant que 2 % du secteur. De plus, ces grandes entreprises sont, de loin, les plus novatrices. Par conséquent, l'impact économique des entreprises qui innove est bien supérieur à ce que nous laisse croire le taux d'innovation moyen (41 %), lequel est basé sur le nombre d'entreprises où chacune obtient un poids égal.

Types d'innovation

Le type d'innovation qu'une firme introduit reflète son environnement concurrentiel, sa propension à prendre des risques et sa stratégie concurrentielle. Les entreprises qui concentrent leurs efforts sur l'amélioration de leurs procédés se situent généralement sur des marchés qui ne sont pas en expansion; ces entreprises cherchent, par ces améliorations, à accroître leur efficacité opérationnelle de manière à préserver ou à accroître leur part de marché. À l'opposé, les entreprises qui investissent dans le développement de nouveaux produits ont tendance à viser la croissance et à chercher à exploiter ou à créer de nouveaux marchés. Cette distinction entre le type d'innovation vaut tout particulièrement pour les secteurs de services qui offrent des facteurs intermédiaires et qui exercent ainsi un effet sur leurs clients. Par exemple, bien que l'innovation d'un procédé par un dispensateur de service ait une incidence directe sur l'entreprise de services proprement dite, l'introduction d'un nouveau produit, comme une meilleure conception de l'usine, améliore également l'efficacité du client qui a commandé la conception. Parmi les firmes offrant des services de génie qui ont répondu à l'enquête, 23 % ont déclaré avoir introduit une innovation touchant les procédés entre 1994 et 1996 (tableau 1).

Les innovations relatives aux produits sont plus répandues. Ainsi, quelque 31 % des firmes d'ingénierie ont remplacé un produit existant, en ont ajouté un nouveau à leur gamme existante ou ont diversifié

Table 1. Engineering services firms' innovation rates, by type

Type of Innovation	Innovation rate (% of firms) Taux d'innovation (% des entreprises)
Firms introducing:	
Any innovation (product, process or organizational change)	40.7
Product innovation*	30.5
Process innovation*	23.2
Organizational change*	15.6
All three types of innovation	7.7
Product and process innovation	15.6
Product innovation and organizational change	12.0
Product innovation only (no other type of innovation)	10.7
Process innovation only (no other type of innovation)	6.6
Organizational change only (no other type of innovation)	2.5

Tableau 1. Taux d'innovation des entreprises offrant des services d'ingénierie, selon le type

Type d'innovation	Taux d'innovation (% des entreprises)
Firmes introduisant :	
Toute innovation (produit, procédé ou changement organisationnel)	40.7
Innovation en matière de produits*	30.5
Innovation en matière de procédés*	23.2
Changement organisationnel*	15.6
Trois types d'innovation	7.7
Innovation en matière de produits et procédés	15.6
Innovation en matière de produits et changement organisationnel	12.0
Innovation en matière de produits seulement (aucun autre type d'innovation)	10.7
Innovation en matière de procédés seulement (aucun autre type d'innovation)	6.6
Changement organisationnel seulement (aucun autre type d'innovation)	2.5

Source: Statistics Canada (Science, Innovation and Electronic Information Division), *Survey of Innovation* — Statistique Canada (Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique), *Enquête sur l'innovation*

Innovation rate is defined as the number of firms reporting an innovation expressed as a percentage of the total number of firms. The total number of engineering services establishments in this study was 6,435. — Le taux d'innovation se définit comme le nombre d'entreprises déclarant une innovation, en pourcentage du nombre total d'entreprises. Le nombre total d'établissements offrant des services d'ingénierie dans cette étude était de 6 435.

* Indicates that firms also introduced other types of innovations. — Indique que l'entreprise a aussi introduit d'autres types d'innovation.

into new product lines. Most of these new product innovations were imitative, but a number of firms claimed innovations that were new to the world. Such original innovations reflect the advanced technological abilities of Canadian firms, establishing them as problem solvers, and yield high returns on investment until other firms start adopting them, thereby creating more competition.

While classifying firms according to the type of innovation sheds light on their innovation and competitive strategies, fewer firms undertake only one type of innovation. To some extent, product and process innovations go hand in hand, as a new product may necessitate a change in the production process. Alternatively, adoption of more flexible production processes enables firms to offer more products. Survey findings confirm this. Only 11% of firms reported they introduced a new product without altering their production process or making an organizational change. The number of firms changing production processes but not introducing a new or substantially improved product was 7%.⁸

Of the three types of innovation, organizational change is the least common, with only 16% of the firms implementing it (Table 1). Since firms do not reconceptualize their work often, the need for a major strategic reorientation occurs infrequently, and organizational changes usually coincide with the appearance of a new chief executive officer. It is also relatively more difficult to implement because it involves dealing with attitudes, values and human behaviour. The success of significant organizational changes designed to change the strategic orientation of firms often depends on the cultivation of new values and behaviours.

Organizational changes are usually accompanied by, or lead to, other types of innovation. New products are often introduced, and there may be changes to the methods of production or to the ways of delivering services. Fully 83% of the firms implementing an organizational change reported that they also adopted more efficient production processes or introduced new products to the market. In some instances, however, new products or processes did

leurs activités en offrant de nouvelles gammes de produits. La plupart de ces innovations touchant les produits étaient le fruit d'imitations, bien qu'un certain nombre d'entreprises aient revendiqué des nouveautés dans le monde entier. Ces dernières innovations témoignent des capacités technologiques avancées des firmes canadiennes et confirment ainsi leur réputation comme entreprises aptes à résoudre des problèmes; ces innovations génèrent en outre un rendement élevé sur les sommes investies, jusqu'au moment où d'autres entreprises commencent à les adopter, ce qui crée une plus grande concurrence.

Bien que la classification des entreprises selon le type d'innovation renseigne sur leurs stratégies d'innovation et stratégies concurrentielles, peu de firmes privilégient un seul type d'innovation. Dans une certaine mesure, les innovations en matière de produits et de procédés vont de pair, puisque l'introduction d'un nouveau produit peut nécessiter la modification du procédé de production. Ou encore, l'adoption de procédés de production plus souples permet à une entreprise d'offrir davantage de produits. Les conclusions de l'enquête confirment ces allégations. De fait, seulement 11 % des firmes ont déclaré avoir introduit un nouveau produit sans avoir modifié leur procédé de production ou leur processus organisationnel. De même, la proportion d'entreprises ayant modifié leurs procédés de production sans introduire des produits nouveaux ou substantiellement améliorés n'a été que de 7 %⁸.

Parmi les trois types d'innovation, les changements organisationnels sont les moins fréquents, seulement 16 % des firmes y ayant recours (tableau 1). Comme les firmes ne procèdent pas souvent à nouvelle conceptualisation de leur organisation, il est peu fréquent que l'entreprise doive procéder à une réorientation stratégique majeure, et les changements organisationnels coïncident habituellement avec l'arrivée d'un nouveau directeur général. Par ailleurs, les changements organisationnels sont relativement plus difficiles à mettre en œuvre, car ils ont une incidence sur les attitudes, les valeurs et les comportements humains. Le succès d'importants changements organisationnels visant à modifier l'orientation stratégique d'une entreprise dépend souvent de la mise en place de nouvelles valeurs et de nouveaux comportements.

En règle générale, les changements organisationnels s'accompagnent, ou sont le résultat, d'autres types d'innovation. De nouveaux produits sont souvent lancés sur le marché et ceux-ci peuvent s'accompagner de modifications aux méthodes de production ou au mode de prestation des services. Au moins 83 % des firmes ayant procédé à un changement organisationnel ont déclaré avoir aussi adopté des procédés de production plus efficaces ou lancé de nouveaux produits sur le marché. Dans certains cas, toutefois, les

⁸ The distinction between product and process innovations, while easily applied to the manufacturing industries, is not as clear-cut in the service sector, including the engineering services industry. Compared to firms in other industries, engineering services firms experienced difficulties classifying their innovations into these categories. Some 18.4% of the innovating firms noted that they had difficulty deciding, based on the definitions provided, whether to classify their innovation as a product or a process innovation.

⁸ La distinction entre l'innovation axée sur les produits et celle axée sur les procédés, bien que facilement perceptible dans le secteur manufacturier, n'est pas aussi nette dans le secteur des services, y compris dans le secteur des services de génie, et les firmes de ce secteur ont eu plus de difficulté que celles d'autres secteurs à répartir leurs innovations en fonction de ces catégories. Ainsi, quelque 18,4 % des firmes novatrices ont déclaré avoir eu de la difficulté à déterminer, sur la base des définitions fournies, s'il s'agissait d'une innovation touchant un produit ou un procédé.

not accompany or follow an organizational change. Some firms may first want to discontinue products that no longer meet their financial or strategic objectives before introducing new ones. Only 17% of firms reporting an organizational change had not yet introduced new products or more efficient methods of production or distribution.⁹

Launching a new product, employing a new production technology or making a significant organizational change — each is a challenge in itself. Concurrently introducing all three together is a formidable undertaking. Therefore, it is not surprising that only 8% of all engineering services firms introduced all three types of innovations in the reference period.

Innovation activity underway, suspended or terminated

The analysis has so far focused on innovators and non-innovators, that is, firms that commercialized a new product or process, or made a significant organizational change and firms that did not. It does not tell us anything about firms that made an effort to innovate though they may not have succeeded. This type of information is useful in the study of firms' innovation behaviour because it helps to separate firms that are willing to take the risks inherent in innovation from those that are not. Risk takers pursue innovation as a strategy. They look for opportunities to develop and commercialize new products, improve existing ones or employ more efficient processes in the production and delivery of products. They do not always succeed but the risk of failure does not deter them from trying. In contrast, risk averters shy away from investing in new products and processes for fear of failure.

There are two approaches to identifying these two groups. The first approach is to include questions in the survey instrument about practices generally associated with innovation strategy such as whether the respondents have a mission statement, written strategy or objectives. Observance of such practices is taken to be an indication of a firm's commitment to innovation. However, such an approach is less than optimal for industries with many small firms because small firms are less likely to observe such practices, but may nevertheless be taking risks in an effort to innovate.

The Survey of Innovation adopted a different approach. It gathered information on innovation effort, defined as ongoing (in-progress but not yet completed) activities and suspended or terminated activities. In addition to asking

changements organisationnels n'ont pas été accompagnés, ou suivis, de l'introduction de nouveaux procédés ou produits, certaines firmes préférant peut-être cesser la production de produits qui ne répondent plus à leurs objectifs financiers ou stratégiques avant d'en introduire de nouveaux. Seulement 17 % des firmes ayant déclaré un changement organisationnel n'avaient pas encore introduit de nouveaux produits ou des méthodes de production ou de distribution plus efficaces⁹.

Qu'il s'agisse du lancement d'un nouveau produit, de l'emploi d'une nouvelle technique de production ou de l'introduction d'un changement organisationnel important, chacune de ces innovations est un défi en soi, et ce défi devient d'autant plus considérable lorsque les trois sont introduites concurremment. Aussi n'est-il pas surprenant que seulement 8 % de toutes les firmes d'ingénierie aient introduit les trois types d'innovation durant la période de référence.

Innovation en cours, interrompue ou abandonnée

Notre analyse a porté jusqu'à maintenant sur la différence entre innovateurs et non-innovateurs, c'est-à-dire entre les firmes qui ont commercialisé un nouveau produit ou procédé ou qui ont introduit un changement organisationnel important et celles qui ne l'ont pas fait. Or cette analyse ne nous renseigne pas sur les entreprises qui ont tenté d'innover, mais peut-être sans succès. Ce type d'information est utile pour étudier le comportement des entreprises en matière d'innovation, car il permet d'établir une distinction entre les firmes prêtes à prendre les risques inhérents à l'innovation et les autres qui ne le sont pas. Les entreprises qui prennent des risques font de l'innovation une de leurs stratégies. Elles cherchent les occasions de développer et de commercialiser de nouveaux produits, d'améliorer les produits existants ou d'utiliser des procédés de production et de livraison plus efficaces. Même si elles ne réussissent pas toujours, le risque d'échec ne les empêche pas d'essayer. À l'inverse, les entreprises qui ne prennent pas de risque évitent d'investir dans de nouveaux produits ou procédés, par crainte d'échouer.

Deux méthodes peuvent être utilisées pour faire la distinction entre les deux groupes. La première consiste à inclure des questions dans l'instrument d'enquête sur les pratiques généralement associées à la stratégie d'innovation, par exemple la formulation d'un énoncé de mission, d'une stratégie écrite ou d'objectifs. Le recours à de telles pratiques est considéré comme une indication de l'engagement de l'entreprise à innover. Une telle méthode est toutefois loin d'être optimale pour les secteurs qui comptent un grand nombre de petites entreprises, car celles-ci sont moins susceptibles d'adopter de telles pratiques, ce qui ne les empêche pas pour autant de prendre des risques dans un effort d'innover.

Pour l'Enquête sur l'innovation, une approche différente a été utilisée. Celle-ci a consisté à recueillir de l'information sur les efforts d'innovation, définis comme des activités continues (en cours et pas encore complétées) ou encore des activités interrompues ou

⁹ These firms comprise 2.5% of all firms in the industry.

⁹ Ces firmes représentent 2,5 % de l'ensemble des firmes du secteur.

whether respondents introduced a new product, process or a change in organization, firms were asked whether they undertook any innovation activity which did not result in the commercialization of a new product or process. Firms responding in the affirmative were further asked about the status of the activity — whether it was ongoing or whether it had been suspended or terminated. Note that the innovators were not excluded because they too could have either suspended some innovation activities or had ongoing projects.

An analysis of firms reporting an ongoing or suspended activity provides useful insights into the innovation behaviour of the industry. Our main interest is to find out whether the firms that did not introduce an innovation during 1994-96 still made an effort to innovate. The results indicate that, during the 1994-96 period, non-innovating firms were only one-fifth as likely as innovating firms to have had ongoing innovation activities, or innovation activities that were suspended or terminated. The non-innovating firms therefore appear to be far more risk averse than those firms which did introduce an innovation.

There are several possible explanations of why some firms are averse to the search for, and development of, new products and processes. First, the structure of the industry has much to do with it. Nearly three-quarters of the firms that neither innovated nor made an effort to innovate were small. Many of these firms depend on repeat business from their existing clients. Offers of new untested products are less likely to appeal to potential new clients unless the benefits are demonstrable. This is not an easy task. Innovations tend to be of more interest to small firms only if they can enable them to better compete on the basis of cost. Otherwise they would rather wait for someone else to make a breakthrough, before adopting it.

Corporate culture may also be a factor. The management style, organizational structure and operating philosophy of a firm greatly influence its tolerance for risk and its ability to innovate. Organizational problems were identified as a key obstacle to innovation in the 1960s, and management practices and planning attitudes were major deterrents in the 1980s.¹⁰

Innovative firms share certain characteristics, which transcend national and cultural boundaries, size, type of industry, etc.¹¹ Many have a certain leadership and management style. This is particularly true of research and professional service organizations which are in the

abandonnées. En plus d'avoir à indiquer si elles avaient introduit un nouveau produit, procédé ou un changement organisationnel, les firmes devaient dire si elles avaient entrepris des activités d'innovation qui n'avaient pas abouti à la commercialisation d'un nouveau produit ou procédé. Les firmes répondant dans l'affirmative devaient ensuite préciser la nature de cette activité — si celle-ci était toujours en cours ou si elle avait été interrompue ou abandonnée. À noter que les innovateurs n'ont pas été exclus, car ces firmes pouvaient elles aussi avoir mis un terme à certaines activités d'innovation ou avoir des projets en cours.

Une analyse des firmes déclarant des activités en cours ou interrompues fournit de précieux renseignements sur le comportement du secteur en matière d'innovation. Nous cherchons principalement à savoir si les entreprises qui n'ont pas introduit d'innovation entre 1994 et 1996 ont néanmoins fait l'effort d'innover. Les résultats obtenus indiquent que, durant la période 1994 à 1996, la probabilité pour les non-innovateurs d'avoir réalisé des activités d'innovation, ou d'avoir interrompu ou abandonné pareilles activités, n'a été que d'un cinquième de celle observée chez les firmes innovantes. La perspective de prendre des risques semble donc déplaire davantage aux non-innovateurs qu'aux firmes qui ont introduit une innovation.

Plusieurs facteurs peuvent expliquer pourquoi certaines entreprises sont peu disposées à chercher ou à mettre au point de nouveaux produits ou procédés. Il y a d'abord la structure du secteur qui, dans le cas présent, a une grande incidence. Près des trois quarts des entreprises qui n'ont, ni innové, ni fait d'efforts en vue d'innover, étaient petites. Un grand nombre de ces entreprises dépendent de la fidélité de leurs clients actuels et l'offre de nouveaux produits non testés est moins susceptible de plaire à des nouveaux clients potentiels, à moins que ces produits ne procurent des avantages démontrables — ce qui n'est pas facile à démontrer. En conséquence, les innovations n'ont tendance à intéresser les petites entreprises que si elles peuvent leur permettre d'être plus concurrentielles au plan des prix. Sinon, ces entreprises préféreront attendre que d'autres introduisent l'innovation avant de l'adopter.

La culture d'entreprise peut être un autre facteur qui entre en jeu. Le style de gestion, la structure organisationnelle et la philosophie de fonctionnement d'une entreprise influent considérablement sur sa tolérance à l'égard des risques et sa capacité d'innover. Les problèmes organisationnels ont été définis comme un obstacle majeur à l'innovation durant les années 60, et les pratiques de gestion et les attitudes en matière de planification ont été des obstacles majeurs durant les années 80¹⁰.

Les entreprises qui innoveront ont en commun certaines caractéristiques qui dépassent les frontières nationales et culturelles, la taille, le type d'industrie, etc.¹¹. Bon nombre d'entre elles préconisent un certain style de leadership et de gestion, et ceci vaut tout particulièrement pour les organismes de recherche et de services

¹⁰ For more details please see Booz, Allen and Hamilton (1982).

¹¹ See Quinn (1985).

¹⁰ Pour plus de détails, voir Booz, Allen et Hamilton (1982).

¹¹ Voir Quinn (1985).

business of providing solutions. Such firms have a unique organizational structure, described by some as an “ad hocracy”, as opposed to “machine” organizations with standardized procedures to produce standardized outputs. The decision-making authority in “ad hocracies” typically rests with experts and professionals, regardless of their position. The traditional command-and-control type managers, who play a significant role in “machine” organizations, are frequently limited to liaison-type functions in innovative organizational structures.¹²

Innovation ideas come from clients

The journey of an idea from its inception to innovation is long and arduous. It must travel through as many as a dozen stages and at each stage pass the scrutiny of gatekeepers before it can be developed into a product or process. Even after it is commercialized there is no guarantee that it will meet the company’s financial or strategic objectives. As a result, very few ideas make it to the market. Given the very high attrition rates, firms must keep a significant stock of ideas and replenish it regularly.

While research remains an important source of knowledge, firms have been gathering intelligence for years via their expanding networks and alliances to predict changes in buyers’ preferences and to reduce uncertainty caused by the unpredictable actions of their competitors. Interlocking directorships, for example, facilitate the exchange of ideas between companies at the policy level. Secondments of executives and professionals result in an interchange of ideas at the operating level. Further, the marketplace provides an important mechanism for the transmission of knowledge and information throughout the economy. By rewarding good business decisions and punishing bad judgments, it continuously reallocates jobs between companies and between industries, bringing about a circulation of people who take their knowledge and experience with them to their new employers.¹³

There is much interest in knowing which sources, other than research, firms rely on to acquire knowledge. Of particular interest is how firms that do not undertake research nevertheless obtain information that leads to innovation. The Survey of Innovation covered several sources of such information ranging from small talk in social gatherings to R&D. Since firms may simultaneously use several sources, it was necessary to find out what

professionnels dont la mission est de fournir des solutions. Ces entreprises ont une structure organisationnelle unique que certains qualifient d’«adhocratie», c’est-à-dire une structure destinée à un usage précis; ces entreprises diffèrent des organismes «normalisés» qui, eux, utilisent des méthodes normalisées pour la fabrication de produits standardisés. Dans le premier type, dit adhocratie, le pouvoir décisionnel appartient généralement à des spécialistes et des professionnels, quel que soit leur poste. Pour leur part, les gestionnaires habituels de commande et contrôle, qui jouent un rôle important dans les organismes «normalisés», sont souvent limités à assumer des fonctions de liaison au sein des structures organisationnelles novatrices¹².

Idées émanant des clients

Le cheminement d’une idée, depuis sa formulation jusqu’à l’innovation, est un processus long et ardu. L’idée doit passer par une douzaine d’étapes et faire l’objet, à chacune de ces étapes, d’un examen minutieux avant d’aboutir à un produit ou un procédé. Même après sa commercialisation, l’entreprise n’a aucune garantie que l’innovation répondra à ses objectifs financiers ou stratégiques. C’est ce qui explique que très peu d’idées réussissent à arriver sur le marché; étant donné ce très haut taux d’attrition, les firmes doivent maintenir une importante réserve d’idées et la renouveler régulièrement.

Bien que la recherche demeure une source importante de connaissances, les entreprises obtiennent des informations depuis des années par le biais de leurs réseaux et alliances élargis qui les aident à prévoir les changements dans les préférences des acheteurs et à réduire l’incertitude associée aux actions imprévisibles de leurs concurrents. L’imbrication des postes d’administration est un des moyens qui facilite l’échange d’idées entre les entreprises au sujet des politiques. Le détachement de cadres supérieurs et de professionnels en est un autre, qui favorise l’échange d’idées au niveau opérationnel. Le marché constitue quant à lui un important mécanisme pour la transmission des connaissances et de l’information dans l’ensemble de l’économie. En récompensant les bonnes décisions opérationnelles et en sanctionnant les mauvaises, le marché assure une réaffectation continue des emplois entre les entreprises et entre les secteurs d’activités, donnant ainsi lieu à une circulation de personnes qui mettent à profit leurs connaissances et leur expérience dans leur nouvel emploi¹³.

Il est une question qui suscite un grand intérêt et c’est de savoir quelles sources, autres que la recherche, sont utilisées par les entreprises pour acquérir des connaissances, et plus particulièrement de savoir comment les firmes qui ne font pas de recherche réussissent néanmoins à obtenir l’information qui mène à l’innovation. L’Enquête sur l’innovation a examiné plusieurs de ces sources, depuis l’information obtenue de conversations à celles recueillies lors d’activités sociales ou par le biais de la R et D. Comme les entreprises

¹² See Mintzberg (1988).

