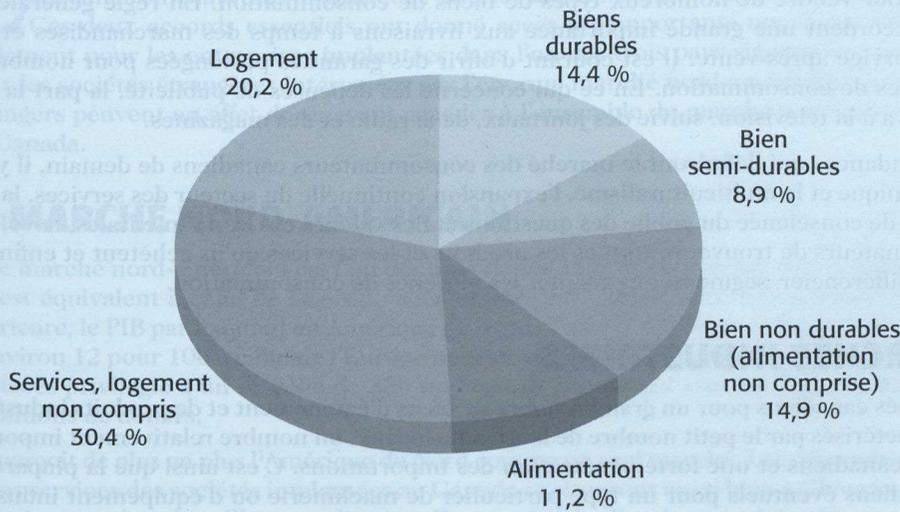


En procédant à un examen plus attentif des modèles de dépenses des consommateurs (tableau 1.4) on constate la variation entre les taux de croissance des dépenses des consommateurs pour quatre grands groupes de produits et de services depuis 1981. Au fur et à mesure que les goûts des consommateurs évoluent, on voit apparaître de nouveaux produits et de nouveaux services, et la proportion des revenus disponibles de la plupart des ménages pour acheter des produits «non essentiels» tend à augmenter.

Figure 1.7 : Dépenses en biens et services
(pourcentage des dépenses personnelles totales en 1993)



Source : Statistique Canada, *Observateur économique canadien*, (février 1995), tableau 2.

TABLEAU 1.4 :
Croissance des dépenses de consommation dans des secteurs donnés
(variation annuelle moyenne en pourcentage, 1981–1994)

Dépenses en produits et services «essentiels»	Pourcentage	«Catégories gagnantes»	Pourcentage
Services financiers	5	Ordinateurs	20
Logement	4	Audiovisuel électronique	9
Chauffage	2	Camions et camionnettes, neufs et usagés	9
Alimentation/boissons	1	Garderie	8
		Loteries	8
Dépenses en produits et services «non essentiels»		Télécommunications, câblodistribution, télévision payante	8
Médicaments/cosmétiques	4		
Soins personnels	3	«Catégories perdantes»	
Loisirs	3	Paris mutuels	-4
Ameublement	2	Alcool	-3
Vêtements	1	Tabac	-3
Restaurants	1	Cinéma	-2
		Voitures neuves	-1

Source : Statistique Canada, *L'observateur économique canadien*, (février 1995).