



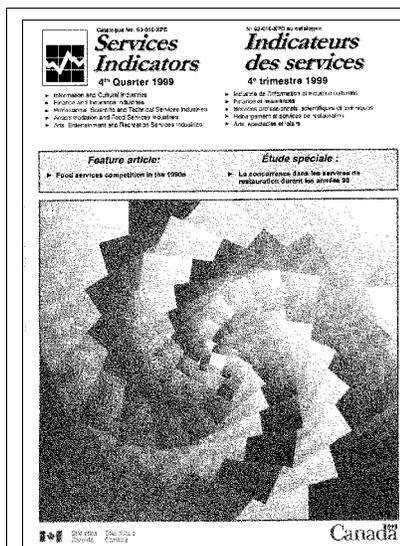
Le Quotidien

Statistique Canada

Le vendredi 14 avril 2000
 Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Concurrence dans les services de restauration durant les années 1990** 3
 Au cours des années 1990, on a observé une augmentation de la proportion du budget alimentaire que consacrent les Canadiens aux repas pris à l'extérieur de la maison par rapport aux années 1980. Ainsi, pour chaque tranche de 100 \$ affectée aux dépenses alimentaires en 1998, en moyenne 34,60 \$ ont été consacrés à des repas pris à l'extérieur de la maison – généralement dans des restaurants – comparativement à un montant de 32,70 \$ en 1989.
(suite à la prochaine page)



Indicateurs des services Quatrième trimestre de 1999

Indicateurs des services est une publication trimestrielle qui brosse un tableau du secteur des services au Canada. On y trouve quelques tableaux et graphiques qui présentent des données à jour sur la production, l'emploi et la rémunération dans différents secteurs de services au cours des huit derniers trimestres.

Le présent numéro inclut l'étude spéciale «La concurrence dans les services de restauration durant les années 1990». L'étude examine la concurrence que se sont livrée les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation durant les années 1990 et les effets que cette vive concurrence a eu sur chaque secteur. L'étude examine également certains facteurs à l'origine de l'évolution de la demande et de l'offre dans chaque secteur. De plus, elle décrit en détail certaines caractéristiques du marché des services de restauration.

Le numéro du quatrième trimestre de 1999 de la publication *Indicateurs des services* (63-016-XIB, 26 \$ / 87 \$; 63-016-XPB, 35 \$ / 116 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Don Little au (613) 951-6739 (littdon@statcan.ca), Division des industries de service.



AUTRES COMMUNIQUÉS

Statistiques sur les affrètements aériens, deuxième trimestre de 1999 6

NOUVELLES PARUTIONS 7

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 17 au 21 avril 9

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Concurrence dans les services de restauration durant les années 1990

Au cours des années 1990, on a observé une augmentation de la proportion du budget alimentaire que consacrent les Canadiens aux repas pris à l'extérieur de la maison par rapport aux années 1980. Ainsi, pour chaque tranche de 100 \$ affectée aux dépenses alimentaires en 1998, en moyenne 34,60 \$ ont été consacrés à des repas pris à l'extérieur de la maison – généralement dans des restaurants – comparativement à un montant de 32,70 \$ en 1989.

La hausse peut être attribuable à un ensemble de facteurs, notamment à l'expansion économique et à l'accroissement de la confiance des consommateurs entre le milieu et la fin des années 1990, aux contraintes de temps de plus en plus grandes des consommateurs, à l'augmentation du nombre de ménages d'une personne, ainsi qu'à la hausse rapide du nombre d'établissements de restauration.

De 1989 à 1998, les dépenses personnelles en repas pris à l'extérieur de la maison se sont accrues de 42,2 %, alors que les sommes consacrées à l'achat d'aliments et de boissons non alcoolisées dans les supermarchés, les épiceries et autres magasins d'alimentation ont augmenté de 30,3 %.

Cette tendance quant à l'évolution des préférences des consommateurs était déjà perceptible quelques décennies auparavant. Ainsi, alors que les dépenses de consommation dans les magasins d'alimentation ont augmenté de huit fois de 1961 à 1989, celles dans le cas des repas pris au restaurant ont été de près de 19 fois plus élevées.