¹³ See Hamdani (1998a).

¹² Voir Mintzberg (1988).

¹³ Voir Hamdani (1998a).

importance they attach to each source. To assess this, respondents were asked to not only identify the sources of their information, but also to rank them on a scale of 1 to 5, with a score of 1 indicating the least important, 4 indicating very significant and 5 signifying crucial. The data presented below (Table 2) pertains to the percentage of firms identifying a source as very significant or crucial.

Notwithstanding the fact that engineering services industry is R&D-intensive, clients emerge as the industry's most important source of ideas for innovation. Unlike firms in the construction industry which tend to get ideas from their suppliers,¹⁴ firms providing engineering services interact a good deal with their clients. The specifications of clients and the unique problems they bring provide engineering services firms with an opportunity to find unique solutions. Over 70% of the firms viewed their clients as a very significant or crucial source of ideas.

While market-orientated sources of ideas rank at the top, the importance of R&D as the original source of knowledge creation is also acknowledged. Path-breaking inventions and radical innovations are less likely to happen without breakthroughs from research even though a client's

peuvent utiliser plusieurs sources simultanément, il s'est avéré nécessaire de déterminer quelle importance était accordée à chacune. Pour évaluer ceci, les répondants devaient, non seulement identifier leurs sources d'information, mais également les classer selon une échelle de 1 à 5, la note 1 indiquant les sources les moins importantes, 4 les sources très importantes et 5, les sources primordiales. Les données présentées ci-après (tableau 2) font référence au pourcentage d'entreprises ayant défini une source comme très importante ou primordiale.

Nonobstant le fait que le secteur des services de génie est un secteur à forte intensité de R et D, les clients sont ressortis comme la plus importante source d'idées novatrices pour ce secteur. Contrairement aux firmes du secteur de la construction qui ont tendance à tirer leurs idées de leurs fournisseurs¹⁴, les firmes qui offrent des services de génie interagissent beaucoup avec leurs clients. Les spécifications des clients et les problèmes uniques qu'ils soumettent offrent aux firmes d'ingénieurs l'occasion de trouver des solutions uniques. Plus de 70 % des firmes considèrent leurs clients comme une source très importante ou primordiale d'idées.

Bien que les sources d'idées axées sur le marché arrivent en tête, les entreprises reconnaissent également l'importance de la R et D comme source de création de savoir. De fait, les inventions révolutionnaires et les innovations radicales sont moins susceptibles de se produire sans recherche, et ce même si c'est l'examen du

Table 2. Sources of ideas for innovation

Sources of ideas	% of innovators rating as very important or crucial
	% des innovateurs jugeant le facteur très important ou primordial
Ideas internal to firm	
Management	48.1
Marketing division	38.2
Production workers	32.8
In-house R&D	50.0
Other	8.2
Ideas external to firm	
Clients	70.3
Competitors	41.7
Suppliers	36.6
Technology acquisition	27.5
Consultants	21.8
Ideas from generally available sources	
Conferences, meetings, publications	40.1
Fairs and exhibitions	15.6
Government information programs	20.2
Social gatherings	11.8
Patent literature	12.1
Ideas from education and research institutes	
Higher educational institutions	29.9
Private research institutes	13.4
Government research institutions	19.4

Tableau 2. Sources d'idées d'innovation

Sources d'idées
Idées provenant de l'entreprise
Gestion
Service du marketing
Travailleurs affectés à la production
R-D interne
Autre
Idées provenant de l'extérieur
Clients
Concurrents
Fournisseurs
Acquisition de technologies
Experts-conseils
Idées provenant de sources généralement accessibles
Conférences, réunions, publications
Foires et expositions
Programmes d'information gouvernementaux
Activités sociales
Documentation sur les brevets
Idées provenant d'établissements d'enseignement et d'instituts de recherche
Établissements d'enseignement supérieur
Instituts de recherche privés
Instituts de recherche publics

Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

¹⁴ 72% of the construction firms cited suppliers as the most common source of information on advanced technologies. See Statistics Canada (1999).

¹⁴ Dans le secteur de la construction, 72 % des entreprises ont indiqué les fournisseurs comme principale source d'information sur les technologies de pointe. Voir Statistique Canada (1999).

problem may have triggered the research. In-house R&D ranked high as the source of innovation. Respondents also noted the importance of the institutions of higher learning and research, both private and public, and professional conferences and literature.

However, ideas can spring from anywhere — from clients, competitors, research, and even small talk. Social gatherings among professionals ranked similarly to searches of patent literature as an inspiration for innovation. Over 10% of the respondents gave each a ranking of crucial or very significant.

Barriers to innovation

Barriers to innovation can arise from uncertainties regarding the financial feasibility of a project, the risk of it getting rejected in the marketplace, and the functional characteristics of the firm undertaking an innovation project. The Survey identified more than a dozen possible barriers, including the possibility of not being able to fully appropriate the benefits of the innovation because it may be copied by competitors. Cost and access to sources of capital was another category. The availability of inputs and institutional factors were also listed. As with the sources of ideas, respondents were asked to indicate the importance of any barrier they encountered while developing new products and processes.

The obstacles an innovator faces and the degrees of difficulty presented by such barriers depend on the novelty of innovation and the innovators' experience with developing new products and processes. Barriers faced by a small firm are likely to be different from those encountered by a large firm. Moreover, the longer the time period needed to bring an idea to the market, the more difficult it is to predict its outcome, forecast its cost and assess its success in the market.

High costs, difficulties in forecasting expenditures, and feasibility risks were among the most important barriers to innovation (Table 3). Research is essentially an experimental activity and may or may not lead to an innovation. Further, a firm must balance the current costs of innovation against what it anticipates is the present value of the future flow of income streams from the project. The longer it takes to commercialize an idea, the more difficult it becomes to manage overruns and risks and to accurately forecast an outcome. Some respondents noted that ten years passed from when they first made significant human and capital investments to when a product or process became commercialized. Difficulties in obtaining equity capital and venture capital were also cited as important impediments.

problème d'un client qui est à l'origine de ces recherches. La R et D interne figure donc elle aussi parmi les premières sources d'innovation. Les répondants ont aussi souligné l'importance des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, privés et publics, ainsi que des conférences professionnelles et de la documentation.

Les idées peuvent toutefois surgir de partout — des clients, des concurrents, de la recherche et même des conversations courantes. Les activités sociales entre professionnels ont ainsi été classées au même rang que la consultation de la documentation sur les brevets, comme source d'inspiration pour innover. Plus de 10 % des répondants ont accordé à chacune de ces sources une importance très grande, voire primordiale.

Obstacles à l'innovation

Les obstacles à l'innovation peuvent provenir des incertitudes quant à la faisabilité financière d'un projet, du risque que celui-ci soit rejeté sur le marché ou même des particularités fonctionnelles de la firme qui réalise le projet d'innovation. L'Enquête a mis en lumière plus d'une douzaine d'obstacles potentiels parmi lesquels figure la crainte de ne pouvoir tirer pleinement profit de l'innovation, si celle-ci est copiée par les concurrents. Le coût et l'accès aux sources de capital constituent une autre catégorie d'obstacles, de même que la disponibilité des facteurs de production et les facteurs liés au type d'entreprise. Comme dans le cas des sources d'idées, les répondants devaient indiquer l'importance de tout obstacle ayant surgi durant la mise au point de nouveaux produits ou procédés.

Les obstacles auxquels un innovateur fait face et le degré de difficulté associé à ces obstacles dépendent du caractère nouveau de l'innovation et de l'expérience de l'innovateur dans la mise au point de nouveaux produits et procédés. De plus, les obstacles qui se présentent pour une petite entreprise diffèrent probablement de ceux qui se posent pour une grande entreprise. En outre, plus il faut de temps pour amener une idée sur le marché, plus il est difficile d'en prévoir le résultat et le coût et aussi d'évaluer le succès qu'elle aura sur le marché.

Les coûts élevés, la difficulté à prévoir les dépenses futures et les risques liés à la faisabilité sont parmi les principaux obstacles à l'innovation (tableau 3). La recherche est essentiellement une activité expérimentale qui peut, ou non, mener à l'innovation. L'entreprise doit également soupeser les coûts actuels de l'innovation en regard de ce qu'elle prévoit être l'apport futur de revenu que générera le projet. Or plus il faut de temps pour commercialiser une idée, plus il devient difficile de gérer les dépassements et les risques et de prévoir avec exactitude les résultats de l'innovation. Certains répondants ont indiqué qu'il s'était écoulé dix ans, entre le moment où ils avaient fait les premiers investissements majeurs en termes de ressources humaines et financières et celui où le produit ou le procédé avait été commercialisé. La difficulté à obtenir des capitaux propres et du capital de risque a été citée comme un autre obstacle majeur.

Table 3. Barriers to innovation, 1994-96

Tableau 3. Obstacles à l'innovation, 1994-1996

Barriers	% of innovators rating as very significant or crucial	Obstacles
	% des innovateurs jugeant l'obstacle très important ou primordial	
Market-related		Obstacles liés au marché
High risk related to feasibility	34.6	Risque élevé lié à la faisabilité
Risk of product being rejected in the marketplace	34.3	Risque que le produit soit rejeté sur le marché
Innovation easily imitated	30.1	Innovation facilement copiée
Cost-related		Obstacles liés aux coûts
Cost difficult to predict	38.7	Difficulté de prévoir les coûts
High cost	43.7	Coûts élevés
Long amortization period	32.8	Longue période d'amortissement
Input-related		Obstacles liés aux facteurs de production
Lack of equity capital	37.2	Manque de fonds propres
Lack of outside capital	35.5	Manque de capitaux extérieurs
Lack of qualified personnel	26.7	Manque de personnel qualifié
Lack of technical equipment	13.7	Manque d'équipement technique
Institutional		Obstacles liés au type d'entreprise
Internal resistance to innovation	5.8	Résistance interne à l'innovation
Long administrative approval	7.1	Long processus administratif d'approbation
Legislative or legal restrictions	9.8	Restrictions inhérentes aux lois ou règlements

Source: Statistics Canada, *Survey of Innovation* — Statistique Canada, *Enquête sur l'innovation*

However, the availability of qualified and skilled personnel was not viewed as a major obstacle, ranking ninth in a list of thirteen barriers. Only 27% of the firms identified it as a very significant or crucial barrier, compared to 44% for high cost and 39% for difficulties in predicting costs. This could partly be due to the availability and use of consultancy services in the industry.¹⁵ Firms that cannot afford to retain experts full-time can hire consultants whenever the need arises. Consultants are often familiar with the latest technological developments, and are therefore a means for small firms to acquire the state-of-the-art technologies and skills.

The use of consultancy services, however, raises the question of the protection of intellectual property. Although it is a serious issue, it may be of less concern in service industries where products are more easily imitated and firms may rely on trademarks and brand names and the complexity of innovation to stay competitive.

Conclusions

Large engineering services firms are very innovative, with three out of four firms introducing innovations from 1994 to 1996. By comparison, the innovation rate among smaller firms is only 33%. Despite the R&D intensity of the industry, engineering services firms view clients as the most

¹⁵ See Hamdani (1998b).

En revanche, la disponibilité de personnel qualifié n'a pas été perçue comme une entrave majeure, ce facteur venant au neuvième rang sur une liste de treize obstacles. Seulement 27 % des firmes ont jugé cet obstacle très important ou primordial, comparativement à une proportion de 44 % pour ce qui est des coûts élevés et de 39 % pour la difficulté à prévoir les coûts. Ces résultats au sujet de la disponibilité du personnel pourraient s'expliquer en partie par la disponibilité et l'utilisation des services de conseils dans le secteur¹⁵. Ainsi, les firmes qui n'ont pas les moyens de retenir les services de spécialistes à temps plein peuvent embaucher des experts-conseils sur une base ponctuelle, lorsque le besoin se présente. Qui plus est, ces experts-conseils sont souvent bien au fait des plus récents progrès technologiques et constituent donc un moyen pour les petites entreprises d'acquérir des technologies et des compétences de pointe.

Le recours à des services d'experts-conseils soulève toutefois la question de la protection de la propriété intellectuelle. Bien qu'importante, cette question suscite peut-être moins d'inquiétude dans les entreprises de services, où les produits sont plus facilement copiés et où les entreprises peuvent se fier sur les marques de commerce et les noms commerciaux et sur la complexité de l'innovation pour demeurer concurrentielles.

Conclusions

Les grandes firmes offrant des services de génie sont très innovatrices, les trois quarts d'entre elles ayant introduit une innovation entre 1994 et 1996. En revanche, le taux d'innovation parmi les petites entreprises n'a été que de 33 %. En outre, malgré l'intensité de la R et D dans ce secteur, les firmes d'ingénieurs considèrent leurs clients

¹⁵ Voir Hamdani (1998b).

important source of ideas for their innovation. In-house R&D ranked high as a source of innovation. Respondents also noted the importance of institutions of higher learning and research, both private and public, and professional conferences and literature.

Firms cited high costs, difficulties in predicting expenditures, feasibility risks and difficulties in obtaining capital as the most important barriers to innovation. Meanwhile the availability of qualified and skilled personnel was not viewed as a major obstacle.

References

Association of Consulting Engineers of Canada (1999), *The Business of Canadian Engineering*, Ottawa.

Baldwin, John, Guy Gellatly, Joanne Johnson and Valerie Peters (1998), *Innovation in Dynamic Service Industries*, Statistics Canada, Catalogue No. 88-516-XPB

Booz, Allen & Hamilton Inc. (1982), *New Products Management for the 1980's*, New York, N.Y., Booz, Allen & Hamilton Inc.

Hamdani, Daood (1997), "Differences between Exporting and Non-exporting Engineering Services Firms in Canada," *Proceedings of the 5th annual Statistics Canada Conference*, Ottawa.

Hamdani, Daood (1998a), "Job Gains and Job Losses: A Study of the Service Sector", *Services Indicators*, 1st Quarter, Statistics Canada, Catalogue. No. 63-016-XPB

Hamdani, Daood (1998b), *Innovation and Labour Skills in the Engineering Services Industry*, paper presented at the workshop on Conceptualizing and Measuring Innovation in Services at the Centre for Research in Innovation and Competitiveness, The University of Manchester, U.K. May.

Hamdani, Daood (1999), "The Use of the Internet and Electronic Commerce in the Canadian Banking and Insurance Industry", John de la Mothe and Gilles Pacquet (ed.), *Information, Innovation and Impacts*, Boston: Mass., Kluwer.

Mintzberg, Henry (1979), *The Structure of Organizations*, New York, Prentice Hall.

Mintzberg, Henry, Suzanne Otis, Jamal Shamsie and James A. Waters (1988), "Strategy of Design: A Study of 'Architects in Co-Partnership'" in J. Grant (ed.) *Strategic Management Frontiers*, JAI Press.

OECD, Eurostat (1997), *Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, Paris: OECD/Eurostat.

Quinn, James Brian (1985), "Managing Innovation: Controlled Chaos", *Harvard Business Review*, May-June.

Statistics Canada, *The Daily*, October 26, 1999.

comme leur principale source d'idées en matière d'innovation, bien qu'elles réservent aussi une grande place à la R et D interne. Les répondants ont également souligné l'importance des établissements d'enseignement supérieur et de recherche, autant privés que publics, ainsi que des conférences professionnelles et de la documentation spécialisée.

Enfin, les firmes ont indiqué les coûts élevés, la difficulté à prévoir les dépenses, les risques liés à la faisabilité et la difficulté à obtenir des capitaux comme étant les principaux obstacles à l'innovation. En revanche, la disponibilité de personnel qualifié n'a pas été perçue comme un obstacle majeur.

Références

Association des ingénieurs-conseils du Canada (1999), *L'ingénierie canadienne en affaires*, Ottawa.

Baldwin, John, Guy Gellatly, Joanne Johnson et Valerie Peters (1998), *L'innovation dans les industries de services dynamiques*, Statistique Canada, n° 88-516-XPB au catalogue.

Booz, Allen & Hamilton Inc. (1982), *New Products Management for the 1980's*, New York, N.Y., Booz, Allen & Hamilton Inc.

Hamdani, Daood (1997), «Differences between Exporting and Non-exporting Engineering Services Firms in Canada,» *Procédure de la 5^e conférence annuelle de Statistique Canada*, Ottawa.

Hamdani, Daood (1998a), «Gains et pertes d'emploi : une étude du secteur des services», *Indicateurs des services*, 1^{er} trimestre, Statistique Canada, n° 63-016-XPB au catalogue.

Hamdani, Daood (1998b), *Innovation and Labour Skills in the Engineering Services Industry*, papier présenté au séminaire: Conceptualizing and Measuring Innovation in Services at the Centre for Research in Innovation and Competitiveness, The University of Manchester, Royaume Uni, mai.

Hamdani, Daood (1999), «The Use of the Internet and Electronic Commerce in the Canadian Banking and Insurance Industry», John de la Mothe et Gilles Pacquet (ed.), *Information, Innovation and Impacts*, Boston: Mass., Kluwer.

Mintzberg, Henry (1979), *The Structure of Organizations*, New York, Prentice Hall.

Mintzberg, Henry, Suzanne Otis, Jamal Shamsie et James A. Waters (1988), «Strategy of Design: A Study of 'Architects in Co-Partnership'» dans J. Grant (ed.) *Strategic Management Frontiers*, JAI Press.

OCDE, Eurostat (1997), *Manuel d'Oslo : Principes directeurs proposés pour le recueil et l'interprétation des données sur l'innovation technologique*, Paris: OCDE/Eurostat.

Quinn, James Brian (1985), «Managing Innovation: Controlled Chaos», *Harvard Business Review*, mai-juin.

Statistique Canada, *Le Quotidien*, 26 octobre, 1999.

Feature Article

Étude spéciale

Profile of Canada's travel agency industry

Adib Farhat¹

Service Industries Division
Telephone: (613) 951-6306
Fax: (613) 951-6696
E-mail: farhadi@statcan.ca

The travel agency industry plays an essential role in Canada's tourism industry, and has ripple effects on other sectors of the Canadian economy². This article presents 1997 data on the industry's general characteristics, revenue and cost structure, client base, marketing methods, and trade patterns. To offer more context, these results are sometimes compared to those of previous years.³

Competition is high in the travel agency industry

The travel agency industry is intensely competitive, with many players throughout the country. In 1997, for example, Canada's travel agency industry encompassed 4760 establishments.⁴ Competition also contributed to the industry's relatively low profit margin. In 1997, the operating profit margin (before tax) for firms responding to this survey was about 7.3% — indeed, about 27% of travel agencies operated at a loss. Nevertheless, profitability was markedly improved in 1997; in 1996 the average profit margin of reporting firms was a much lower 5.0%.

Competition has prompted travel agencies to provide a wide range of services to increasingly sophisticated travelers. Travel agents sell various transportation packages, furnish travel information, and act as agents on behalf of tour

Profil du secteur des agences de voyages du Canada

Adib Farhat¹

Division des industries de service
Téléphone : (613) 951-6306
Télécopieur : (613) 951-6696
Courriel : farhadi@statcan.ca

Les agences de voyages jouent un rôle essentiel dans l'industrie touristique du Canada, et elles ont des incidences sur d'autres secteurs de l'économie canadienne². Le présent article présente les données de 1997 sur les caractéristiques générales du secteur, les recettes et la structure des coûts, les catégories de clients, les méthodes de publicité et les tendances du commerce. Pour donner plus de contexte, ces résultats sont parfois comparés avec ceux des années précédentes³.

La concurrence est forte dans le secteur des agences de voyages

Le secteur des agences de voyages est un secteur énormément compétitif, qui compte de nombreux intervenants d'un bout à l'autre du pays. En 1997, par exemple, le secteur des agences de voyages du Canada englobait 4 760 établissements⁴. La concurrence a également contribué à la marge bénéficiaire relativement faible du secteur. En 1997, la marge bénéficiaire d'exploitation (avant impôts) des entreprises qui ont répondu à cette enquête s'établissait à environ 7,3 % — en fait, à peu près 27 % des agences de voyages fonctionnaient à perte. Néanmoins, leur rentabilité s'est améliorée de façon marquée en 1997; en 1996, la marge bénéficiaire moyenne des entreprises déclarantes s'établissait à 5,0 %, un pourcentage beaucoup plus faible.

La concurrence a incité les agences de voyages à offrir une vaste gamme de services à des voyageurs de plus en plus exigeants. Les agents de voyages vendent divers forfaits de transport, fournissent des renseignements sur les voyages et agissent comme mandataires

¹ Some portions of this article originally appeared in a Report presented to the Canadian Tourism Commission (CTC) of Industry Canada.

² For more details, please see "The business of tourism" (1990), by J.C. Holloway.

³ Please note that this article is based on data from only those travel agencies that were surveyed. Although efforts were made to ensure that the surveyed firms were representative of the entire industry, the results are based on responses from a panel of firms.

⁴ An establishment can comprise more than one location.

¹ Certaines parties de cet article ont paru pour la première fois dans un rapport présenté à la Commission canadienne du tourisme (CCT) d'Industrie Canada.

² Pour plus de détails, voir «The business of tourism» (1990), par J.C. Holloway.

³ À noter que le présent article est fondé sur des données provenant uniquement des agences de voyages qui ont été recensées. Même si des efforts ont été faits pour garantir que les entreprises recensées étaient représentatives de toute l'industrie, les résultats sont fondés sur les réponses d'un groupe d'entreprises.

⁴ Un établissement peut comprendre plus d'un emplacement.

Concepts and Methods

The principal objective of The Travel Arrangements Survey is to collect revenue and expense data by type of product and service. It also gathers data on employment, clientele and marketing. The survey covers businesses classified according to North American Industrial Classification System (NAICS) category 561510 for Travel Agencies and 561520 for Tour Operators/Wholesalers. The results presented in this article pertain only to those businesses classified in the travel agencies industry. Unless stated otherwise, assume that data for tour operator firms are excluded.

For reference year 1997, The Travel Arrangements Survey was conducted at the establishment level.⁵ In April 1998, 841 questionnaires were mailed to businesses in the industry, with an emphasis on surveying as many of the larger companies⁶ as possible. The survey's overall response rate was 53%. The remaining firms were either out of scope to the industry, out of business, or their data were not collectible. For partially completed questionnaires, some data were imputed based on results reported by firms in similar regions and size categories.

