



Le Quotidien

Statistique Canada

Le lundi 4 décembre 2000

Pour être diffusé à 8 h 30

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Les Canadiens se branchent: l'utilisation d'Internet par les ménages, 1999** 2
Non seulement les Canadiens sont-ils de plus en plus nombreux à se brancher à Internet, mais ils l'utilisent à des fins plus variées.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Perceptions du système de justice pénale, 1999 4
- Enquête sur la population active - Rectificatif, novembre 2000 4
- Enquête mensuelle sur les grands détaillants, septembre 2000 5
- Industrie de l'environnement: secteur des entreprises, 1998 7
- Droits de cotisation aux REER, 2000 8

NOUVEAUX PRODUITS



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Les Canadiens se branchent: l'utilisation d'Internet par les ménages

1999

Non seulement les Canadiens sont-ils de plus en plus nombreux à se brancher à Internet, mais ils l'utilisent à des fins plus variées.

En 1999, dans environ 42 % de tous les ménages, soit quelque 4,9 millions, il y avait au moins un membre de la famille qui utilisait régulièrement Internet à domicile, au travail, à l'école ou ailleurs, en hausse par rapport à 29 % il y a deux ans.

Dans quelque 3,4 millions de ménages, il y avait une personne qui utilisait Internet à domicile, c'est-à-dire dans 29 % de tous les ménages. Cette proportion, qui a presque doublé par rapport à 16 % en 1997, a dépassé pour la première fois la proportion de ménages qui comptaient une personne utilisant Internet au travail.

Les Canadiens ont utilisé Internet pour bien d'autres motifs que les loisirs. Parmi les ménages où une personne a utilisé Internet à domicile, 19 % y ont eu recours pour acheter des biens et des services, soit plus du double de la proportion de 9 % deux ans auparavant. Internet est manifestement devenu un moyen viable pour les transactions commerciales.

Par ailleurs, 54 % ont utilisé Internet à domicile pour obtenir des renseignements médicaux et sur la santé, tandis que 28 % l'ont utilisé pour les services bancaires, contre 20 % en 1997.

Les ménages branchés qui n'utilisent pas le courrier électronique à domicile sont devenus plutôt rares. Plus de neuf ménages sur dix qui utilisent Internet à domicile ont eu recours au courrier électronique l'an dernier.

Un ménage sur cinq a eu recours à Internet à domicile pour faire du travail à son propre compte en 1999, et un sur quatre pour exécuter du travail pour un employeur.

La croissance de l'utilisation d'Internet est la plus rapide chez les personnes âgées

L'utilisation d'Internet a augmenté pour tous les groupes d'âge. Mais la croissance de l'utilisation d'Internet et le nombre de branchements à domicile ont progressé le plus rapidement parmi les ménages dont le chef est une personne de 65 ans et plus, et ensuite parmi ceux dont le chef est âgé de 55 à 64 ans.

Néanmoins, seulement un dixième des ménages dont le chef est une personne âgée et un tiers de ceux

Note aux lecteurs

Ce communiqué est fondé sur un article analytique intitulé Les Canadiens se branchent: l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999, publié aujourd'hui. Il s'agit du premier rapport d'une nouvelle série sur la connectivité produite par la Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique de Statistique Canada. Les publications de cette série, qui paraîtront occasionnellement, procureront une analyse en profondeur de toute une gamme de sujets, du commerce électronique aux télécommunications.

Les données pour ce rapport sont tirées de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM), menée auprès d'un sous-échantillon des ménages qui participent à l'Enquête sur la population active. En 1999, 43 034 ménages pouvaient participer à l'EUIM. Il y a eu des interviews auprès de 36 241 de ces ménages, et le taux de réponse a été de 84 %. Les résultats ont été pondérés selon le compte entier de ménages.

dont le chef est âgé de 55 à 64 ans ont utilisé Internet régulièrement, comparativement à plus de la moitié chez les ménages plus jeunes.