En 1998, les dépenses alimentaires des Canadiens ont totalisé 77,6 milliards de dollars, ce qui représente près de 15 % de l'ensemble des dépenses personnelles cette année-là. De cette somme, environ 50,7 milliards de dollars ont été affectés à l'achat d'aliments et de boissons non alcoolisées dans les supermarchés, les épiceries et autres magasins d'alimentation et quelque 26,9 milliards ont été consacrés aux repas pris à l'extérieur de la maison.

Qui mange au restaurant

Selon les données de l'Enquête sur les dépenses alimentaires de 1996, réalisée par Statistique Canada, les Canadiens qui vivent seuls, qui vivent dans des ménages à revenu élevé et ceux qui n'ont pas d'enfants sont les plus susceptibles de manger au restaurant. Les personnes qui vivent en milieux urbains dépensent également davantage, par personne, en repas au

Note aux lecteurs

Le présent communiqué est basé sur l'étude spéciale «La concurrence dans les services de restauration durant les années 1990», qui se trouve dans le numéro du quatrième trimestre de 1999 de la publication Indicateurs des services diffusée aujourd'hui.

À moins d'indication contraire, les services de restauration font référence aux restaurants (avec et sans permis de boissons), aux services de mets à emporter, aux traiteurs et aux tavernes, tandis que les magasins d'alimentation incluent les supermarchés et les épiceries mais excluent les magasins d'alimentation spécialisés, les magasins-entrepôts, les grandes surfaces et les pharmacies.

La majeure partie des données présentées dans ce communiqué sont tirées de diverses enquêtes menées par Statistique Canada. La section intitulée «Qui mange au restaurant», par exemple, s'appuie sur les résultats de l'Enquête sur les dépenses alimentaires.

restaurant que celles qui vivent en régions rurales. On note aussi des différences significatives entre les provinces.

À titre d'exemple, les habitants des provinces de l'Atlantique dépensent relativement moins au restaurant que ceux des autres régions. Leurs dépenses au restaurant n'ont en effet représenté que 5,9 % des dépenses totales des Canadiens en 1996, même s'ils formaient 8,0 % de la population du pays.

À l'opposé, les habitants de la Colombie-Britannique et, dans une moindre mesure, les Québécois et les Albertains, mangent relativement plus au restaurant. Ces provinces, qui comptent 46,9 % de la population du Canada, obtiennent 53,0 % de l'ensemble des dépenses de consommation en services de restauration.

Les dépenses liées aux repas pris au restaurant augmentent parallèlement au revenu du ménage (les ménages ont été répartis en cinq catégories, selon leur niveau de revenu). En 1996, environ un Canadien sur quatre vivait dans un ménage se situant parmi le cinquième des ménages disposant des revenus les plus élevés; ces personnes ont représenté plus du tiers des dépenses de consommation en services de restauration. À l'opposé, quelque 11,9 % des Canadiens vivaient dans les 20 % des ménages à plus faible revenu, et ce groupe constituait 8,0 % des dépenses totales en repas pris au restaurant.

Plus la taille du ménage augmente, moins celui-ci est susceptible de manger au restaurant. En 1996, environ 19,6 % des Canadiens vivaient dans un ménage de cinq personnes et plus; ceux-ci n'ont toutefois représenté que 11,9 % de toutes les dépenses consacrées aux repas pris au restaurant. Les personnes

seules, par contre, qui ne formaient que 9,2 % de la population, ont obtenu 16,3 % des dépenses dans cette catégorie.