Caution should be exercised in the interpretation of travel agency revenues. The survey questionnaire asks travel agencies to report commissions earned (i.e., their net revenue) when reporting revenue. However, some agencies inadvertently reported gross revenue⁷ with offsetting cost of goods sold in the expenditure section. While every effort was made to identify and correct such responses, it is possible that revenue figures are somewhat inflated by this practice.

Errors can also occur during other phases of a business survey. For example, respondents can make errors, data may be inaccurately captured, or errors can be made at the edit and imputation stages of the survey. These factors should be recognized as having the potential to limit data quality.

operators. They also book accommodation and transportation arrangements for travelers, help travelers to better plan their trips, and respond to travelers' complaints. Competition is increasingly prompting some travel agencies to specialize. Some businesses now specialize in such market segments as adventure travel, exotic vacations, educational tours and senior holidays. Travel agencies that specialize in this manner represent a small but growing segment of the industry.

⁵ An establishment is considered to be the most homogenous unit of production for which the business maintains accounting records that are detailed enough to yield business statistics.

⁶ Large companies are those with multiple establishments.

⁷ Including gross revenues that are ultimately forwarded to their suppliers (ie: transportation companies, tour operators and accommodations providers), which should therefore not be included in "net" revenues.

Concepts et méthodes

L'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation a pour principal objectif de recueillir des données sur les recettes et les dépenses, par type de produit et de service. Elle réunit également des renseignements sur les emplois, la clientèle et le marché. L'enquête s'applique aux entreprises classées conformément au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), catégorie 561510 pour les agences de voyages et 561520 pour les voyagistes/grossistes. Les résultats présentés dans le présent article visent uniquement les entreprises classées dans le secteur des agences de voyages. À moins d'indication contraire, il faut supposer que les données concernant les entreprises de voyages organisés sont exclues.

Pour l'année de référence 1997, l'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation a été menée au niveau de l'établissement⁵. En avril 1998, 841 questionnaires ont été envoyés à des entreprises dans le secteur, un effort particulier étant fait pour recenser le plus grand nombre possible de grandes entreprises⁶. Le taux de réponse global s'est établi à 53 %. Les autres entreprises étaient hors du champ d'observation, elles n'étaient plus en affaires, ou leurs données ne pouvaient être recueillies. Pour les questionnaires partiellement remplis, certaines données ont été imputées en fonction des résultats déclarés par des entreprises dans des régions semblables et de catégories de tailles semblables.

Il y aurait lieu de faire preuve de prudence dans l'interprétation des recettes des agences de voyages. Dans le questionnaire d'enquête, on demande aux agences de voyages de déclarer dans leurs recettes les commissions réalisées (c'est-à-dire leurs recettes nettes). Toutefois, certaines agences ont, par mégarde, déclaré des recettes brutes⁷ avec le coût compensatoire des marchandises vendues dans la section des dépenses. Même si tous les efforts possibles ont été faits pour repérer et corriger ces réponses, il se peut que cette pratique ait grossi quelque peu les chiffres sur les recettes.

Des erreurs peuvent aussi se produire pendant d'autres étapes d'une enquête sur les entreprises. Par exemple, les déclarants peuvent faire des erreurs, des données peuvent être mal saisies, ou des erreurs peuvent être faites aux étapes de la vérification et de l'imputation de l'enquête. Il ne faudrait donc pas oublier que ces facteurs peuvent réduire la qualité des données.

pour le compte de voyagistes. Ils offrent également aux voyageurs des services de réservation d'hôtel et de transport, ils les aident à mieux planifier leurs voyages et ils règlent leurs plaintes. La concurrence incite de plus en plus certaines agences de voyages à se spécialiser. Aujourd'hui, des entreprises se spécialisent dans certains segments du marché, comme le tourisme d'aventure, les vacances exotiques, les voyages d'information et les vacances pour personnes âgées. Les agences de voyages qui se spécialisent de cette façon représentent un segment du marché encore petit mais qui prend de plus en plus d'ampleur.

⁵ Un établissement est considéré comme l'unité de production la plus homogène pour laquelle l'entreprise tient des livres comptables suffisamment détaillés pour fournir des statistiques sur le commerce.

⁶ Les grandes entreprises sont celles qui comptent de multiples établissements.

⁷ Y compris les recettes brutes qui finissent par être remises à leurs fournisseurs (c.-à-d. : compagnies de transport, voyagistes et fournisseurs de services d'hébergement), qui ne devraient donc pas être incluses dans les recettes «nettes».

Travel agencies have traditionally provided all of these services to customers while receiving commissions from wholesalers and airlines, bus companies and rail companies. In recent years, however, airlines have reduced the commissions that they pay to travel agencies. To offset these lost revenues, travel agencies have begun charging customers nominal fees for their services. It is noteworthy that the proportion of revenues that travel agencies derived from service fees almost doubled in 1997. This source of revenue is expected to increase further in order to compensate for the cuts in commission rates paid by the suppliers.

Also changing the relationship between travelers and the retail travel business are technological breakthroughs that have facilitated customers' electronic access to travel and airline information. With the availability of the airlines' Electronic Ticket Delivery Network, technologically sophisticated consumers can easily research their destinations and make their own travel arrangements. Such reservations coupled, with the automated ticket delivery system, may lead to a further lowering of commissions paid by airlines to travel agencies. Although the impact of this development on the structure of the travel agency industry is difficult to predict, some travel agents are concerned that it may reduce the number of agencies in operation.

In 1997, the vast majority (94%) of travel agencies were incorporated. Nearly two-thirds were affiliated with a chain and some 43% were affiliated with a franchise. As well, more than half of the surveyed travel agencies were members of a consortium. Consortium membership can offer a competitive edge because members are part of a larger group of multi-office travel agencies that can negotiate more favorable rates for commissions.

Revenue and cost structure

Although travel agencies sell a variety of products and services, they mainly draw their revenues from commissions paid by transportation services suppliers. In 1997, 53% of total revenues were generated from the sale of transportation fares (Table 1). Commissions earned from the sales of tour packages and cruises comprised another 26% of revenues.

The majority of travel agency revenues originate from Ontario, Quebec and British Columbia. Together, travel agencies in these three provinces accounted for 83% of all of the surveyed firms' revenues⁸ (Chart 1). The share of overall revenues going to travel agencies in Ontario

⁸ This is based on the final results of the 1996 survey. 1997 provincial breakdowns are not yet available.

Dans le passé, les agences de voyages fournissaient tous ces services à leurs clients et touchaient en retour des commissions de grossistes, de compagnies aériennes, de compagnies d'autobus et de compagnies ferroviaires. Au cours des dernières années, toutefois, les compagnies aériennes ont réduit les commissions qu'elles versent aux agences de voyages. Pour compenser cette perte de recettes, les agences ont commencé à demander à leurs clients des frais modiques pour leurs services. Il convient de mentionner que la proportion de recettes qu'ont tirée les agences de voyages des frais de service a presque doublé en 1997. Cette source de revenu devrait augmenter encore davantage, pour compenser la réduction des commissions versées par les fournisseurs.

La relation entre les voyageurs et les agences de voyages au détail a également évolué en raison des progrès technologiques qui ont facilité aux clients l'accès électronique à des renseignements sur les voyages et sur les lignes aériennes. Grâce au Réseau de billetteries électroniques des lignes aériennes, les clients versés en technologie peuvent facilement se renseigner sur leurs destinations et faire leurs propres arrangements de voyage. Ce type de réservation, allié au système de billetterie automatisé, pourrait donner lieu à une autre réduction des commissions versées par les lignes aériennes. Il est difficile de prévoir l'incidence de cette innovation sur la structure du secteur des agences de voyages, mais certains agents de voyages craignent qu'elle réduise le nombre d'agences en exploitation.

En 1997, la grande majorité (94 %) des agences de voyages étaient constituées en société. Près des deux tiers étaient affiliées à une chaîne, et quelque 43 % étaient affiliées à une franchise. En outre, plus de la moitié des agences recensées étaient membres d'un consortium. L'appartenance à un consortium peut offrir un avantage concurrentiel, car les membres font partie d'un groupe plus important d'agences de voyages à multiples bureaux qui peuvent négocier des taux de commission plus favorables.

Recettes et structure des coûts

Même si les agences de voyages vendent divers produits et services, leurs recettes proviennent principalement des commissions versées par les fournisseurs de services de transport. En 1997, 53 % du total des recettes ont été générées par la vente de tarifs de transport (tableau 1). Les commissions réalisées sur la vente de voyages organisés et de croisières ont compté pour une autre proportion de 26 %.

La majorité des recettes des agences de voyages sont réalisées en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique. Collectivement, les agences de voyages dans ces trois provinces ont représenté 83 % de toutes les recettes des entreprises recensées⁸ (graphique 1). La part du total des recettes touchées par les agences de voyages en

⁸ Ce pourcentage est fondé sur les résultats définitifs de l'enquête de 1996. Les répartitions provinciales pour 1997 ne sont pas encore disponibles.

Table 1. Most travel agency revenues come from transportation and tour packages

Tableau 1. La plupart des recettes des agences de voyages proviennent des forfaits de transport et des voyages organisés

Source of revenue	Per cent — Pourcentage	Source de recettes
Transportation fares	53.3	Tarifs de transport
Tour package	25.8	Voyages organisés
Insurance products	5.2	Produits d'assurance
Cruise package	5.1	Croisières tout compris
Accommodation	4.0	Hébergement
All other revenue	2.2	Toutes les autres recettes
Other commissions	1.9	Autres commissions
Auto rentals	1.6	Location d'automobiles
Revenue from other sales	0.4	Recettes d'autres ventes
Service fees	0.4	Frais de service
Grand Total	100.0	Total général

declined slightly in 1996. Meanwhile, growth in the share of revenues was strongest in British Columbia. The geographical distribution of revenues is mirrored by the distribution of establishments, as the same three provinces accounted for 83% of the industry's establishments.

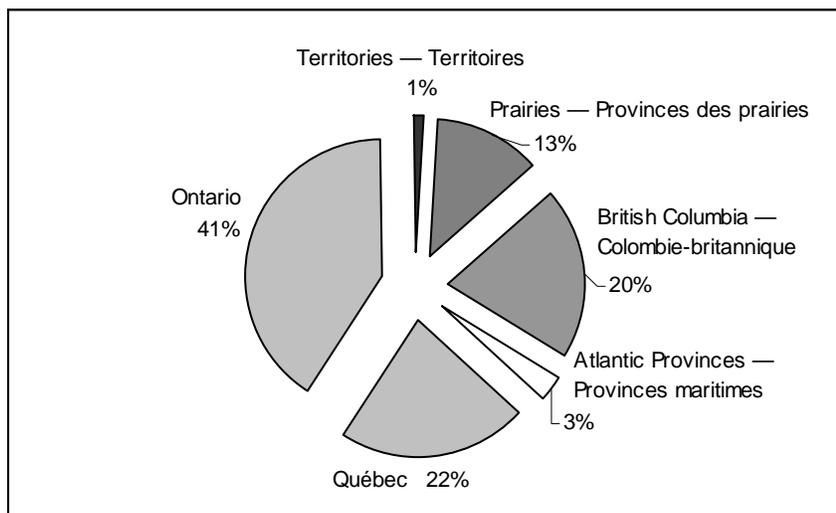
Ontario a légèrement fléchi en 1996, alors que celle des agences de la Colombie-Britannique a affiché la croissance la plus forte. La répartition géographique des recettes se reflète dans la répartition des établissements, car 83 % des établissements du secteur se retrouvaient dans ces trois provinces.

Most travel agencies are relatively small. However, mergers and acquisitions have raised concentration in the industry, bringing a moderate increase in the proportion of industry revenues earned by the twenty largest firms. In 1996, the twenty largest firms accounted for 23% of total revenue, up from 20% in 1995, and 15% in 1993 (Chart 2). Concentration will probably continue to increase as long as mergers and acquisitions remain the best strategy for industry integration.⁹

La plupart des agences de voyages sont relativement petites. Toutefois, les fusions et acquisitions ont accentué la concentration, ce qui s'est traduit par une modeste augmentation de la proportion des recettes du secteur touchées par les vingt plus grandes entreprises. En 1996, les vingt plus grandes entreprises ont représenté 23 % du total des recettes, soit une hausse par rapport à 20 % en 1995 et 15 % en 1993 (graphique 2). Il est probable que la concentration se poursuivra, tant que les fusions et les acquisitions demeureront la meilleure stratégie pour l'intégration du secteur⁹.

Chart 1. Percentage of travel agency revenues earned in various provinces

Graphique 1. Pourcentage des recettes des agences de voyages réalisées dans diverses provinces



⁹ For more information on the effectiveness of mergers and acquisitions, please see "Une analyse sectorielle: Les stratégies des voyagistes" (1992), page 27, by B. Prémont.

⁹ Pour plus de renseignements sur l'efficacité des fusions et acquisitions, voir «Une analyse sectorielle : Les stratégies des voyagistes» (1992), page 27, par B. Prémont.

Chart 2. Increase in the proportion of revenues earned by largest firms

Graphique 2. Augmentation de la proportion des recettes réalisées par les plus grandes entreprises



Revenue by destination

Travel to Canadian destinations is growing in popularity. In 1997, travel agency revenues generated from trips to Canadian destinations rose substantially compared to the year before. This may have been partially due to a two percent depreciation of the Canadian dollar relative to its U.S. counterpart from 1996 to 1997. As a result, the proportion of travel agency revenues earned via trips to Canadian destinations rose from 38% in 1996 to 42% in 1997 (Table 2). Despite this, travel agencies still earned more revenues from travelers going abroad in 1997 than they did in 1996.

Recettes selon la destination

Les voyages vers des destinations canadiennes deviennent de plus en plus populaires. En 1997, les recettes des agences générées par ces voyages ont sensiblement augmenté comparativement à l'année précédente. Il se peut que ce résultat ait été partiellement attribuable à une dépréciation de 2 % du dollar canadien par rapport à son homologue américain de 1996 à 1997. Pour cette raison, la proportion de leurs recettes que les agences de voyages ont tirées de voyages vers des destinations canadiennes est passée de 38 % en 1996 à 42 % en 1997 (tableau 2). En dépit de cette hausse, les agences ont encore réalisé plus de recettes des voyages vers l'étranger en 1997 qu'elles en ont gagné en 1996.

Table 2. Proportion of travel agency revenues derived from trips to various destinations

Tableau 2. Proportion des recettes des agences de voyages provenant de voyages vers diverses destinations

Destinations	Per cent — Pourcentage	Destinations
To Canadian:		Vers des destinations canadiennes :
Tour and Cruise	6.9	Voyages organisés et croisières
All other travel	34.9	Tous les autres voyages
Total Canadian destination	41.8	Total pour les destinations canadiennes
To American:		Vers des destinations américaines :
Tour and Cruise	9.0	Voyages organisés et croisières
All other travel	16.4	Tous les autres voyages
Total American destination	25.4	Total pour les destinations américaines
Travel to foreign destination:		Vers des destinations étrangères :
Tour and Cruise	12.8	Voyages organisés et croisières
All other travel	20.2	Tous les autres voyages
Total foreign destination	32.8	Total pour les destinations étrangères
Total	100.0	Total

Corporate travel generating an increasing proportion of revenues

Services to individuals traveling for leisure purposes generated 51% of all 1997 revenues for the surveyed travel agencies, a slight decline from the 58% reported in 1996. Meanwhile, corporate travel accounted for 39% of revenues, an increase of eight percentage points. It may be that corporate travel was less affected than leisure travel by the decline in the value of the Canadian dollar. Government travelers produced another 8% of revenues, while sales to foreign clients accounted for the remaining 2%. Of the sales to foreign clients, visitors from the United States generated 37% of these revenues. This is much lower than previous proportions, which averaged 50% as recently as 1995. However, this does not necessarily mean that Americans are using Canadian travel agencies less often; it may instead be due to an increase in the number of non-American foreign visitors.

Operating expenses significantly affected by labour costs

Despite advances in technology, travel agencies continue to operate in a relatively labour-intensive manner. Over half of all travel agency operating expenses went towards wages and salaries in 1997 (Table 3), and another 5% were allocated to providing employee benefits. These proportions were similar to those of 1996.

Travel agencies also have to contend with overhead costs. For example, land and building rental and leasing expenses made up 8% of operating costs in 1997. As well, advertising and sales promotion costs accounted for 5% of total

Les clients d'affaires ont généré une proportion croissante des recettes

Les services fournis à des particuliers voyageant par agrément ont généré 51 % de toutes les recettes de 1997 des agences de voyages recensées, une légère diminution par rapport à 58 % en 1996. Par ailleurs, les voyages d'affaires ont compté pour 39 % des recettes, une hausse de huit points de pourcentage. Il se peut que la baisse de la valeur du dollar canadien ait eu moins d'incidence sur les voyages d'affaires que sur les voyages d'agrément. Les voyageurs du secteur public ont rapporté une autre proportion de 8 % des recettes, alors que les ventes à des clients étrangers ont compté pour les 2 % restants. Dans le cas des ventes à des clients étrangers, 37 % des recettes sont provenues de visiteurs des États-Unis. Cette proportion est beaucoup plus faible que les proportions antérieures, qui même en 1995 s'établissaient en moyenne à 50 %. Toutefois, cela ne signifie pas nécessairement que les Américains utilisent moins souvent les agences de voyages canadiennes; il se pourrait plutôt que la baisse soit due à une augmentation du nombre de visiteurs étrangers non américains.

Les coûts de main-d'œuvre ont une incidence considérable sur les dépenses d'exploitation

En dépit des progrès de la technologie, les agences de voyages continuent à fonctionner avec une main-d'œuvre relativement nombreuse. En 1997, plus de la moitié de toutes les dépenses d'exploitation des agences de voyages ont été engagées au titre des salaires et rémunérations (tableau 3), et une autre proportion de 5 % a été allouée aux avantages sociaux des employés. Ces proportions étaient semblables à celles qui ont été déclarées en 1996.

Les agences de voyages doivent également composer avec des frais généraux. Par exemple, les dépenses afférentes à la location à court ou à long terme de terrains et de bâtiments ont représenté 8 % des dépenses d'exploitation en 1997. En outre, la promotion de

Table 3. Percentage distribution of operating expenses, 1997

Type of Expense	Per cent — Pourcentage
Wages and Salaries	52.8
Rent / lease of land & building	8.1
Other non-specified operating expenses	7.3
Telecommunication, postage	5.1
Employee benefits	5.0
Advertising and sales promotion	4.7
Legal, accounting, consulting fees	3.1
Office and other supplies	3.0
Computer services	2.6
Travel and entertainment	2.0
Royalties and franchise fees	1.6
Depreciation expenses	1.5
Taxes, permits and licenses	0.8
Other operating expenses	9.8
Total	100.0

Tableau 3. Répartition en pourcentage des dépenses d'exploitation, 1997

Genre de dépenses
Salaires et rémunérations
Location à court ou à long terme de terrains et de bâtiments
Autres dépenses non précisées
Télécommunications, frais postaux
Avantages sociaux des employés
Publicité et promotion des ventes
Services juridiques, comptables et de consultation
Fournitures de bureau et autres fournitures
Services informatiques
Frais de déplacement et de représentation
Redevances et droits de franchise
Frais d'amortissement
Taxes, permis et licences
Autres dépenses d'opération
Total

operating expenses. Meanwhile, travel agencies apportioned another 5% of their operating expenditures to telecommunications services and postage, due to the diverse geographical locations of their customers and their providers of transportation and vacation packages.

Although labour-related costs comprised most of the travel agencies' operating expenses, employment per agency was modest, reflecting the small size of most operations. The number of employees per agency responding to the survey ranged from two to twenty.

According to the Labor Force Survey, the travel agency and tour operators industry¹⁰ employed nearly 30,000 people in 1997 (Chart 3), slightly less than in 1996, perhaps because of the dampening effect of the declining Canadian dollar. In 1997, about three-quarters of the industry's employees worked full-time, a proportion that has been relatively stable in recent years. Nevertheless, this was less than the 81% proportion of full-time employees in the entire economy in 1997.

Employment levels for the industry are highly sensitive to cyclical changes in the economy because travel volumes are closely tied to prevailing economic conditions, both domestically and abroad. For example, employment in travel agencies rose at healthy rates during the economic expansions of the late 1980s and mid-1990s. However, discretionary purchases, such as those on leisure travel, are among the first that consumers scale back on during lean economic times, especially with half of all travel by Canadians being for leisure purposes. Therefore, when

ventes et la publicité ont compté pour 5 % de toutes les dépenses d'exploitation. Les agences de voyages ont aussi affecté une autre proportion de 5 % de leurs dépenses d'exploitation à des services de télécommunications et des frais postaux, en raison des nombreux emplacements géographiques de leurs clients et de leurs fournisseurs de forfaits de transport et forfaits de vacance.

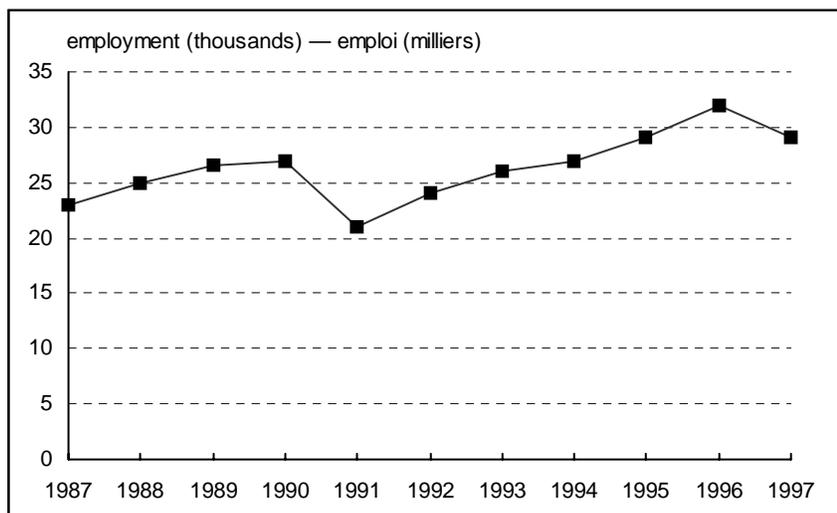
Même si les coûts de main-d'œuvre ont constitué la plupart des dépenses d'exploitation des agences de voyages, le nombre d'emplois par agence était modeste, indiquant la petite taille de la plupart d'entre elles. Le nombre d'employés par agence qui a répondu à l'enquête variait de deux à vingt.

Selon l'Enquête sur la population active, le secteur des agences de voyages et des voyagistes¹⁰ employait plus de 30 000 personnes en 1997 (graphique 3), un peu moins qu'en 1996, peut-être en raison de l'effet modérateur de la baisse du dollar canadien. En 1997, environ les trois quarts des employés du secteur travaillaient à plein temps, une proportion qui est demeurée relativement stable au cours des dernières années. Il reste que ce chiffre était inférieur à la proportion de 81 % d'employés à plein temps dans toute l'économie en 1997.

Les niveaux d'emploi dans le secteur sont très sensibles aux changements cycliques qui surviennent dans l'économie, car le nombre de voyages est étroitement relié à la conjoncture économique de l'heure, aussi bien au pays qu'à l'étranger. Par exemple, le nombre d'emplois dans les agences de voyages a augmenté à des taux robustes pendant la reprise économique de la fin des années 80 et du milieu des années 90. Toutefois, les achats facultatifs, comme les achats liés à des voyages d'agrément, sont parmi les premiers achats que réduisent les consommateurs lorsque les temps sont difficiles, surtout étant donné que la moitié de tous les voyages faits par les

Chart 3. Industry employment dipped in 1997 following rapid gains in the mid-1990s

Graphique 3. L'emploi dans le secteur a régressé en 1997 à la suite de gains rapides au milieu des années 90



¹⁰ Employment figures are unavailable from the Labor Force Survey for the travel agency industry by itself.

¹⁰ L'Enquête sur la population active ne fournit pas les données sur l'emploi pour le seul secteur des agences de voyages.

prompted to lower costs in the face of dampened demand during the recession of the early 1990s, travel agencies responded by shedding employees, especially in 1991 when industry employment was reduced by approximately one-fourth.

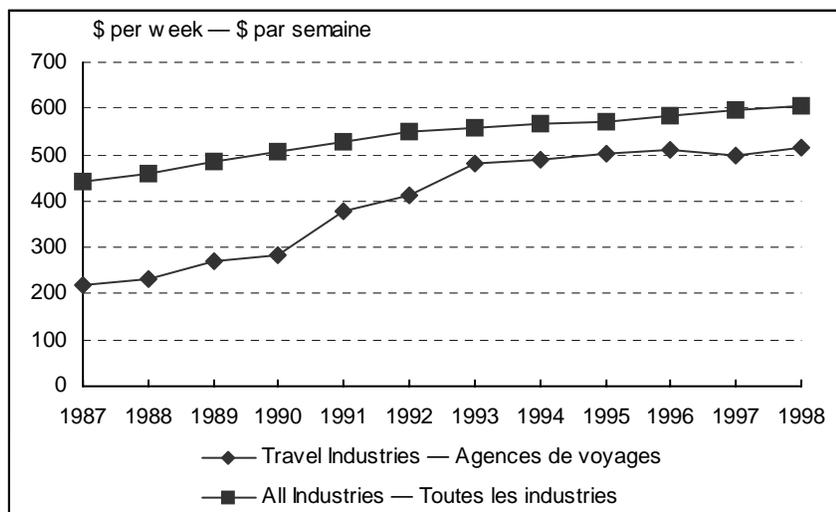
Although labour-related costs comprise a sizeable portion of travel agencies' operating expenditures, average remuneration for the industry's employees is well below that for employees in most other industries (Chart 4). The travel agency and tour operators industry's¹¹ average weekly wage and salary was \$499 in 1997, compared to the \$598 average recorded in the entire economy. Therefore average remuneration in the travel agency and tour operators industry was 17% lower than in the overall economy. This gap may be due to the relatively high proportion of part-time staff in the travel agency industry, along with the industry's low degree of unionization.¹² Another factor may be the industry's intense competition which forces firms to contain their labour costs. However, this remuneration gap is much narrower than it used to be. For example, in 1990 the gap was 44%. It appears that the remuneration gap has narrowed in the 1990s because the wages and salaries of full-time employees in the travel agency and tour operators industry have risen very rapidly. The gap narrowed especially rapidly in the early 1990s. The recession may have prompted weaker (and likely lower-paying) firms to go out of business. Another partial cause may have been a 1990-92 decline in the proportion of the

Canadiens le sont par agrément. Par conséquent, lorsqu'elles ont dû réduire les dépenses en raison d'une baisse de la demande pendant la récession du début des années 90, les agences de voyages ont réagi en mettant des employés à pied, surtout en 1991 lorsque les emplois dans le secteur ont été réduits d'environ le quart.

Même si les coûts de main-d'œuvre constituent une proportion importante des dépenses d'exploitation des agences de voyages, la rémunération moyenne des employés du secteur se situe bien en deçà de celle des employés dans la plupart des autres secteurs (graphique 4). En 1997, la moyenne des salaires et des rémunérations hebdomadaires dans le secteur des agences de voyages et des voyagistes¹¹ se situait à 499 \$, comparativement à la moyenne de 598 \$ consignée pour toute l'économie. Par conséquent, la rémunération moyenne dans le secteur des agences de voyages et des voyagistes était de 17 % inférieure à la moyenne enregistrée pour l'économie globale. Cet écart peut être attribuable à la proportion relativement élevée d'employés à temps partiel dans le secteur des agences de voyages, ainsi qu'au faible degré de syndicalisation dans le secteur¹². L'intensité de la concurrence dans le secteur est peut-être un autre facteur qui oblige les entreprises à réduire leurs coûts de main-d'œuvre. Toutefois, aujourd'hui cet écart de rémunération est beaucoup moins prononcé. Par exemple, il se chiffrait à 44 % en 1990. Il semblerait qu'il se soit rétréci pendant les années 90, car les salaires et rémunérations des employés à plein temps ont augmenté très rapidement. Le rétrécissement a été tout particulièrement rapide au début des années 90. Il se peut que la récession ait incité des entreprises plus faibles (et qui versaient probablement des salaires plus faibles) à fermer leurs portes. Un autre facteur peut avoir été

Chart 4. Average remuneration rose relatively rapidly in the early 1990s

Graphique 4. La rémunération moyenne a augmenté assez rapidement au début des années 90



¹¹ Remuneration figures were unavailable from the Survey of Employment, Payrolls and Hours for the travel agency industry by itself.

¹¹ L'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail ne fournit pas les données sur la rémunération pour le seul secteur des agences de voyages.

¹² For more details, please see "The business of tourism" (1990), by J.C. Holloway.

¹² Pour plus de détails, voir «The business of tourism» (1990), par J.C. Holloway.

industry's employees working part-time, which would have an upward effect on the industry's average remuneration.

une baisse de 1990 à 1992 de la proportion d'employés à temps partiel, laquelle aurait fait augmenter la rémunération moyenne dans le secteur.

Marketing Methods

Méthodes de publicité

Each travel agency responding to the survey stated that they advertised their services in 1997, and a large proportion (83%) of the firms employed multiple advertising methods. Chart 5 illustrates that the most popular method was newspaper advertising (used by 76% of the firms), inclusion in directories and guide listings (54%) and direct mail advertising (50%). As anticipated, the proportion of travel agencies advertising via the Internet tripled from 1995 to 1997, to the point where about one in every four travel agencies did so by 1997.

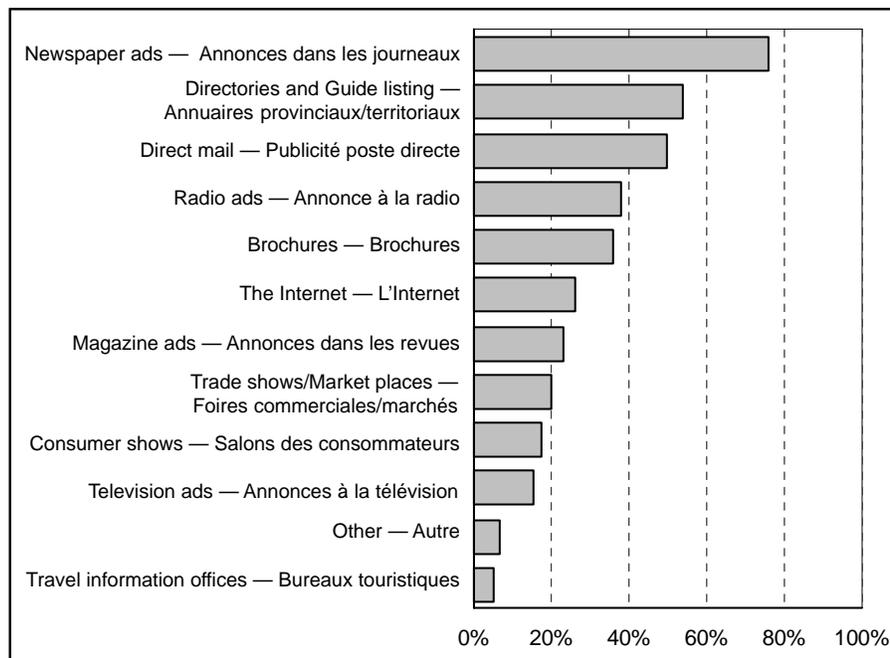
Toutes les agences de voyages qui ont répondu à l'enquête ont déclaré avoir fait la promotion de leurs services en 1997, et une forte proportion (83 %) avaient utilisé de nombreuses méthodes. Le graphique 5 montre que la méthode la plus populaire était le placement d'annonces dans les journaux (76 % des entreprises), dans des annuaires provinciaux/territoriaux (54 %), et la publicité postale directe (50 %). Comme on s'y attendait, la proportion d'agences de voyages qui ont fait de la publicité sur Internet a triplé de 1995 à 1997, au point où une agence de voyages sur quatre se servait d'Internet au début de 1997.

Despite the fact that many travel agencies employ relatively expensive advertising tools (television, radio, magazines and newspapers), travel agencies allocated only 5% of their operating expenditures to advertising and sales promotions. Because they advertise jointly with tour operators and wholesalers, travel agencies can widely advertise their services and concurrently limit their advertising expenditures.¹³

Même si un grand nombre d'agences de voyages utilisent des outils de publicité assez coûteux (télévision, radio, revues et journaux), seulement 5 % des dépenses d'exploitation des agences ont été engagées au titre de la publicité et de la promotion des ventes. Comme elles commercialisent leurs produits conjointement avec des voyagistes et des grossistes, les agences peuvent faire beaucoup de publicité et limiter en même temps leurs dépenses publicitaires¹³.

Chart 5. Proportion of firms using various advertising methods

Graphique 5. Proportion d'entreprises qui utilisent diverses méthodes de publicité



¹³ Travel agencies and tour operators and wholesalers frequently work together to reduce costs and risks. Tour operators negotiate commission rates with travel agencies that are designed to motivate agents to sell the maximum number of tours. As a result, in 1997, travel agents sold two-thirds of all tour packages.

¹³ Bien souvent, les agences de voyages, les voyagistes et les grossistes travaillent ensemble pour réduire les coûts et les risques. Les voyagistes négocient avec les agences de voyages des taux conçus pour motiver les agents à vendre le nombre maximum de voyages. C'est ainsi qu'en 1997 les agents de voyages ont vendu les deux tiers de tous les voyages organisés.

Conclusion

Travel agencies operate in an intensely competitive industry. Although mergers and acquisitions are leading to more industry concentration, the industry continues to largely be comprised of small firms. Competitive pressures, currency fluctuations, recent technological developments, and lower commissions from some transportation providers have acted to limit the industry's profitability.

These developments leave the impression that travel agencies reside in a declining industry. However, the industry is resisting by finding new ways to add value to their travel packages. For example, travel agencies are establishing partnerships with accommodation providers, restaurants and museums to ensure that travel packages increasingly include more than just transportation services. As well, the industry is adding new products to compensate for lost commissions. For example, it is attempting to draw more revenues from sales of travel-related goods such as luggage and maps. Moreover, the industry increasingly charges fees for some of its travel advice. These developments should be reflected in results for the 1998 Travel Arrangements Survey, which will be released sometime in 2000.

Conclusion

Les agences de voyages fonctionnent dans un milieu extrêmement compétitif. Même si les fusions et acquisitions se traduisent par une plus grande concentration dans le secteur, celui-ci est encore en grande partie composé de petites entreprises. Les pressions concurrentielles, les fluctuations des devises, les récents progrès technologiques et la réduction des commissions versées par certains fournisseurs de services de transport se sont conjugués pour réduire la rentabilité du secteur.

Ces changements donnent l'impression que les agences de voyages font partie d'un secteur en décroissance. Toutefois, le secteur réagit en trouvant de nouveaux moyens d'ajouter de la valeur à ses voyages tout compris. Par exemple, les agences de voyages établissent des partenariats avec des fournisseurs de services d'hébergement, des restaurants et des musées, pour garantir que de plus en plus les voyages tout compris comprennent davantage que les services de transport uniquement. En outre, le secteur ajoute de nouveaux produits pour compenser la perte de commissions. Par exemple, il tente de tirer plus de recettes de la vente de produits reliés aux voyages, comme des bagages et des cartes. En outre, il exige de plus en plus souvent des frais pour certains de ses services de consultation. Ces nouvelles initiatives devraient se refléter dans les résultats de l'Enquête sur le secteur des services de préparation de voyages et de réservation de 1998, qui seront diffusés en 2000.

**Service Industry
Indicators**

**Indicateurs pour
les services**

NOW AVAILABLE

Annual Estimates of Employment, Earnings and Hours, 1984 - 1996

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

This product will help you...

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

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

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

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

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

PF # 4007

PHONE / COMPOSEZ:



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

INTERNET:



order@statcan.ca
labour@statcan.ca

FAX TO / TÉLÉCOPIEZ AU:



1-(613)-951-4087

MAIL TO / ENVOYEZ À:



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

MAINTENANT DISPONIBLE

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

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

Ce produit vous aidera à...

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

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

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

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

Commandez dès aujourd'hui!

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

PF # 4007



**Information and Cultural
Industries**

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

Analytical indicators

Indicateurs analytiques

A. Information and cultural industries

A. Industrie de l'information et industrie culturelle

Note to Users:

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 — 3rd Quarter 1999

- Output in the communications sector rose 0.9% this quarter, which was less than the 1.2% growth rate recorded for the economy as a whole. This contrasted with each of the previous six quarters, when output growth rates for the communications sector exceeded those for the economy.
- Strong third quarter GDP growth in the broadcasting industry (+1.5%) and the telecommunication carriers and other telecommunications industry (+1.2%), was partly offset by contractions in the postal and courier services industry (-0.7%). This marked the third consecutive quarter in which GDP for the postal and courier services industry declined.
- After dropping sharply in early 1999, employment in the information and cultural industries rose this quarter. All of the 7,000 new jobs were full-time positions. This quarter's job growth was highest in broadcasting and in publishing, with each of these industries creating 3,000 jobs this quarter.
- Despite these recent job gains, the workforce of the information and cultural industries is smaller than it was in the third quarter of 1998. Relative to four quarters ago, employment has slipped by 16,000, a drop of 3.9%. Just over half of these lost jobs were full-time positions. Employment declined especially rapidly in the telecommunications services industry, where job losses totaled 40,000. This was partially offset by added jobs in the motion picture and video industry (+15,000) and the publishing industry (+9,000).

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↓	3.9%
Salaries	↑	0.3%
GDP	↑	0.9%

* From same quarter last year.

Industrie de l'information et industrie culturelle

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, la production du secteur des communications a augmenté de 0,9 %, ce qui est inférieur au taux de croissance enregistré pour l'ensemble de l'économie (1,2 %). Cette performance fait contraste avec la tendance qui avait été observée au cours des six trimestres précédents, où la croissance dans le secteur des communications était demeurée supérieure à celle de l'ensemble de l'économie.
- La forte augmentation du PIB du secteur de la radiotélévision (+1,5 %) et du secteur des télécommunications et autres services de télécommunications (+1,2 %), au troisième trimestre, a été partiellement annulée par le recul dans les services postaux et de messagerie (-0,7 %). Il s'agit pour ce dernier secteur d'un troisième recul consécutif en autant de trimestres.
- Après avoir fortement diminué au début de 1999, l'emploi dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle a augmenté au présent trimestre, et la totalité des 7 000 nouveaux emplois sont des emplois à temps plein. De plus, les emplois créés au troisième trimestre l'ont été principalement dans les secteurs de la radiotélévision et de l'édition, chacun de ces deux secteurs générant 3 000 nouveaux emplois.
- Malgré ces hausses récentes, les effectifs dans l'industrie de l'information et l'industrie culturelle sont en baisse par rapport au troisième trimestre de 1998. Le nombre d'emplois a en effet diminué de 16 000 durant cette période d'un an, soit une baisse de 3,9 %, et un peu plus de la moitié des emplois perdus sont des emplois à temps plein. La perte d'emplois a été particulièrement rapide dans le secteur des télécommunications, où 40 000 emplois ont été perdus; des augmentations dans le secteur du film et de la vidéo (+15 000) et celui de l'édition (+9 000) ont quelque peu compensé ces pertes.

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

Emploi*	↓	3,9 %
Rémunération	↑	0,3 %
PIB	↑	0,9 %

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

- Average wages and salaries in communications rose for a third consecutive quarter, this time by 0.3%, to reach an annualized rate of \$37,212. This level is 17% higher than average remuneration recorded in the overall economy this quarter. Average annual wages and salaries in broadcasting (\$43,386) and in the carriers and other telecommunications industries (\$43,673) easily exceeded the overall economy's average.
- Compared to the third quarter of 1998, average remuneration has risen 1.8% in the communications sector, led by a 6.1% increase in the postal and other courier services industry. Meanwhile, a 1.3% decline in average wages and salaries occurred in the carriers and other telecommunications industries over the past four quarters.
- La rémunération annuelle moyenne dans le secteur des communications est en hausse pour un troisième trimestre consécutif, cette fois-ci de 0,3 %. La rémunération moyenne s'établit maintenant à 37 212 \$, ce qui est 17 % supérieur à la rémunération moyenne dans l'ensemble de l'économie. La rémunération annuelle moyenne dans le secteur de la radiotélévision (43 386 \$) et celui des télécommunications et autres services de télécommunications (43 673 \$) dépasse largement la rémunération moyenne de l'économie.
- Depuis le troisième trimestre de 1998, la rémunération moyenne a augmenté de 1,8 % dans le secteur des communications, grâce principalement à la hausse de 6,1 % dans le secteur des services postaux et de messagerie. Durant la même période, une réduction de 1,3 % a été observée dans le secteur des télécommunications et autres services de télécommunications.

Information and Cultural Industries

Industrie de l'information et industrie culturelle

Chart A1. Employment

Graphique A1. Emploi

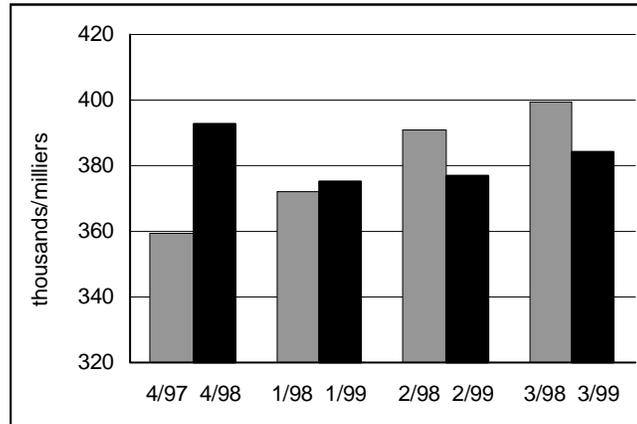


Chart A2. Average wages and salaries

Graphique A2. Rémunération et salaires

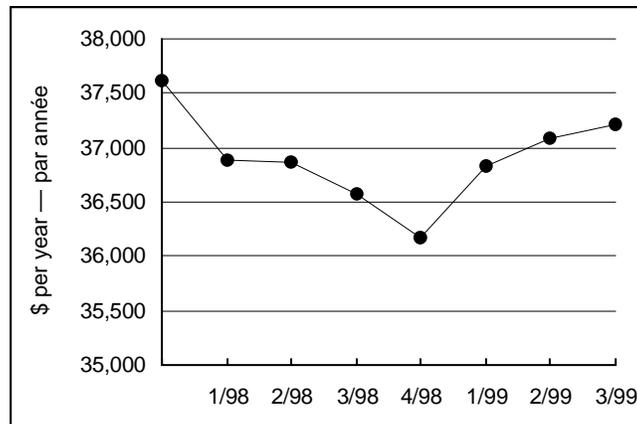


Chart A3. GDP

Graphique A3. PIB

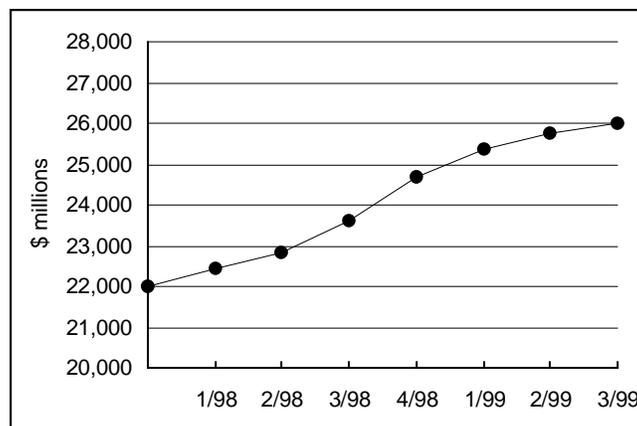


Table A1. Communications, annualized GDP at factor cost

Tableau A1. Communications, PIB annualisé au coût des facteurs

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Broadcasting	3,520	3,599	3,614	3,660	3,767	3,819	3,798	3,854	Diffusion
Carriers/other telecom.	14,848	14,798	15,189	15,900	16,849	17,522	18,018	18,231	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	3,655	4,030	4,008	4,064	4,090	4,016	3,940	3,913	Services postaux/messagerie
Total communications	22,023	22,427	22,811	23,624	24,706	25,357	25,756	25,998	Total des communications
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre					% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre			
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	2.4	2.2	0.4	1.3	2.9	1.4	-0.5	1.5	Diffusion
Carriers/other telecom.	1.2	-0.3	2.6	4.7	6.0	4.0	2.8	1.2	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-8.6	10.3	-0.5	1.4	0.6	-1.8	-1.9	-0.7	Services postaux/messagerie
Total communications	-0.3	1.8	1.7	3.6	4.6	2.6	1.6	0.9	Total des communications
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale

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

Broadcasting	0.49	0.50	0.50	0.51	0.52	0.52	0.51	0.51	Diffusion
Carriers/other telecom.	2.09	2.07	2.11	2.21	2.31	2.38	2.42	2.42	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	0.51	0.56	0.56	0.56	0.56	0.54	0.53	0.52	Services postaux/messagerie
Total communications	3.10	3.13	3.18	3.28	3.39	3.44	3.46	3.45	Total des communications

Chart A4. GDP nominal growth rates

Graphique A4. Taux nominaux de croissance du PIB

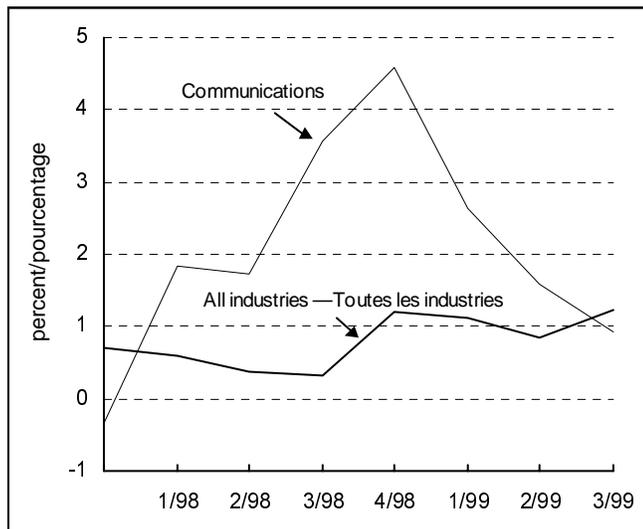


Chart A5. Output of communications group of industries

Graphique A5. Production du groupe des communications

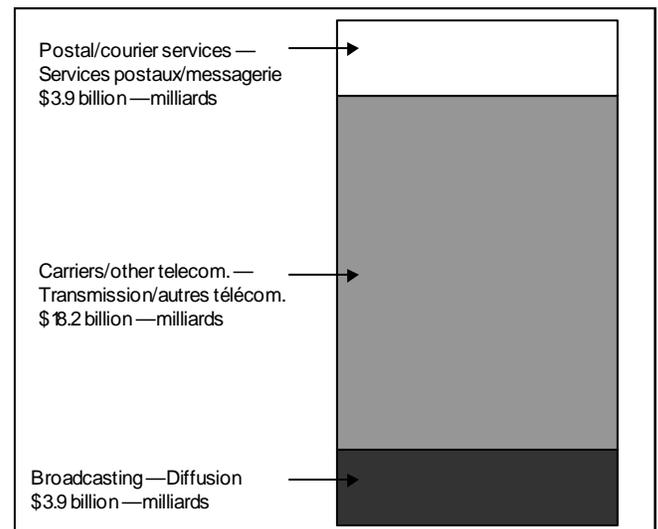


Table A2. Information and cultural industries, employment

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

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Newspaper, periodical, book, database, software publishers	83	80	79	75	73	77	81	84	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	27	29	30	28	32	42	43	43	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	3	4	4	4	4	4	4	5	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	59	66	64	59	58	57	55	58	Radiotélévision
Telecommunications services	153	159	182	193	182	160	156	153	Services de télécommunications
Information/data processing	35	35	33	40	44	34	38	40	Information/traitement des données
Total	360	372	391	400	393	375	377	384	Total
Full-time	305	317	336	338	329	318	320	329	Plein temps
Part-time	55	55	55	61	64	57	57	55	Temps partiel

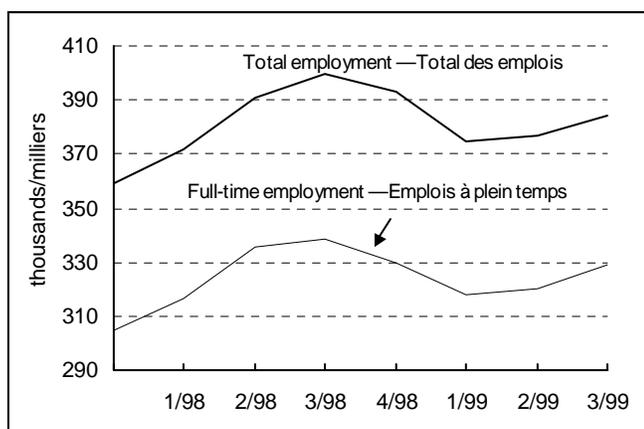
Analytical table — Tableau analytique

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	1.6	0.4	-11.5	-12.2	-12.5	-3.0	2.8	12.0	Éditeurs de journaux, périodiques, livres, bases de données, logiciels
Motion picture/video indust's	3.1	18.9	-23.9	-27.1	18.6	44.3	43.3	51.9	Industries du film et de la vidéo
Sound recording industries	16	56.5	-22.4	-9.5	44.8	16.7	5.3	31.6	Indust. de l'enregistrement sonore
Broadcasting	10.9	46.1	24.5	16.7	-1.7	-12.7	-13.4	-2.4	Radiotélévision
Telecommunications services	13.2	6.3	10.3	21.1	19.0	0.9	-14.4	-20.6	Services de télécommunications
Information/data processing	10.2	12.4	5.5	25.2	27.4	-3.1	15.9	-0.7	Information/traitement des données
Total	8.9	12.1	2.8	7.8	9.3	0.8	-3.6	-3.9	Total
Full-time	7.9	13.6	4.0	5.6	8.0	0.5	-4.7	-2.7	Plein temps
Part-time	15.4	4.3	-4.2	22.2	16.3	2.5	2.9	-10.1	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)									Taux de croissance de l'économie totale (%)
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel

Chart A6. Employment¹

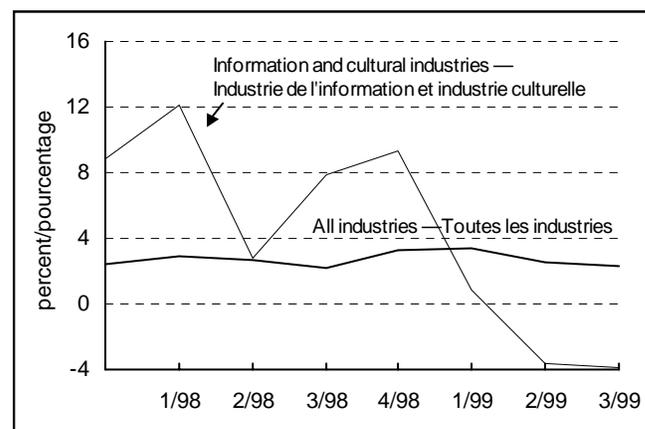
Graphique A6. Emploi¹



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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Broadcasting	44,066	43,551	43,268	42,936	42,710	43,101	43,614	43,386	Diffusion
Carriers/other telecom.	44,888	44,893	44,782	44,279	43,629	44,240	43,340	43,673	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	26,738	27,048	27,349	27,232	27,084	27,797	29,000	28,889	Services postaux/messagerie
Total communications	37,624	36,876	36,874	36,571	36,167	36,824	37,090	37,212	Total communications
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Broadcasting	1.3	-1.2	-0.6	-0.8	-0.5	0.9	1.2	-0.5	Diffusion
Carriers/other telecom.	0.9	0.0	-0.2	-1.1	-1.5	1.4	-2.0	0.8	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.7	1.2	1.1	-0.4	-0.5	2.6	4.3	-0.4	Services postaux/messagerie
Total communications	2.7	-2.0	0.0	-0.8	-1.1	1.8	0.7	0.3	Total communications
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Broadcasting	1.4	-1.7	-0.9	-0.9	-0.7	0.6	0.1	-1.2	Diffusion
Carriers/other telecom.	1.0	-0.5	-0.5	-1.2	-1.6	1.1	-3.1	0.1	Transmission/autres télécom.
Postal/courier services	-0.7	0.6	0.8	-0.5	-0.7	2.4	3.2	-1.1	Services postaux/messagerie
Total communications	2.7	-2.5	-0.3	-0.9	-1.3	1.6	-0.3	-0.4	Total communications
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	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

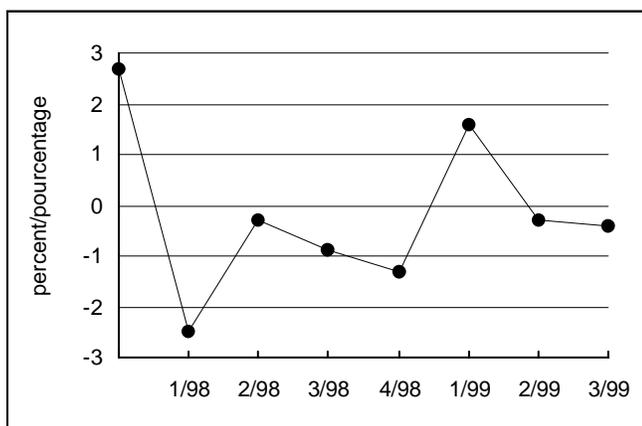
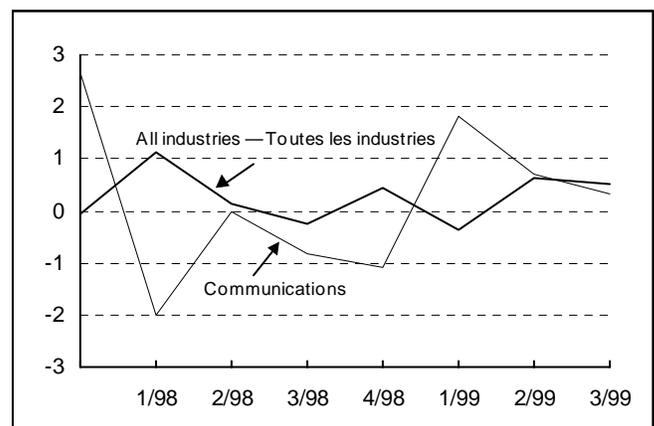


Chart A9. Wage and salary growth rates¹

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 — 3rd Quarter 1999

- After a buoyant second quarter, output in the finance, insurance and real estate sector rose by a more moderate 0.6% this quarter. This was half the GDP growth rate that was posted in the overall economy.
- Real estate and insurance agents' output shrank by 2.0% in the third quarter. However, this contraction was minor relative to the industry's 7.5% surge in GDP during the previous quarter. Meanwhile, rapid GDP increases this quarter occurred in the other financial intermediaries industry (+2.2%) and the insurance industry (+1.6%). Banking output rose by a lesser 0.4% this quarter.
- The finance, insurance and real estate sector's GDP was 2.2% higher this quarter than it was four quarters ago. This was less than half the 4.5% growth rate for the entire economy during the same period. Compared to one year ago, the sharpest output increase occurred in the other financial intermediaries industry, where the GDP soared by 10.4%. The real estate and insurance agents industry saw its output rise by a more modest 3.1%. The output of banks was little changed compared to four quarters ago, but the GDP of credit unions fell by 0.8%.
- Average wages and salaries in the finance, insurance and real estate sector dipped by 0.9% this quarter, even though they rose slightly (by 0.5%) in the economy as a whole. Nevertheless, the sector's average wage and salary (\$39,538) is still 24% higher than the average for the overall economy.

Finance et assurances

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Après un deuxième trimestre d'activité soutenue, l'activité dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a été plus modérée au troisième trimestre. La production a ainsi augmenté de 0,6 %, ce qui est deux fois moins élevé que l'accroissement du PIB pour l'ensemble de l'économie.
- Au troisième trimestre, la production des agents immobiliers et des agents d'assurance a reculé de 2,0 %; il s'agit toutefois d'un faible recul lorsqu'on le compare à l'accroissement de 7,5 % du trimestre précédent. Pendant ce temps, le PIB a augmenté de 2,2 % dans les autres intermédiaires financiers et de 1,6 % dans le secteur des assurances. La croissance des banques a été plus modeste, à 0,4 %.
- Depuis le troisième trimestre de 1998, le PIB du groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a progressé de 2,2 %; ce gain correspond à moins de la moitié du taux de croissance relevé pour l'ensemble de l'économie, durant cette même période (4,5 %). Durant cette période d'un an, le secteur des autres intermédiaires financiers est celui qui a affiché la plus forte hausse, son PIB faisant un bond de 10,4 %. La hausse a été plus modeste du côté des agents immobiliers et des agents d'assurance (3,1 %). Enfin, la production des banques est demeurée pratiquement inchangée, alors que le PIB des coopératives de crédit a reculé de 0,8 %.
- La rémunération moyenne dans le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier a reculé de 0,9 % au troisième trimestre, alors qu'elle a légèrement augmenté (+0,5 %) dans l'ensemble de l'économie. Malgré ce recul, la rémunération moyenne dans ce secteur (39 538 \$) demeure 24 % plus élevée que la moyenne pour l'ensemble de l'économie.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 7.7%
Salaries	↓ 0.9%
GDP	↑ 0.6%

* From same quarter last year.

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

Emploi*	↑ 7,7 %
Rémunération	↓ 0,9 %
PIB	↑ 0,6 %

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

- This quarter's 0.9% remuneration decline was primarily due to drops in the other financial intermediaries industry (-2.6%), and the insurance industry (-1.7%). These drops were partially offset by a 1.1% average remuneration increase for the employees of chartered banks.
- This quarter's remuneration decline followed three straight quarters of increases for the finance, insurance and real estate sector. As a result, the sector's average wage and salary is now 1.5% higher than it was in the third quarter of 1998. This was slightly higher than the all-industry growth rate. Since last year, average remuneration rose especially rapidly in chartered banks (+4.1%). In contrast, a 7.0% drop was recorded for the other financial intermediaries industry.
- For the fifth consecutive quarter, the workforce of the finance and insurance industries expanded. Over the past five quarters 70,000 jobs were created – 85% of which were full-time positions. Job gains over the past five quarters were highest in the depository credit intermediation industry (+30,000), and the securities and commodity contract services industry (+23,000).
- During the third quarter the finance and insurance industries created 11,000 jobs, mostly full-time. As was the case during the past five quarters, most of the jobs created this quarter were in the depository credit intermediation industry and the securities and commodity contract services industry.
- Cette baisse de 0,9 % au troisième trimestre est le résultat principalement des réductions enregistrées dans le secteur des autres intermédiaires financiers (-2,6 %), et celui des assurances (-1,7 %). Ces reculs ont été partiellement neutralisés par une hausse de 1,1 % de la rémunération moyenne des employés des banques.
- La diminution de la rémunération au troisième trimestre survient après trois trimestres consécutifs à la hausse pour le groupe de la finance, des assurances et de l'immobilier, ce qui explique que la rémunération moyenne dans ce groupe ait malgré tout augmenté de 1,5 % depuis le troisième trimestre de 1998, soit dans une proportion légèrement supérieure au taux de croissance pour l'ensemble l'économie. En un an, la rémunération moyenne s'est accrue particulièrement rapidement dans les banques (+4,1 %); par contre, elle a reculé de 7,0 % chez les autres intermédiaires financiers.
- Pour un cinquième trimestre consécutif, l'emploi dans le groupe de la finance et des assurances a continué de progresser, portant à 70 000 le nombre d'emplois créés au cours des cinq derniers trimestres (dont 85 % sont des emplois à temps plein). Les augmentations les plus marquées ont été observées dans le secteur des services d'intermédiation financière par le biais de dépôts (+30 000) et celui des services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises (+23 000).
- Au troisième trimestre, 11 000 emplois — pour la plupart à temps plein — ont été créés dans le groupe de la finance et des assurances. Comme pour les cinq trimestres précédents, la plupart de ces nouveaux emplois ont été créés dans les secteurs des services d'intermédiation financière par le biais de dépôts et des services d'intermédiation de valeurs mobilières et de contrats de marchandises.

Finance and Insurance

Finance et assurances

Chart B1. Employment

Graphique B1. Emploi

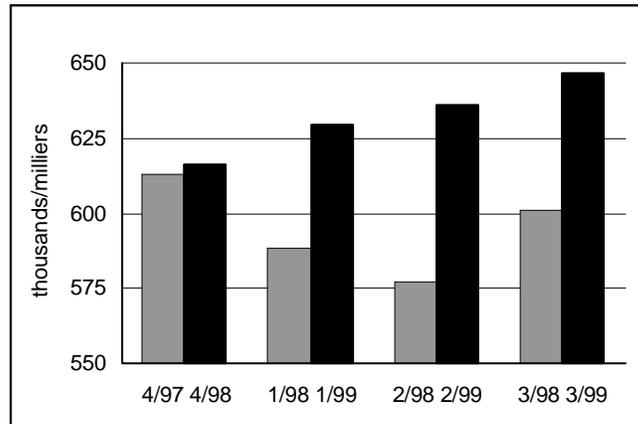


Chart B2. Salaries

Graphique B2. Rémunération

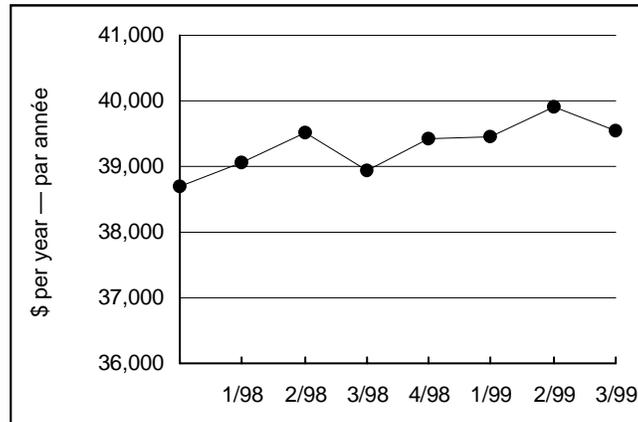


Chart B3. GDP

Graphique B3. PIB

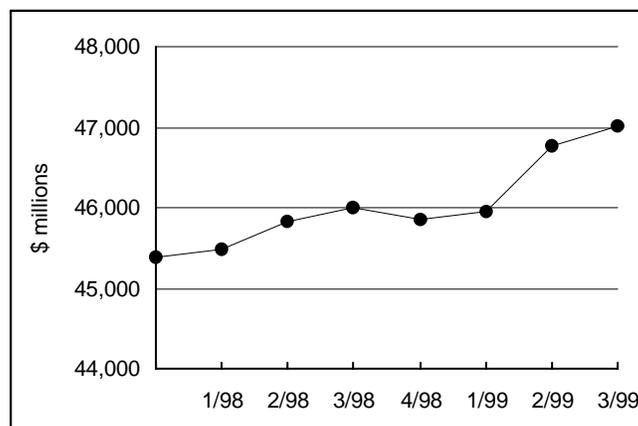


Table B1. Finance, insurance and real estate, annualized GDP at factor cost

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

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Banks*	23,609	23,872	24,120	24,241	24,223	23,999	24,193	24,278	Banques*
Credit unions	1,532	1,524	1,521	1,532	1,540	1,542	1,517	1,520	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	8,582	8,541	8,474	8,508	8,561	8,557	8,524	8,657	Assurances
Other finan. intermediaries	6,427	6,400	6,439	6,430	6,415	6,664	6,949	7,100	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	5,228	5,136	5,280	5,296	5,116	5,181	5,572	5,458	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	45,378	45,473	45,834	46,007	45,855	45,943	46,755	47,013	Total du groupe
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
	Rates of change (%)								
Banks*	2.2	1.1	1.0	0.5	-0.1	-0.9	0.8	0.4	Banques*
Credit unions	-0.1	-0.5	-0.2	0.7	0.5	0.1	-1.6	0.2	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	-0.4	-0.5	-0.8	0.4	0.6	0.0	-0.4	1.6	Assurances
Other finan. intermediaries	0.7	-0.4	0.6	-0.1	-0.2	3.9	4.3	2.2	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	-2.3	-1.8	2.8	0.3	-3.4	1.3	7.5	-2.0	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	0.9	0.2	0.8	0.4	-0.3	0.2	1.8	0.6	Total du groupe
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Banks*	3.32	3.34	3.36	3.36	3.32	3.25	3.25	3.22	Banques*
Credit unions	0.22	0.21	0.21	0.21	0.21	0.21	0.20	0.20	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	1.21	1.19	1.18	1.18	1.17	1.16	1.15	1.15	Assurances
Other finan. intermediaries	0.90	0.89	0.90	0.89	0.88	0.90	0.93	0.94	Autres interm. financiers
Real est. and insur. agents	0.73	0.72	0.73	0.73	0.70	0.70	0.75	0.72	Serv. imm. et courtiers d'ass.
Total group	6.38	6.35	6.38	6.38	6.29	6.23	6.29	6.24	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

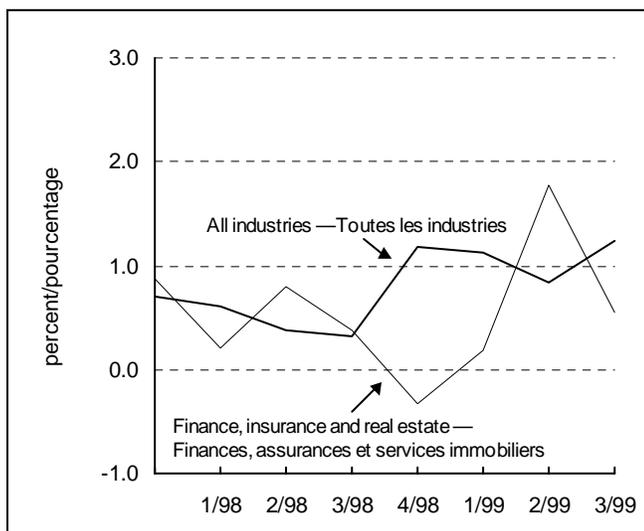
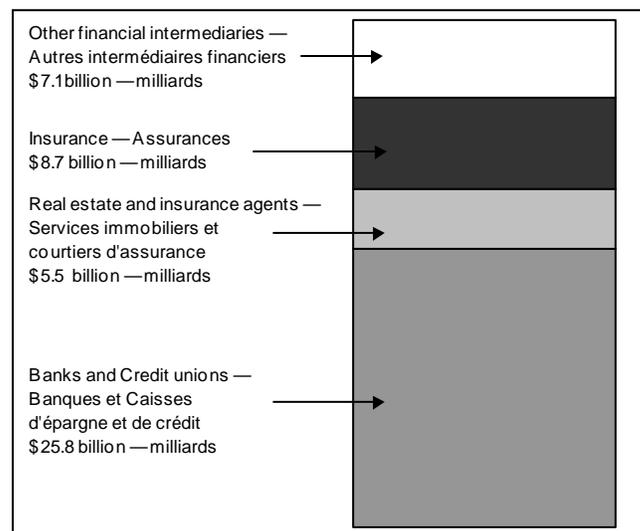