Caractéristiques du marché des services de restauration

	Proportion de la population du Canada	Proportion du marché de consommation détenue par les restaurants
	%	
Quintile de revenu		
Inférieur	11,9	8,0
Deuxième	16,7	12,1
Troisième	19,6	19,0
Quatrième	22,9	23,3
Supérieur	24,9	34,1
Revenu non déclaré	4,0	3,5
	100,0	100,0
Genre de région		
Rurale	17,1	14,0
Urbaine	82,9	86,0
	100,0	100,0
Province		
Terre-Neuve	1,9	0,9
Île-du-Prince-Édouard	0,5	0,4
Nouvelle-Écosse	3,1	2,7
Nouveau-Brunswick	2,5	1,9
Québec	24,7	26,5
Ontario	38,0	34,6
Manitoba	3,7	3,5
Saskatchewan	3,3	3,1
Alberta	9,3	9,6
Colombie-Britannique	12,9	16,9
	100,0	100,0
Taille du ménage		
Ménages d'une personne	9,2	16,3
Ménages de deux personnes	24,6	31,2
Ménages de trois personnes	18,9	18,7
Ménages de quatre personnes	27,7	21,9
Ménages de cinq personnes et plus	19,6	11,9
	100,0	100,0
Genre de ménage		
Ménages d'une personne	9,2	16,3
Ménages époux-épouse	76,4	71,1
Familles monoparentales	6,9	4,8
Autres	7,4	7,8
	100,0	100,0

Source: Données calculées à partir des éditions de 1992 et 1996 de *Dépenses alimentaires des familles au Canada (62-554-XPB)*.

La présence d'enfants est un autre facteur qui a une incidence. Les ménages époux-épouse sans enfant représentent en effet 24,7 % de la clientèle des

restaurants, même s'ils ne forment que 19,1 % de la population. Pour leur part, les couples ayant des enfants, qui représentent 50,9 % de la population du Canada, n'obtiennent que 42,0 % des dépenses en services de restauration.

Vive concurrence sur le marché de l'alimentation

La vive concurrence entre les magasins d'alimentation et les fournisseurs de services de restauration, au cours des années 1990, a forcé ces deux secteurs à contenir leurs coûts afin de limiter les hausses de prix pour les consommateurs. Or, mis à part les facteurs de production alimentaire, les coûts liés à la main-d'oeuvre constituent l'élément le plus important dans la structure de coûts de chacun de ces secteurs.

En 1998, 643 300 personnes travaillaient dans le secteur des services de restauration – un secteur à forte intensité de main-d'oeuvre. Bien que ce nombre ait été en hausse de 118 300 emplois par rapport à 1989, près des deux tiers de ces nouveaux emplois sont à temps partiel.

Par ailleurs, même si la rémunération moyenne dans le secteur des services de restauration a augmenté de 1989 à 1998, passant de 179,90 \$ à 214,67 \$ par semaine pour les employés, il s'agit d'un recul de 2,2 %, après correction des données en fonction de l'inflation. Ce recul pourrait être attribuable à l'augmentation des emplois à temps partiel. La concurrence a également incité les magasins d'alimentation à faire de plus en plus appel à des employés à temps partiel, et cela s'est traduit aussi par une diminution (en chiffres absolus) de la rémunération moyenne.

Les progrès technologiques ont permis d'abaisser relativement les coûts liés aux stocks et d'améliorer la productivité de la main-d'oeuvre dans les deux secteurs. Dans les services de restauration, par exemple, cela a permis de réduire le ratio entre les stocks et les ventes et d'accroître de 11 % (en chiffres absolus) les recettes par heure-employé de 1989 à 1998.

Les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation ont également cherché à élargir leur part de marché, en s'adaptant aux goûts changeants des consommateurs. Il y a eu notamment augmentation du nombre d'établissements de restauration rapide, de services de livraison, de services de mets à emporter et de services à l'auto pour les consommateurs pressés. Les fournisseurs de services de restauration ont également réussi à se tailler une plus grande part du marché en s'attaquant à des marchés jusque là inexploités et en offrant des services mieux adaptés au nouveau profil démographique du Canada. De leur côté, les magasins d'alimentation ont

réagi aux contraintes de temps des consommateurs, en prolongeant leurs heures d'ouverture et en offrant davantage de mets précuisinés et de plats visant à remplacer les repas-maison.