Chart B5. Output of finance, insurance and real estate group's industries

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Depository credit intermediation	296	286	279	296	308	307	304	309	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	19	18	20	22	24	18	19	20	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	5	5	4	5	6	8	9	10	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	80	82	77	79	84	89	95	100	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	211	196	195	198	193	204	204	207	Assurances
Total	613	588	577	601	616	629	636	647	Total
Full-time	536	520	508	528	535	552	558	567	Plein temps
Part-time	78	69	69	73	82	77	78	80	Temps partiel
Self employment*	54	47	43	50	51	54	60	67	Travail autonome*

Analytical table — Tableau analytique

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

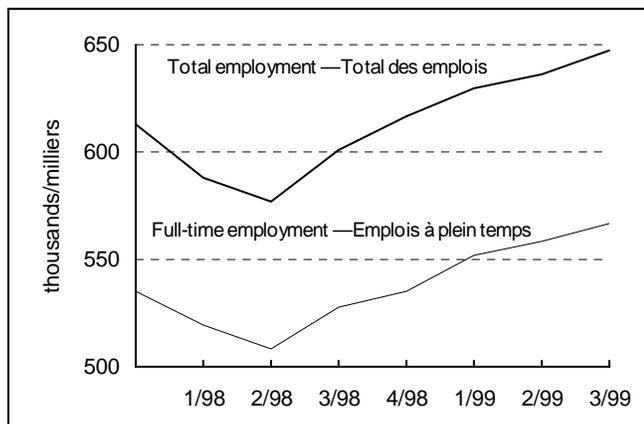
	Rates of change (%)					Taux de variation (%)			
Depository credit intermediation	-2.8	-6.8	-7.1	-2.0	3.9	7.2	8.8	4.5	Interm. fin. par le biais de dépôts
Non-depository credit intermediation	-1.1	-3.7	4.6	8.5	29.2	-3.8	-6.4	-8.3	Intermédiation financière non faite par le biais de dépôts
Activities related to credit interm.	47.2	65.5	-14.6	-30.3	5.7	56.3	119.5	117.4	Activités liées à l'intermédiation fin.
Securities/commodity contracts	38.1	50.2	15.0	-3.9	4.6	8.8	24.0	27.1	Valeurs mobil./contrats de march.
Insurance services	4.5	-4.4	-8.0	-9.1	-8.7	4.3	4.6	4.7	Assurances
Total	4.1	-0.1	-4.5	-4.5	0.5	7.0	10.2	7.7	Total
Full-time	4.6	1.7	-4.2	-4.0	-0.1	6.3	9.9	7.4	Plein temps
Part-time	0.8	-11.8	-6.2	-8.1	4.9	12.5	12.7	9.4	Temps partiel
Self employment*	14.7	-8.9	-27.6	-20.6	-4.6	14.3	38.6	35.1	Travail autonome*
Overall economy growth rates (%)									
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3	Taux de croissance de l'économie totale (%)
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel
Self-employment	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	-0.2	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

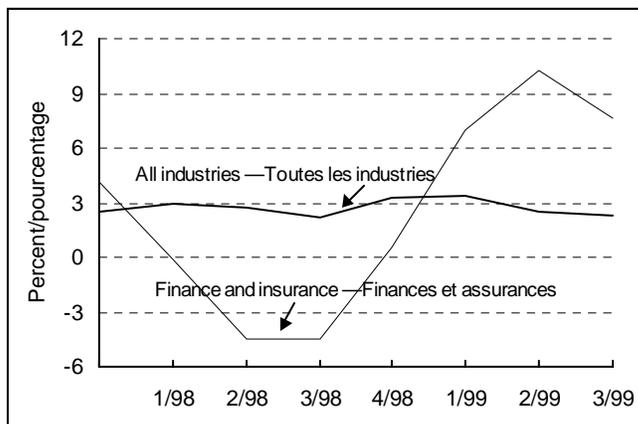
Graphique B6. Emploi¹



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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
All employees		current dollars per year — dollars courants par année							Tous les employés
Chartered banks	35,105	35,465	35,480	35,542	35,984	35,965	36,609	36,994	Banques à charte
Trust/mortg. companies	35,577	35,760	36,068	35,898	36,382	36,187	36,507	36,837	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	33,755	35,080	35,407	35,841	36,114	35,477	36,313	36,282	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	43,443	45,400	47,091	46,164	46,383	47,610	47,858	47,030	Assurances
Other finan. intermediaries	51,690	50,985	51,992	50,502	49,283	48,071	48,234	46,956	Autres interm. financiers
Real estate operators	29,802	29,334	28,724	28,852	30,250	30,280	30,471	30,111	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	35,821	36,161	36,628	36,449	36,435	36,611	36,994	36,809	Agences (assur./immob.)
Total	38,701	39,066	39,528	38,935	39,434	39,449	39,911	39,538	Total
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	Rates of change (%)								
	from last quarter — par rapport au dernier trimestre								
Chartered banks	1.6	1.0	0.0	0.2	1.2	-0.1	1.8	1.1	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.4	0.5	0.9	-0.5	1.3	-0.5	0.9	0.9	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	1.8	3.9	0.9	1.2	0.8	-1.8	2.4	-0.1	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	2.0	4.5	3.7	-2.0	0.5	2.6	0.5	-1.7	Assurances
Other finan. intermediaries	-0.6	-1.4	2.0	-2.9	-2.4	-2.5	0.3	-2.6	Autres interm. financiers
Real estate operators	-1.5	-1.6	-2.1	0.4	4.8	0.1	0.6	-1.2	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	-0.9	0.9	1.3	-0.5	0.0	0.5	1.0	-0.5	Agences (assur./immob.)
Total	0.6	0.9	1.2	-1.5	1.3	0.0	1.2	-0.9	Total
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Chartered banks	1.7	0.5	-0.2	0.1	1.1	-0.3	0.7	0.3	Banques à charte
Trust/mortg. companies	0.4	0.0	0.6	-0.6	1.2	-0.8	-0.2	0.2	Sociétés de fiducie et hypoth.
Credit unions	1.9	3.4	0.7	1.1	0.6	-2.0	1.3	-0.8	Caisses d'épargne et crédit
Insurance	2.1	3.9	3.5	-2.1	0.3	2.4	-0.5	-2.4	Assurances
Other finan. intermediaries	-0.6	-1.9	1.7	-3.0	-2.6	-2.7	-0.7	-3.3	Autres interm. financiers
Real estate operators	-1.5	-2.1	-2.3	0.3	4.7	-0.2	-0.4	-1.9	Services immobiliers
Agents (ins. & real est.)	-0.8	0.4	1.0	-0.6	-0.2	0.2	0.0	-1.2	Agences (assur./immob.)
Total	0.6	0.4	0.9	-1.6	1.1	-0.2	0.1	-1.6	Total
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nom. (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	Économie totale

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

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

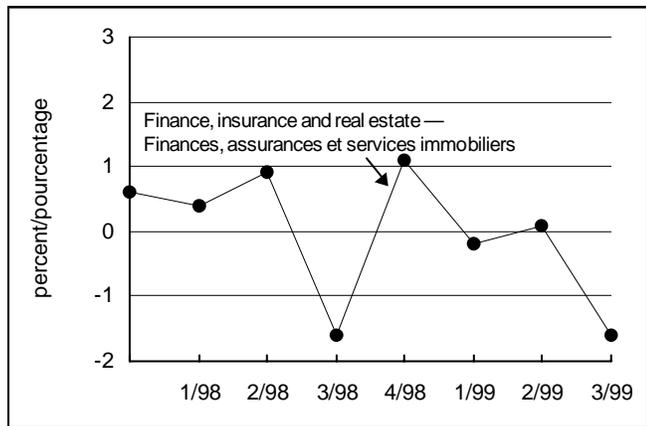
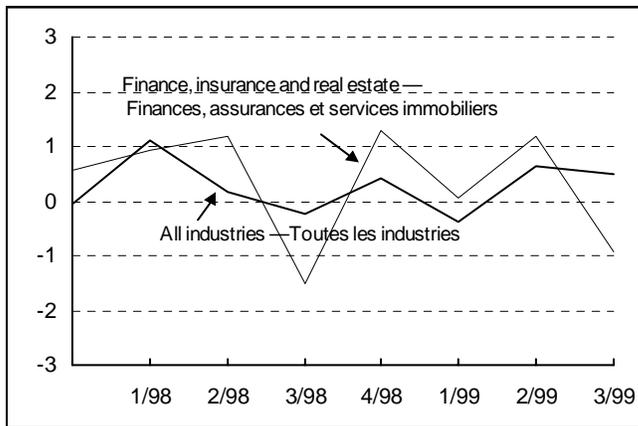


Chart B9. Wage and salary growth rates¹

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 — 3rd Quarter 1999

- This quarter's GDP growth rate of 1.6% in the business services industries surpassed the 1.2% rate for the whole economy. Growth was largely propelled by continued expansion in the computer services industry, where output rose 4.7% this quarter. There was also a 2.0% increase in the GDP for miscellaneous business services industries. In contrast, output fell by 1.9% in the advertising services industry. As well, GDP for the architectural, engineering and other scientific and technical services industry declined 1.3%, the third straight quarter in which this industry's output has fallen.
- This marked the fourth consecutive quarter in which the business services GDP growth rate exceeded that for the overall economy. During this period business services output grew by 8.1%, nearly twice the robust 4.5% rate for the whole economy. However, this rapid growth was not equally spread over the business services industries. For example, output for the computer services industry soared 25.1% compared to four quarters ago, while there were GDP contractions in the architectural, engineering and other scientific and technical services industry (-3.7%) and the advertising services industry (-0.7%).
- Average wages and salaries in the third quarter rose most rapidly in the management consulting industry (+2.1%). For the sixth straight quarter an increase was recorded for the computer services industry (+1.3%). Meanwhile, there was a 1.1% decline in the architectural, engineering and other scientific and technical services industry. This marked the fourth quarter in the last six in which the industry has posted a decline.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↓ 1.6%
Salaries	↑ 0.7%
GDP	↑ 1.6%

* From same quarter last year.

Services professionnels, scientifiques et techniques

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, le PIB du groupe des services aux entreprises a progressé de 1,6 %, dépassant ainsi la croissance pour l'ensemble de l'économie (1,2 %). Cette croissance a été largement favorisée par l'expansion continue du secteur des services informatiques dont la production a augmenté de 4,7 % ce trimestre-ci; le PIB a aussi augmenté de 2,0 % dans le secteur des services divers aux entreprises. En revanche, un recul de 1,9 % a été observé pour les services de publicité; le PIB du secteur des services d'architecture, de génie et des autres services scientifiques et techniques a lui aussi diminué, d'un taux de 1,3 %, ceci constituant une troisième baisse trimestrielle consécutive pour ce secteur.
- Il s'agit du quatrième trimestre consécutif où le PIB du groupe des services aux entreprises progresse à un rythme supérieur à celui de l'ensemble de l'économie. Durant cette période d'un an, la production de ce groupe s'est accrue de 8,1 %, ce qui est près de deux fois supérieur à la hausse appréciable de 4,5 % pour l'ensemble de l'économie. Cependant, cette croissance rapide n'a pas été répartie uniformément dans l'ensemble du groupe. Ainsi, la production dans le secteur des services informatiques a fait un bond de 25,1 % en un an, tandis qu'elle a diminué de 3,7 % dans le secteur des services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques et de 0,7 % dans les services de publicité.
- Au troisième trimestre, les employés des services de conseils en gestion sont ceux qui ont bénéficié de la plus forte hausse de la rémunération moyenne (+2,1 %). Une hausse a aussi été enregistrée dans le secteur des services informatiques (+1,3 %), et ce pour un sixième trimestre consécutif. Par contre, la rémunération moyenne a diminué de 1,1 % dans les services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques, ce recul étant pour ce secteur le quatrième durant les six derniers trimestres.

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

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

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

- Growth over the past year in average wages and salaries also varied by industry. Strong output growth prompted the largest growth rate to be in computer services (+3.6%). The management consulting (+2.8%) and accounting services (+2.3%) industries also registered increases. In contrast, since last year, average remuneration fell by 1.2% in the offices of lawyers and notaries.
- The workforce of the professional, scientific and technical services sector shrank by 15,000 this quarter, with most of the lost jobs being full-time positions. This was primarily due to job losses in computer systems design (-16,000) and architectural, engineering and related services (-11,000). These losses were only partially negated by added jobs in legal services (+7,000), other professional, scientific and technical services (+6,000) and specialized design services (+4,000).
- Compared to the third quarter of 1998, the business services sector shed 14,000 jobs, despite healthy employment increases in computer systems design and specialized design services. Although overall business services employment dropped, the number of full-time jobs in the sector rose by 7,000. As a result, the proportion of the business services workforce with full-time jobs is now 88%, compared to 86% in the third quarter of 1998.
- Au cours de la dernière année, la hausse de la rémunération moyenne n'a pas été répartie uniformément à l'intérieur du groupe. La croissance la plus marquée (+3,6 %) a été enregistrée dans le secteur des services informatiques, lequel a profité de l'accroissement marqué de la production; la rémunération moyenne a aussi augmenté dans les services de conseils en gestion (+2,8 %) et les services de comptabilité (+2,3 %). En revanche, elle a fléchi de 1,2 % dans les cabinets de notaires et d'avocats.
- Au troisième trimestre, 15 000 emplois — pour la plupart à temps plein — ont été perdus dans le groupe des services professionnels, scientifiques et techniques. Ce recul est dû principalement aux pertes d'emplois dans la conception de systèmes informatiques (-16 000) et dans les services d'architecture, de génie et services connexes (-11 000). Ces pertes n'ont été que partiellement neutralisées par des gains dans les services juridiques (+7 000), les autres services professionnels, scientifiques et techniques (+6 000) et les services de design spécialisés (+4 000).
- Depuis le troisième trimestre de 1998, 14 000 emplois ont été perdus dans le groupe des services aux entreprises, et ce malgré les gains réalisés dans les services de conception de systèmes informatiques et les services spécialisés de design. Bien que le nombre total d'emplois dans le groupe ait diminué, le nombre d'emplois à temps plein a augmenté de 7 000, de sorte que la proportion de travailleurs à temps plein dans ce groupe s'établit maintenant à 88 %, alors qu'elle était de 86 % il y a un an.

Professional, Scientific and Technical Services Industries

Services professionnels, scientifiques et techniques

Chart C1. Employment

Graphique C1. Emploi

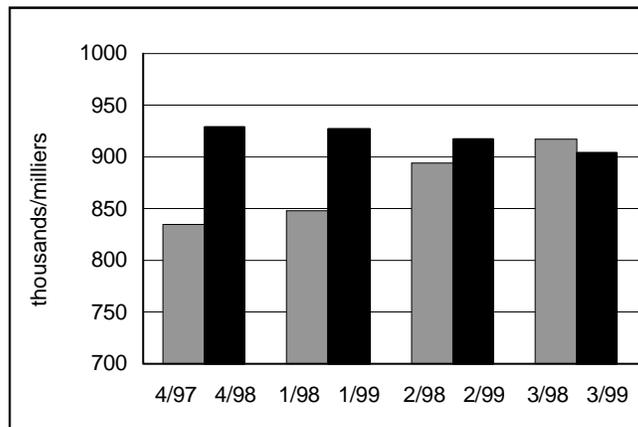


Chart C2. Salaries

Graphique C2. Rémunération

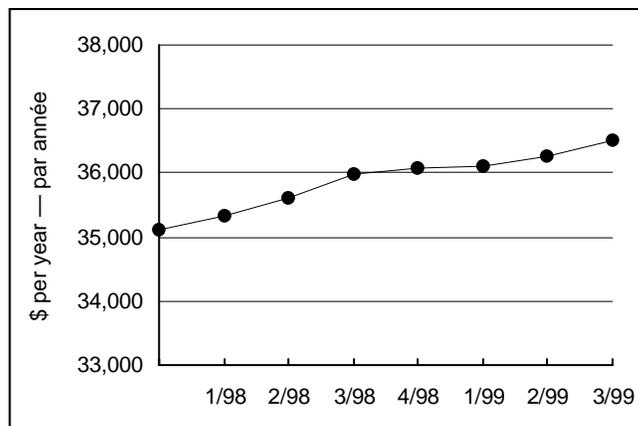
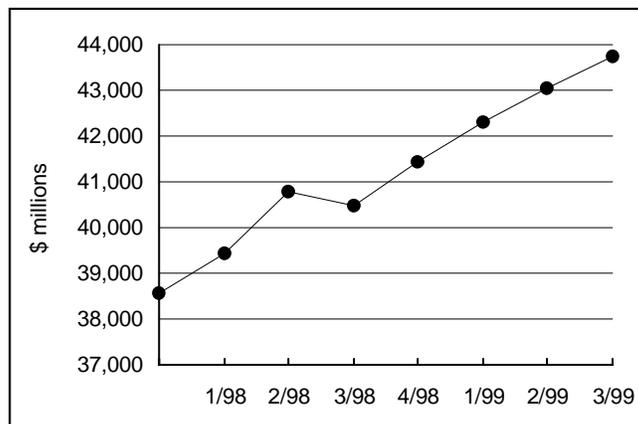


Chart C3. GDP

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Computer services	8,616	8,996	9,258	9,715	10,367	11,027	11,612	12,156	Services informatiques
Advertising services	2,025	2,134	2,138	2,154	2,166	2,171	2,180	2,138	Services de publicité
Architectural and other scientific services	8,338	8,464	8,441	8,460	8,484	8,305	8,251	8,143	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	7,207	7,154	8,164	7,103	7,099	7,266	7,359	7,384	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	12,369	12,681	12,800	13,061	13,327	13,514	13,663	13,937	Services divers aux entreprises*
Total business services	38,555	39,429	40,801	40,493	41,443	42,283	43,065	43,758	Total serv. aux entreprises
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
	Rates of change (%)					Taux de variation (%)			
Computer services	2.0	4.4	2.9	4.9	6.7	6.4	5.3	4.7	Services informatiques
Advertising services	3.3	5.4	0.2	0.7	0.6	0.2	0.4	-1.9	Services de publicité
Architectural and other scientific services	2.9	1.5	-0.3	0.2	0.3	-2.1	-0.7	-1.3	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	0.6	-0.7	14.1	-13.0	-0.1	2.4	1.3	0.3	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.7	2.5	0.9	2.0	2.0	1.4	1.1	2.0	Services divers aux entreprises*
Total business services	1.9	2.3	3.5	-0.8	2.3	2.0	1.8	1.6	Total serv. aux entreprises
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Computer services	1.2	1.3	1.3	1.3	1.4	1.5	1.6	1.6	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	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	Services d'architecture et autres services scientifiques
Accounting and legal serv.	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	Serv. de comptabilité et juridiques
Misc. business services*	1.7	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9	Services divers aux entreprises*
Total business services	5.4	5.5	5.7	5.6	5.7	5.7	5.8	5.8	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

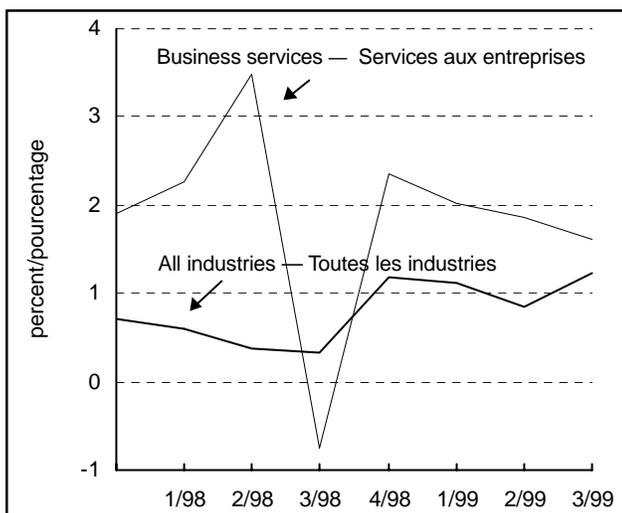
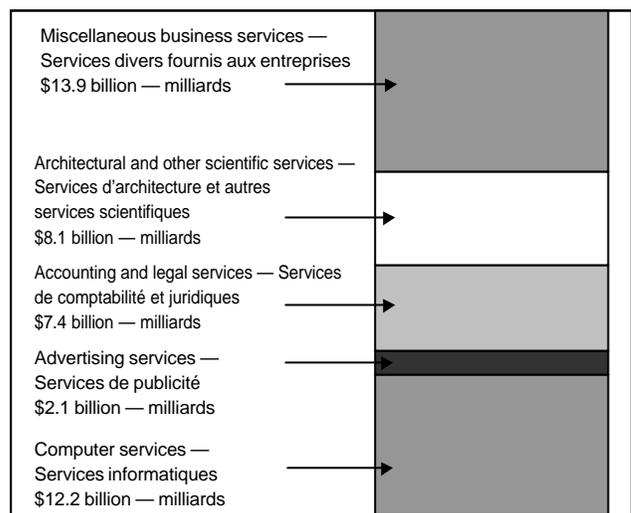


Chart C5. Output of business services group of industries

Graphique C5. Production des services aux entreprises



See definitions and concepts at the end of publication

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
Employment		thousands — milliers							Emploi
Legal services	110	110	124	134	120	115	114	121	Services juridiques
Accounting-related services	99	110	114	109	118	130	116	113	Comptabilité et services connexes
Archit./engineering services	156	146	165	174	173	172	175	164	Architecture/génie
Specialized design services	46	48	47	44	45	37	46	50	Services spécialisés de design
Computer systems design	175	181	177	195	202	222	226	210	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	108	117	127	120	118	110	112	109	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	21	19	17	17	17	26	19	18	Services de R&D scientifiques
Advertising services	67	63	65	67	74	62	60	60	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	54	55	58	58	62	53	52	58	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	835	848	894	917	928	926	918	903	Total
Full-time	700	710	758	789	796	808	809	796	Plein temps
Part-time	136	138	137	129	132	118	109	107	Temps partiel
Self employment*	322	342	355	350	353	353	356	336	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	-4.5	-2.8	9.5	18.2	9.9	3.9	-8.0	-9.8	Services juridiques
Accounting-related services	-8.3	-5.9	3.1	9.8	19.0	18.6	1.4	3.8	Comptabilité et services connexes
Archit./engineer. services	2.6	-4.3	3.2	6.2	10.8	18.3	5.9	-5.5	Architecture/génie
Specialized design services	-11.2	9.2	10.6	-9.5	-2.8	-22.9	-2.1	13.9	Services spécialisés de design
Computer systems design	34.0	24.7	10.1	20.4	15.3	22.6	27.6	7.6	Conception de syst. informatiques
Mngt/sci/tech'l consulting	7.5	19.2	35.7	16.4	9.3	-5.8	-11.7	-9.5	Conseils en gestion, scient. et tech.
Scientific R&D services	20.8	6.2	-5.7	-16.4	-18.2	36.2	15.2	7.1	Services de R&D scientifiques
Advertising services	22.9	29.4	13.0	2.2	10.8	-1.9	-7.8	-9.8	Publicité
Other prof'l/sci/tech'l services	17.2	22.1	5.6	3.4	13.4	-3.3	-10.7	0.5	Autres serv. prof., scient. et tech.
Total	7.7	8.6	10.2	10.3	11.1	9.2	2.7	-1.6	Total
Full-time	7.1	6.9	9.3	11.1	13.7	13.8	6.8	0.9	Plein temps
Part-time	11.4	18.8	15.7	5.5	-2.5	-14.3	-20.3	-16.7	Temps partiel
Self employment*	13.9	12.6	12.5	7.7	9.8	3.5	0.2	-4.0	Travail autonome*

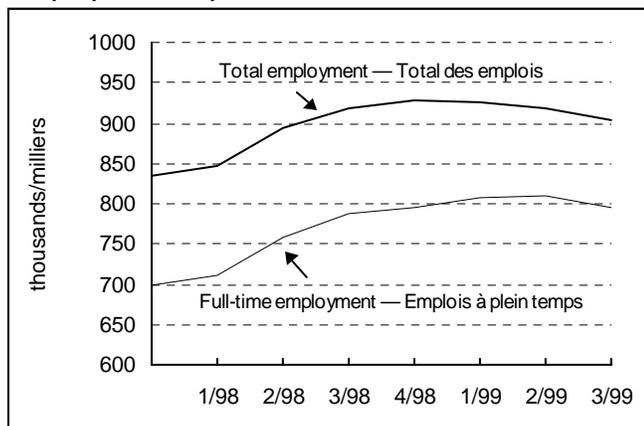
	Overall economy growth rates (%)					Taux de croissance de l'économie globale (%)			
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel
Self employment	4.8	0.4	-0.8	1.7	5.8	6.7	4.8	-0.2	Travail autonome

* 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

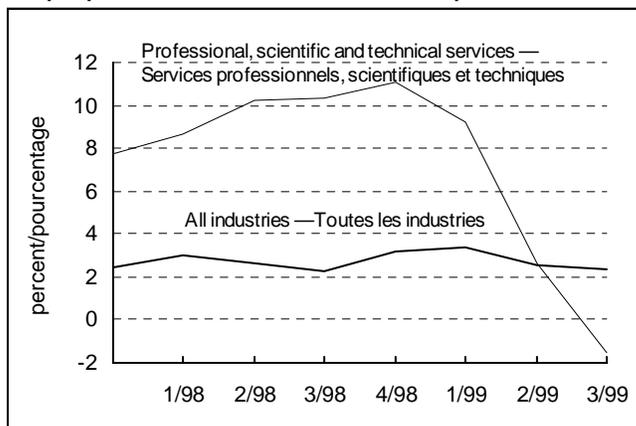
Graphique C6. Emploi¹



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

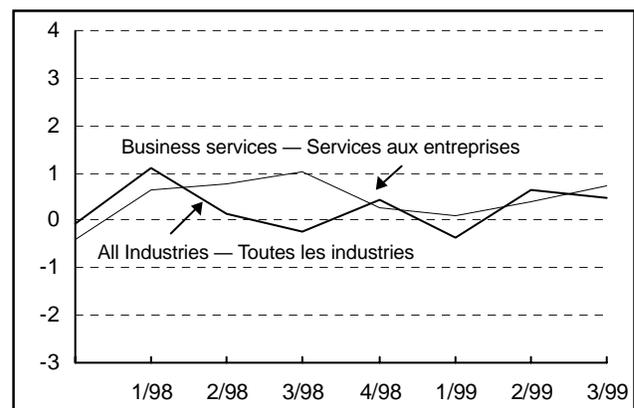
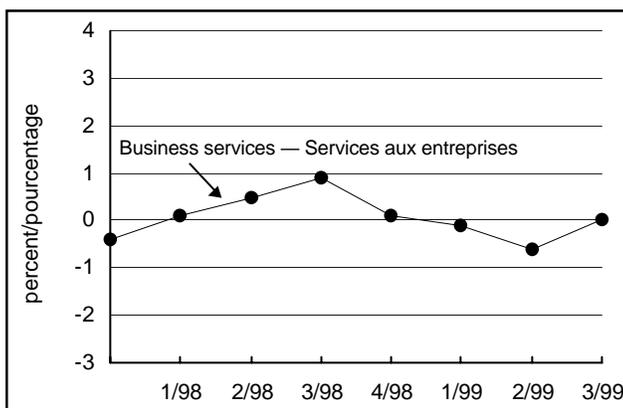
	1997	1998				1999		
	IV	I	II	III	IV	I	II	III
current dollars per year — dollars courants par année								
All employees								
Computer services	45,983	45,702	46,262	47,579	47,611	48,157	48,649	49,297
Accounting services	33,470	32,271	34,014	34,632	34,821	34,040	35,188	35,413
Advertising services	31,670	31,085	31,196	31,562	32,074	32,312	31,970	31,910
Archit./engin. services	44,282	44,762	44,426	44,212	44,377	44,338	44,680	44,184
Lawyers and notaries	35,000	35,482	35,854	36,800	37,059	36,735	36,293	36,363
Employment agencies	24,435	24,726	25,313	25,360	25,506	25,337	25,366	25,521
Mngt. consulting services	36,277	37,388	37,226	37,187	37,253	37,470	37,444	38,244
Other business services	27,607	27,757	27,624	27,920	27,728	27,618	27,798	28,293
Total	35,114	35,334	35,604	35,968	36,060	36,104	36,248	36,507
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843

Analytical table — Tableau analytique

	from last quarter — par rapport au dernier trimestre							
Rates of change (%)								
Computer services	0.4	-0.6	1.2	2.8	0.1	1.1	1.0	1.3
Accounting services	0.3	-3.6	5.4	1.8	0.5	-2.2	3.4	0.6
Advertising services	-1.4	-1.8	0.4	1.2	1.6	0.7	-1.1	-0.2
Archit./engin. services	-0.6	1.1	-0.8	-0.5	0.4	-0.1	0.8	-1.1
Lawyers and notaries	0.9	1.4	1.0	2.6	0.7	-0.9	-1.2	0.2
Employment agencies	-2.0	1.2	2.4	0.2	0.6	-0.7	0.1	0.6
Mngt. consulting services	0.6	3.1	-0.4	-0.1	0.2	0.6	-0.1	2.1
Other business services	-1.1	0.5	-0.5	1.1	-0.7	-0.4	0.7	1.8
Total	-0.4	0.6	0.8	1.0	0.3	0.1	0.4	0.7
CPI-adjusted rates of change (%)								
Computer services	0.4	-1.1	1.0	2.7	-0.1	0.9	0.0	0.6
Accounting services	0.4	-4.1	5.1	1.7	0.4	-2.5	2.3	-0.1
Advertising services	-1.3	-2.4	0.1	1.1	1.5	0.5	-2.1	-0.9
Archit./engin. services	-0.5	0.5	-1.0	-0.6	0.2	-0.4	-0.3	-1.8
Lawyers and notaries	0.9	0.8	0.8	2.5	0.5	-1.1	-2.2	-0.5
Employment agencies	-2.0	0.6	2.1	0.1	0.4	-0.9	-0.9	-0.1
Mngt. consulting services	0.7	2.5	-0.7	-0.2	0.0	0.3	-1.1	1.4
Other business services	0.1	0.0	-0.7	1.0	-0.9	-0.7	-0.4	1.1
Total	-0.4	0.1	0.5	0.9	0.1	-0.1	-0.6	0.0
Nominal growth rates (%)								
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5

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





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

**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 — 3rd Quarter 1999

- The GDP of the traveler accommodation services industry declined in real terms by 0.7% this quarter, despite the fact that output in the overall economy advanced 1.2%. In addition, output in the food and beverage services industry fell by 0.3%, the second consecutive quarterly decline for this industry.
- Nevertheless, both of these industries are now generating more output than they did in the third quarter of 1998. GDP for the accommodation services industry is now 2.6% higher than last year, while a 0.6% increase was posted in the food and beverage services industry. However, these GDP increases fall far short of the 4.5% growth rate recorded for the overall economy.
- The workforce of the accommodations services industry grew by 32,000 this quarter. Third quarter employment growth is common in this industry due to higher demand arising from summer vacationers. All of the jobs added in the third quarter were full-time. As a result, the proportion of the industry's workforce employed full-time is 82%, up sharply from 76% in the second quarter.
- One can somewhat discount the effects of seasonal factors by comparing current results to those in the equivalent quarters of previous years. Compared to the third quarter of 1998, employment has fallen by 3.6% in accommodation services.
- The restaurant and other food services industry created 11,000 jobs this quarter, all of which are full-time. 62% of the industry's workforce is employed full-time, up from 58% in the second quarter. Employment in this industry has expanded 5.1% since the third quarter of 1998 due to the addition of 35,000 new jobs.

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 3.2%
GDP	↓ 0.4%

* From same quarter last year.

Hébergement et services de restauration

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Au troisième trimestre, le PIB du secteur des services d'hébergement des voyageurs a reculé de 0,7 % en chiffres absolus, bien qu'un gain de 1,2 % ait été observé pour l'ensemble de l'économie. La production a aussi reculé dans le secteur de la restauration (-0,3 %), et ce pour un deuxième trimestre consécutif.
- Ces deux secteurs affichent malgré tout une production en hausse par rapport au troisième trimestre de 1998. Le PIB du secteur des services d'hébergement a ainsi progressé de 2,6 % depuis l'an dernier, alors qu'un gain de 0,6 % a été relevé dans le secteur de la restauration. Ces hausses du PIB sont toutefois bien en deçà du taux de croissance (4,5 %) enregistré durant cette même période pour l'ensemble de l'économie.
- Les effectifs dans les services d'hébergement ont augmenté de 32 000 au troisième trimestre. Il convient toutefois de noter que la création d'emplois est fréquente dans ce secteur au troisième trimestre, avec l'accroissement de la demande en période estivale. Comme tous les emplois créés au troisième trimestre étaient à temps plein, la proportion de travailleurs à temps plein est passée à 82 %, ce qui constitue une hausse appréciable par rapport au deuxième trimestre (76 %).
- Il est possible de neutraliser quelque peu les effets des facteurs saisonniers en comparant les résultats du présent trimestre à ceux des mêmes trimestres des années précédentes. Or, on constate que l'emploi a reculé de 3,6 % dans les services d'hébergement depuis le troisième trimestre de 1998.
- Au troisième trimestre, 11 000 emplois (tous à temps plein) ont été créés dans le secteur de la restauration, ce qui porte à 62 % les effectifs de ce secteur travaillant à temps plein; au deuxième trimestre, la proportion était de 58 %. Depuis le troisième trimestre de 1998, l'emploi dans ce secteur s'est accru de 5,1 %, avec la création de 35 000 emplois.

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

Emploi*	↑ 3,2 %
PIB	↓ 0,4 %

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

- Annualized average wages and salaries in the traveler accommodation services industry rose by 2.6% this quarter. This increase was likely due to the higher proportion of the industry's workforce that is now working full-time. This was the third straight quarter in which average remuneration rose. As a result, for the first time in nearly two years, the industry's average remuneration (\$16,072) is more than half the average in the entire economy (\$31,843). Meanwhile, the average wage and salary in the food and beverage services industry (\$11,274) was up only slightly this quarter. However, these remuneration figures do exclude tips and gratuities.
- La rémunération annuelle moyenne dans le secteur des services d'hébergement des voyageurs a augmenté de 2,6 % ce trimestre-ci, sans doute sous l'effet de l'accroissement de la proportion d'employés travaillant à temps plein. Il s'agit de la troisième hausse trimestrielle consécutive et ceci explique que, pour la première fois en près de deux ans, la rémunération moyenne du secteur (16 072 \$) correspond à plus de la moitié de la rémunération moyenne pour l'ensemble de l'économie (31 843 \$). Dans le secteur de la restauration, la rémunération moyenne (11 274 \$) n'a que faiblement augmenté au troisième trimestre; il est à noter toutefois que ces rémunérations excluent les pourboires et gratifications.

Accommodation and Food Services Industries

Hébergement et services de restauration

Chart D1. Employment
Graphique D1. Emploi

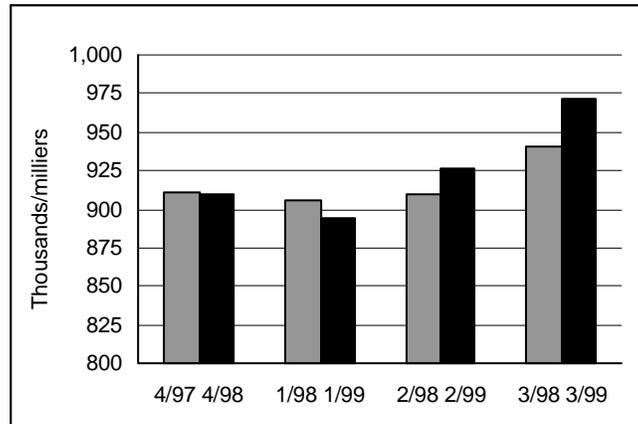


Chart D2. Average wages and salaries (current dollars)
Graphique D2. Rémunération (dollars courants)

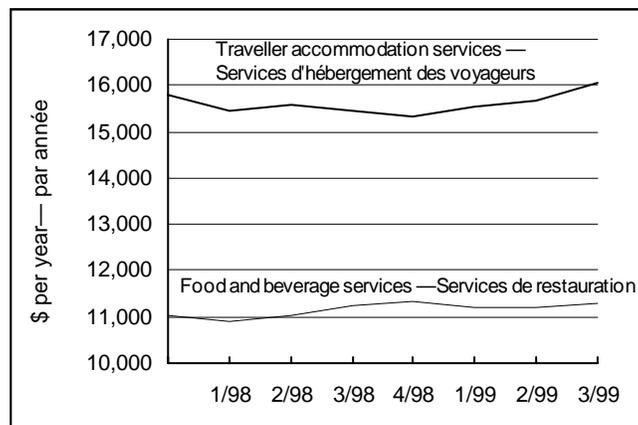
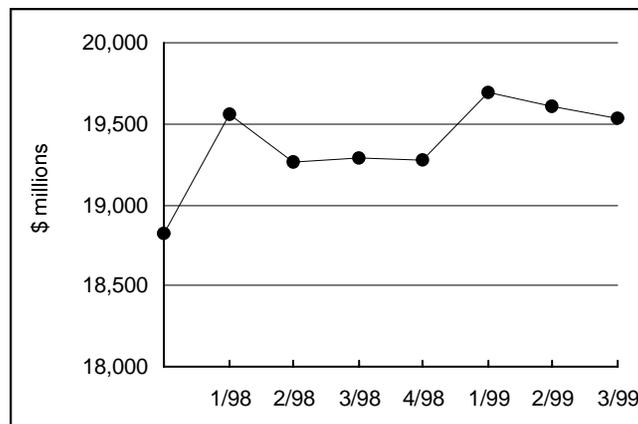


Chart D3. Real GDP
Graphique D3. PIB réel



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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)	6,144	6,359	6,192	6,159	6,345	6,339	6,361	6,317	PIB annualisé (dés.)
Accommodation services									Services d'hébergement
Food and beverage serv.	12,677	13,194	13,071	13,133	12,926	13,356	13,251	13,217	Services de restauration
Traveler accommodation and food services	18,821	19,553	19,263	19,292	19,271	19,695	19,612	19,534	Services d'hébergement des voyageurs et de restauration
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	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

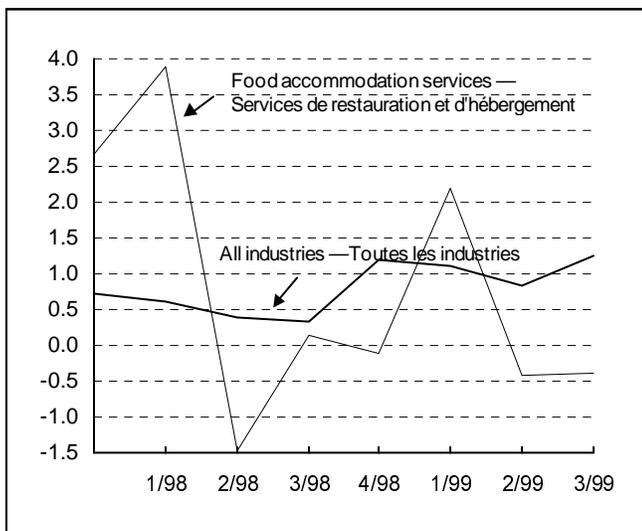
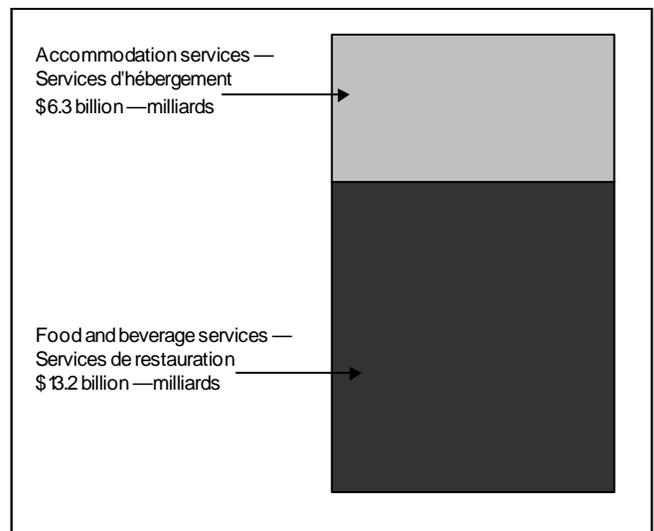


Chart D5. Output of food and accommodation services industries

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
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 beverage)	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

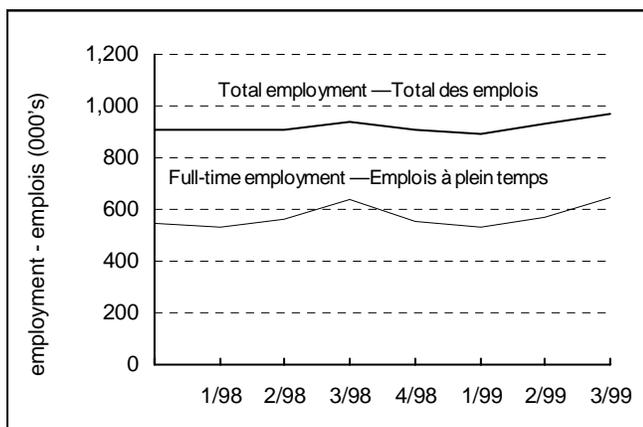
Analytical table — Tableau analytique

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

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 beverage)	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

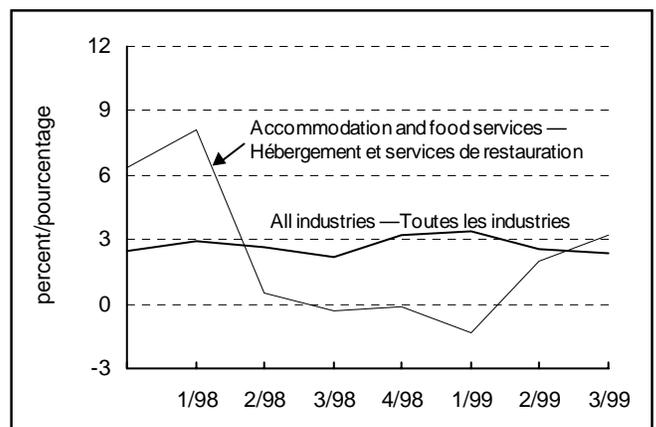
Graphique D6. Emploi¹



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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
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

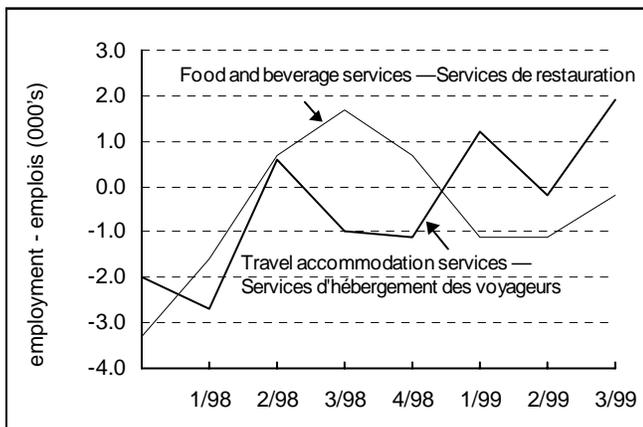
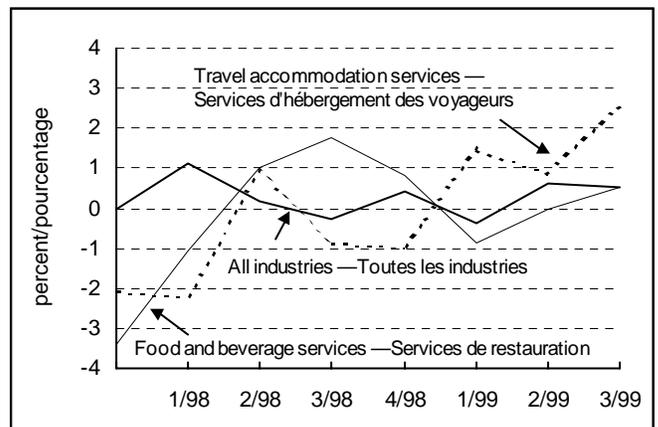


Chart D9. Wage and salary growth rates¹
Graphique D9. Taux de croissance de la rémunération¹



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 servies professionnels et domestiques n.c.a.