Le numéro du quatrième trimestre de 1999 de la publication *Indicateurs des services* (63-016-XIB, 26 \$ / 87 \$; 63-016-XPB, 35 \$ / 116 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements sur la publication *Indicateurs des services* ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Don Little au (613) 951-6739 (littdon@statcan.ca), Division des industries de service. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Statistiques sur les affrètements aériens

Deuxième trimestre de 1999 (données provisoires)

Durant le deuxième trimestre de 1999, 320 458 passagers ont pris des vols nolisés nationaux et 908 494 passagers ont pris des vols nolisés internationaux. Le secteur national a accusé une augmentation de 35,0 %, tandis que le secteur international a connu une baisse de 0,4 % comparativement aux chiffres révisés de 237 457 passagers des vols nolisés nationaux et de

911 870 passagers des vols nolisés internationaux pour le deuxième trimestre de 1998. Cette importante hausse pour le secteur national a été principalement causée par l'augmentation des vols offerts par certains transporteurs.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Brent Day au (613) 951-0145 (daybren@statcan.ca), Centre des statistiques de l'aviation, Division des transports. ■

NOUVELLES PARUTIONS

Infomat - revue hebdomadaire, 14 avril 2000
Numéro au catalogue: **11-002-XIF** (3\$/109\$).

Infomat - revue hebdomadaire, 14 avril 2000
Numéro au catalogue: **11-002-XPF** (4\$/145\$).

Produit intérieur brut par industrie, janvier 2000
Numéro au catalogue: **15-001-XPB** (15\$/145\$).

Indice des prix à la consommation, mars 2000
Numéro au catalogue: **62-001-XPB** (11\$/103\$).
Paraît à 7 h le lundi 17 avril.

Indicateurs des services, quatrième trimestre de 1999
Numéro au catalogue: **63-016-XIB** (26\$/87\$).

Indicateurs des services, quatrième trimestre de 1999
Numéro au catalogue: **63-016-XPB** (35\$/116\$).

Opérations internationales du Canada en valeurs mobilières, janvier 2000
Numéro au catalogue: **67-002-XPB** (18\$/176\$).

Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.

Les numéros au catalogue se terminant par: -XIB ou -XIF représentent la version électronique en vente sur Internet, -XMB ou -XMF la version microfiche et -XPB ou -XPF, la version papier.

Pour commander les publications

Pour commander les publications par téléphone:

Ayez en main: • Titre • Numéro au catalogue • Numéro de volume • Numéro de l'édition • Numéro de VISA ou de MasterCard.

Au Canada et aux États-Unis, composez:	1 800 267-6677
Pour les autres pays, composez:	1 613 951-7277
Pour envoyer votre commande par télécopieur:	1 877 287-4369
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte:	1 800 700-1033

Pour commander par la poste, écrivez à: Gestion de la circulation, Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet: écrivez à order@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca), sous les rubriques *Produits et services*, *Publications téléchargeables*.

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.

Catalogue 11-001F *Quotidien* 11 (210) (50) (00000001)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 6 juin 1997
Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré la pénurie associée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recouru. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 46 déplacements au travail par semaine en transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'oeuvre, 1996** 5
À l'issue de la croissance de l'industrie et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été, toutefois, encore une fois relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice des offres d'emploi, mai 1997 10
- Enquête sur les anticipations à court terme 10
- Adaptation des dépenses, septembre-juin 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12




Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, Ottawa, K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à listproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe quotidien prénom et nom.

Rédactrice: Julie Bélanger (613) 951-1187, belajul@statcan.ca

Chef de la Diffusion officielle: Dan Smythe (613) 951-1088, smytdan@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2000. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source: Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire: Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001F au catalogue, date et numéros de page.

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 17 AU 21 AVRIL

Du 17 au 21 avril

(À cause de circonstances imprévisibles, les dates de parution peuvent être modifiées.)

Date de parution	Titre	Période de référence
17	Indice des prix à la consommation	Mars 2000
17	Indice composite	Mars 2000
18	Enquête mensuelle sur les industries manufacturières	Février 2000
19	Commerce international de marchandises du Canada	Février 2000
19	Commerce de gros	Février 2000
19	L'Observateur économique canadien	Avril 2000
20	Série de rapports sur les grandes cultures: intentions d'ensemencement en mars	Mars 2000