For more general information on the NAICS, please refer to "A Glance at the new North American Industrial Classification System", 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 — 3rd Quarter 1999

- The GDP of the amusement and recreation services industries remained little changed for the second consecutive quarter, while output in the personal and household services industries expanded at its most rapid rate in six quarters, this time by 0.8%. Yet, these industries' growth rates still lagged far behind the 1.2% third quarter GDP growth rate for the whole economy. Moreover, weak growth during previous quarters has left the personal and household services industries' GDP level only 1.4% higher than it was in the third quarter of 1998. In contrast, the overall economy grew over three times more rapidly in the past year.
- The arts, entertainment and recreation services industries created 46,000 jobs this quarter due to increased activities during the summer months. As well, about 94% of the added jobs were full-time positions. Employment gains were highest in amusement parks, arcades and other recreation services (+23,000), and performing arts, spectator sports and related industries (+10,000).
- Relative to the third quarter of 1998, the arts, entertainment and recreation services industries expanded their workforce by 38,000. Of these added jobs, 33,000 were full-time. Employment growth during the period was most rapid in the amusement parks, arcades and other recreation industries (+27.0%), followed by the gambling industries (+26.8%).
- After falling in the second quarter, average wages and salaries in the amusement and recreation services industries rose 0.6% this quarter, similar to the rate of remuneration growth in the whole economy. However, amusement and recreation services growth since the third quarter of 1998 (+3.9%) far exceeded the rate posted for the overall economy (+1.2%).

Key Services Indicators (change from last quarter)

Employment*	↑ 13.9%
GDP	↑ 0.4%

* From same quarter last year.

Arts, spectacles et loisirs

Faits saillants — 3^e trimestre 1999

- Le PIB du groupe des services de divertissements et de loisirs est demeuré pratiquement inchangé pour un deuxième trimestre consécutif, alors que la production du secteur des services personnels et domestiques a connu sa plus forte croissance des six derniers trimestres, progressant de 0,8 %. Ces taux de croissance au troisième trimestre demeurent toutefois nettement inférieurs au taux de croissance du PIB pour l'ensemble de l'économie (+1,2 %). De plus, la faible croissance observée au cours des trimestres précédents fait en sorte que le PIB du secteur des services personnels et domestiques n'a progressé que de 1,4 % depuis le troisième trimestre de 1998. Durant cette même période, le taux de croissance de l'ensemble de l'économie a été plus de trois fois plus rapide.
- Au troisième trimestre, 46 000 emplois ont été créés dans les arts, les spectacles et les loisirs, cette hausse étant attribuable à l'augmentation des activités durant les mois d'été. Près de 94 % de ces nouveaux emplois sont des emplois à temps plein. Les gains les plus marqués ont été réalisés dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs (+23 000), ainsi que les arts d'interprétation, les sports-spectacles et activités connexes (+10 000).
- Depuis le troisième trimestre de 1998, les effectifs dans les arts, les spectacles et les loisirs se sont accrus de 38 000. De ce nombre, 33 000 sont des emplois à temps plein. Durant cette période, c'est dans les parcs d'attractions, les salles de jeux électroniques et autres services de loisirs que la croissance de l'emploi a été la plus forte (+27,0 %), suivis du secteur des jeux de hasard et loteries (+26,8 %).
- Après avoir diminué au deuxième trimestre, la rémunération moyenne dans le groupe des services de divertissements et de loisirs a augmenté de 0,6 % ce trimestre-ci, soit un taux comparable à l'accroissement observé pour l'ensemble de l'économie. Depuis le troisième trimestre de 1998, toutefois, la croissance dans les services de divertissements et de loisirs (+3,9 %) dépasse largement le taux de croissance pour l'ensemble de l'économie (+1,2 %).

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

Emploi*	↑ 13,9 %
PIB	↑ 0,4 %

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

Arts, Entertainment and Recreation Services Industries

Arts, spectacles et loisirs

Chart E1. Employment

Graphique E1. Emploi

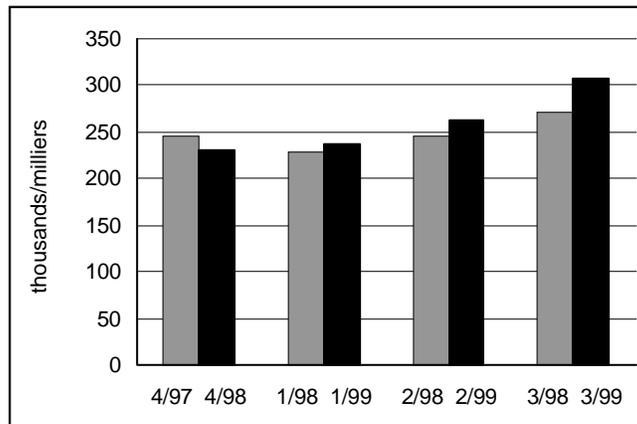


Chart E2. Average wages and salaries (current dollars)

Graphique E2. Rémunération (dollars courants)

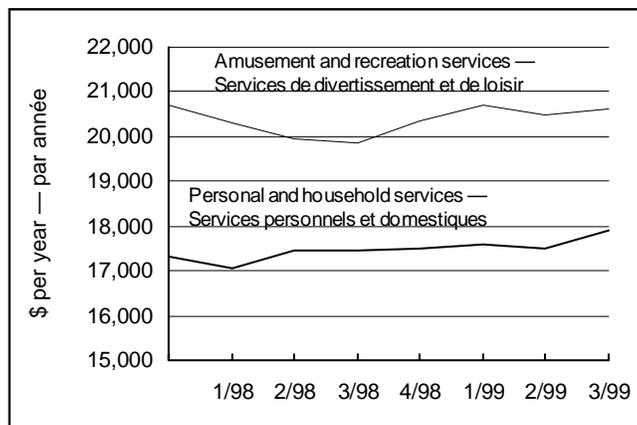
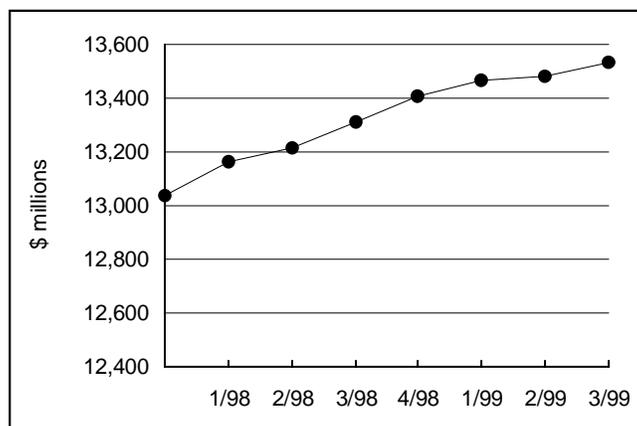


Chart E3. Real GDP

Graphique E3. PIB réel



See definitions and concepts at the end of publication

Voir les définitions et concepts à la fin de cette publication

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
millions of 1992 dollars — millions de dollars de 1992									
Annualized GDP (s.a.)									PIB annualisé (dés.)
Amusement and recreation services	7,509	7,549	7,608	7,662	7,745	7,788	7,798	7,806	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	5,531	5,612	5,609	5,651	5,660	5,682	5,683	5,731	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	13,040	13,161	13,217	13,313	13,405	13,470	13,481	13,537	Total divertissements et services personnels
Overall economy	711,392	715,659	718,387	720,703	729,272	737,468	743,681	752,880	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

	% growth from last quarter — % de croissance par rapport au dernier trimestre								
	1997	1998	1998	1998	1998	1999	1999	1999	
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.6	0.5	0.8	0.7	1.1	0.6	0.1	0.1	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.4	1.5	-0.1	0.7	0.2	0.4	0.0	0.8	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.1	0.9	0.4	0.7	0.7	0.5	0.1	0.4	Total divertissements et services personnels
Overall economy	0.7	0.6	0.4	0.3	1.2	1.1	0.8	1.2	Économie totale
% of Canada's GDP — % du PIB du Canada									
Amusement and recreation services	1.06	1.05	1.06	1.06	1.06	1.06	1.05	1.04	Services de divertissement et de loisir
Personal and household services	0.78	0.78	0.78	0.78	0.78	0.77	0.76	0.76	Services personnels et domestiques
Total leisure and personal services	1.83	1.84	1.84	1.85	1.84	1.83	1.81	1.80	Total divertissements et services personnels

Chart E4. GDP nominal growth rates

Graphique E4. Taux nominaux de croissance du PIB

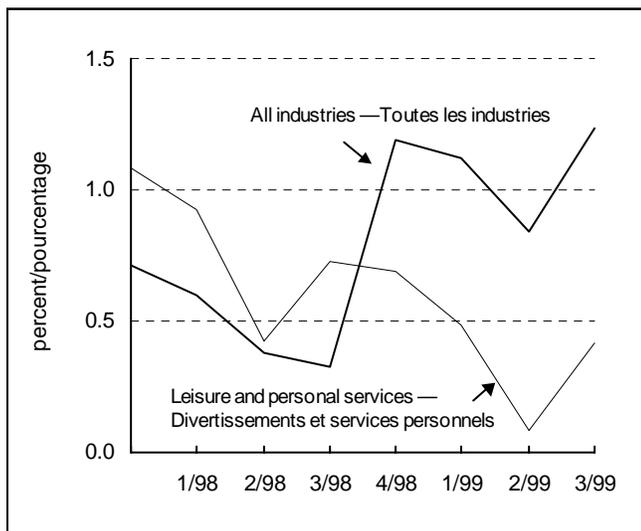
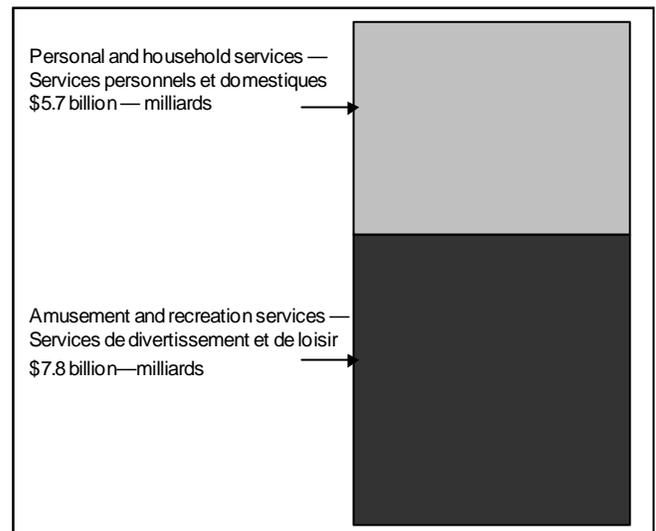


Chart E5. Output of leisure and personal services industries

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Performing arts, spectator sports and related industries	105	103	102	102	92	85	87	97	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions	18	13	18	23	15	14	18	27	Établissements du patrimoine
Gambling industries	31	34	33	34	35	37	38	43	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation	91	78	92	112	88	100	119	142	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total	245	229	245	270	231	236	262	308	Total
Full-time	160	139	162	190	142	141	180	223	Plein temps
Part-time	85	90	82	80	89	95	81	85	Temps partiel

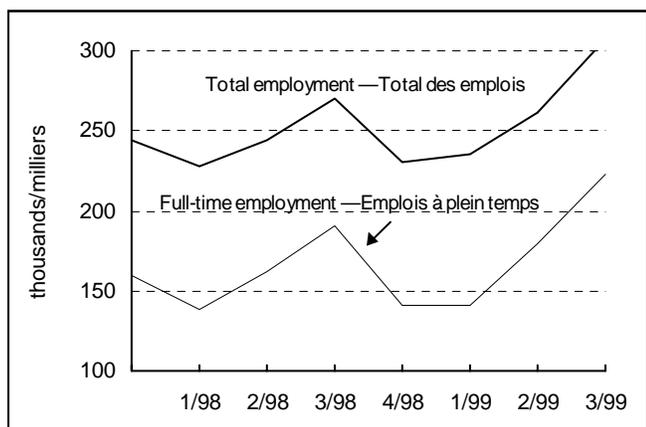
Analytical table — Tableau analytique

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

Rates of change (%)						Taux de variation (%)			
Performing arts, spectator sports and related industries	14.5	15.7	10.0	4.6	-11.7	-17.2	-14.7	-4.9	Arts d'interprétation, sports-spectacles et activités connexes
Heritage institutions	-17.4	-20.4	-15.6	-28.2	-16.0	2.3	1.1	18.9	Établissements du patrimoine
Gambling industries	10.2	-7.9	-13.7	5.6	9.9	8.3	15.9	26.8	Jeux de hasard et loteries
Amusement parks, arcades and other recreation	17.5	-8.1	-18.0	-13.4	-2.3	28.3	29.3	27.0	Parcs d'attractions, salle de jeux électroniques, autres divertissements
Total	11.8	0.4	-7.4	-6.9	-5.7	3.2	7.1	13.9	Total
Full-time	12.5	-3.7	-8.9	-9.0	-11.4	1.9	10.9	17.2	Plein temps
Part-time	10.6	7.4	-4.2	-1.4	5.1	5.3	-1.6	6.0	Temps partiel
Overall economy growth rates (%)						Taux de croissance de l'économie totale (%)			
Total	2.5	3.0	2.7	2.2	3.2	3.4	2.5	2.3	Total
Full-time	2.8	3.9	3.0	2.5	3.2	3.5	3.2	2.9	Plein temps
Part-time	1.0	-0.7	1.5	1.2	3.3	2.7	-0.4	-0.2	Temps partiel

Chart E6. Employment¹

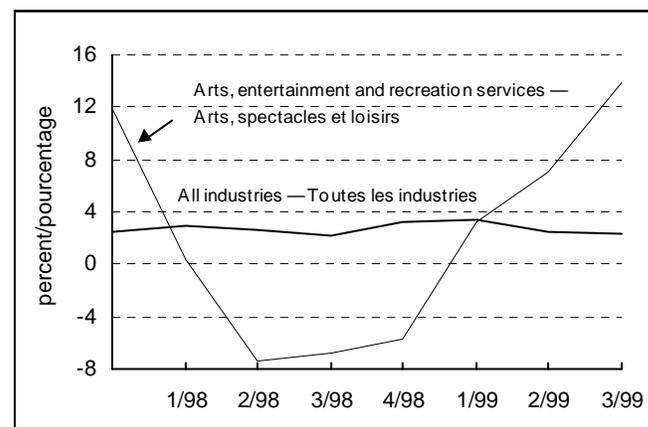
Graphique E6. Emploi¹



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

Chart E7. Employment growth rates²

Graphique E7. Taux de croissance de l'emploi²



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

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

Tableau E3. Divertissements et services personnels, rémunération

	1997	1998				1999			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
current dollars per year — dollars courants par année									
All employees									Tous les employés
Amusement and recreation services	20,704	20,305	19,930	19,865	20,345	20,715	20,506	20,636	Services de divertissement et de loisir
Personal services	17,315	17,064	17,468	17,434	17,500	17,574	17,504	17,888	Services personnels
Overall economy	31,151	31,499	31,547	31,467	31,600	31,483	31,685	31,843	Économie totale

Analytical table — Tableau analytique

from last quarter — par rapport au dernier trimestre									
Rates of change (%)									Taux de variation (%)
Amusement and recreation services	1.2	-1.9	-1.8	-0.3	2.4	1.8	-1.0	0.6	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-1.2	-1.4	2.4	-0.2	0.4	0.4	-0.4	2.2	Services personnels
CPI-adjusted rates of change (%)									Taux de variation ajustés selon l'IPC (%)
Amusement and recreation services	1.3	-2.5	-2.1	-0.4	2.2	1.5	-2.0	-0.1	Services de divertissement et de loisir
Personal services	-1.1	-2.0	2.1	-0.3	0.2	0.2	-1.4	1.5	Services personnels
Nominal growth rates (%)									Taux de croissance nominaux (%)
Overall economy	0.0	1.1	0.2	-0.3	0.4	-0.4	0.6	0.5	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

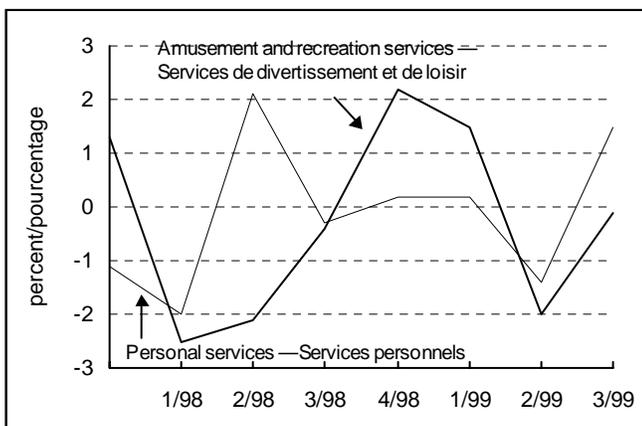
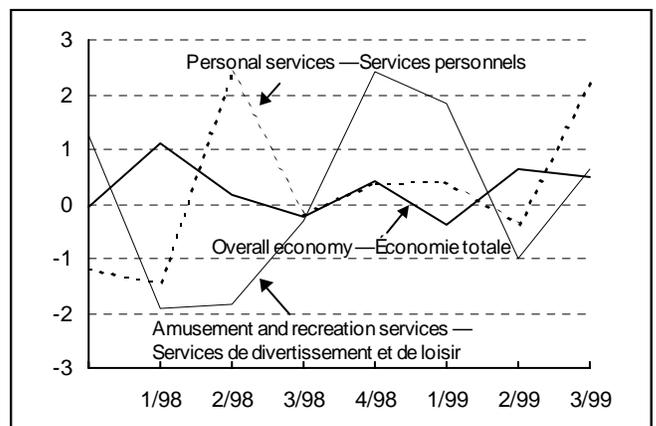


Chart E9. Wage and salary growth rates in leisure and personal services industries¹

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.

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			
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	
thousands — milliers									
Employment									Emploi
Real estate services	168	178	185	188	202	189	188	193	Services immobiliers
Rental and leasing services	54	57	65	65	61	68	71	69	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	4	6	7	5	3	5	4	4	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	431	435	473	494	465	463	497	519	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	18	21	21	19	18	25	26	25	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	967	976	953	859	983	1,002	970	886	Services d'enseignement
Health care, social services	1,388	1,415	1,468	1,498	1,481	1,420	1,475	1,509	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	715	700	711	741	725	736	731	708	Réparation/serv. pers./blanchissage

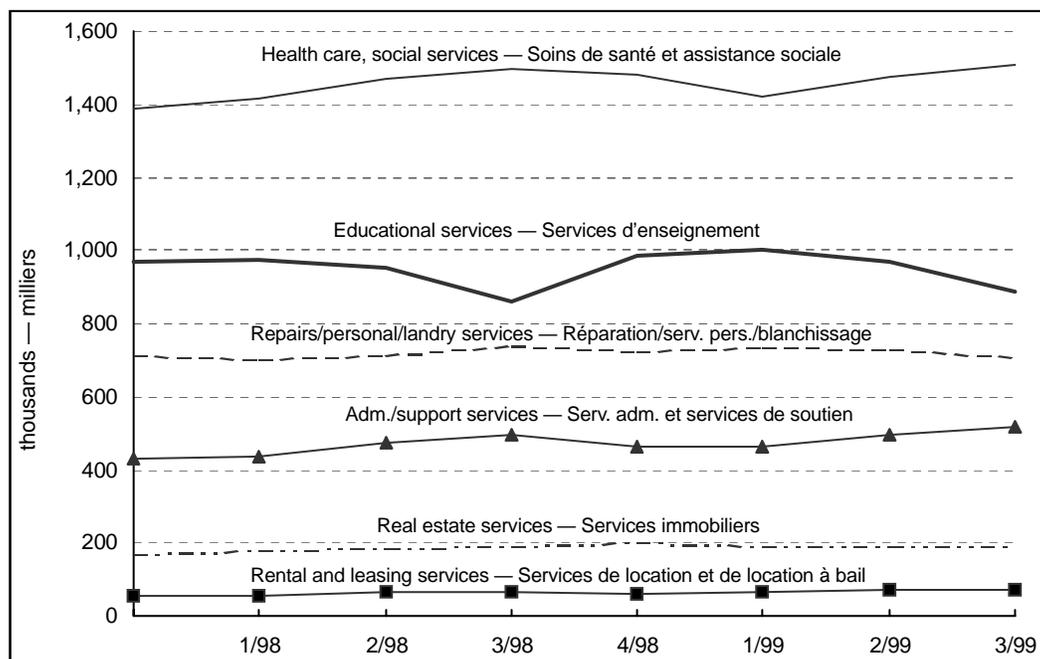
Analytical table — Tableau analytique

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

	Rates of change (%)					Taux de variation (%)			
Real estate services	-9.8	-3.1	3.3	13.0	20.7	5.9	1.5	2.5	Services immobiliers
Rental and leasing services	-4.7	-7.3	-3.7	-8.9	12.2	19.3	8.9	7.0	Serv. de location et de location à bail
Mngt of co.'s & enterprises	-42.6	6.9	143.3	54.8	-15.4	-19.4	-45.2	-16.7	Gestion de sociétés et d'entreprises
Adm./support services	5.5	8.1	11.7	10.3	7.8	6.4	5.0	5.1	Services adm. et serv. de soutien
Waste management and remediation	-20.6	-6.7	-4.6	-12.6	0.0	19.0	26.2	33.7	Serv. de gestion des déchets et services d'assainissement
Educational services	2.7	0.1	-1.2	1.4	1.6	2.6	1.8	3.2	Services d'enseignement
Health care, social services	-0.5	1.3	4.8	6.4	6.6	0.4	0.5	0.7	Soins de santé et assistance sociale
Repair/pers'l/laundry services	6.8	5.2	0.2	1.1	1.5	5.1	2.9	-4.4	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.