Des ménages unifamiliaux comptant des enfants non mariés de moins de 18 ans, 59 % se sont servis d'Internet en 1999, soit la plus forte proportion de tous les groupes familiaux. Ce taux est beaucoup plus élevé que celui des ménages unifamiliaux sans de tels enfants (39 %). Cette situation s'explique bien entendu par le fait que les ménages qui ont des enfants ont un taux d'utilisation d'Internet à l'école beaucoup plus élevé.

Quatre ménages sur dix avec des enfants étaient branchés à domicile, soit une proportion près de deux fois plus élevée que deux ans auparavant.

Les ménages plus scolarisés et plus riches utilisent davantage Internet

L'utilisation d'Internet augmente directement selon le niveau de scolarité et de revenu du ménage. Les ménages dont le chef a un diplôme universitaire étaient près de deux fois plus susceptibles d'utiliser Internet que ceux dont le chef a un diplôme d'études secondaires, et quatre fois plus que ceux dont le chef n'a pas terminé ses études secondaires.

La proportion des ménages qui ont utilisé Internet a augmenté pour tous les niveaux de scolarité en 1999. Toutefois, cette augmentation a été la plus forte dans les ménages dont le niveau de scolarité est le plus faible.

De même, les groupes de revenus les plus élevés étaient cinq fois plus susceptibles d'utiliser Internet que les groupes de revenus les moins élevés. Bien que l'utilisation d'Internet ait augmenté pour tous les groupes

de revenus, la croissance du taux de pénétration a été plus accentuée chez les ménages à faible revenu que chez les ménages à revenu élevé.

Une proportion de 71 % des ménages dans le quartile supérieur de revenu (les 25 % des ménages ayant les revenus les plus élevés) ont utilisé Internet, comparativement à 19 % dans le quartile inférieur.

Un pourcentage de 54 % des ménages dans le quartile supérieur étaient branchés à domicile, comparativement à 11 % dans le quartile inférieur. Toutefois, la proportion dans le quartile inférieur était presque deux fois supérieure au niveau de 6 % il y a deux ans.

L'Ontario, l'Alberta et la Colombie-Britannique sont les provinces les plus branchées

Les trois provinces où les revenus moyens sont les plus élevés, l'Ontario, l'Alberta et la Colombie-Britannique, avaient le taux le plus élevé d'utilisation d'Internet par les ménages et étaient les seules provinces au-dessus de la moyenne nationale de 42 %.

Les taux de pénétration dans l'ensemble ont augmenté dans chaque province en 1999, mais le Québec a beaucoup amélioré sa position relativement aux autres provinces. En effet, 33 % de tous les ménages québécois ont utilisé Internet en 1999, comparativement à un peu plus de 26 % l'année auparavant.

Les taux de pénétration à domicile et au travail à Terre-Neuve sont restés les plus bas parmi toutes les provinces.

Pour ce qui est des régions métropolitaines de recensement (RMR), 61 % des ménages d'Ottawa étaient branchés à Internet d'une manière ou d'une autre, soit le taux le plus élevé parmi les 15 plus grandes RMR, Calgary venant ensuite, avec 60 %. Windsor et Québec avaient les taux les plus faibles, soit 34 % les deux.

Données stockées dans CANSIM: matrices 7944 à 7948.

Le rapport *Les Canadiens se branchent: l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999* (56F0004MIF, gratuit) est maintenant offert dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Produits et services*, puis *Publications gratuites*.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec Marc Nadeau au (613) 951-2183 (marc.nadeau@statcan.ca). Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Greg Peterson au (613) 951-3592 (greg.peterson@statcan.ca), Division des sciences, de l'innovation et de l'information. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Perceptions du système de justice pénale 1999

D'après l'Enquête sociale générale (ESG) de 1999, les Canadiens dans l'ensemble étaient favorables aux solutions de rechange à l'incarcération, telles que la probation, les amendes et les travaux communautaires, pour les contrevenants primaires reconnus coupables d'introduction par effraction ou de voies de fait simples. Moins de répondants à l'enquête étaient favorables à une peine d'emprisonnement pour les jeunes contrevenants que ce n'était le cas pour les contrevenants adultes. En ce qui concerne les récidivistes adultes, ils étaient favorables à une peine d'emprisonnement, tandis que près de la moitié préféraient encore les solutions de rechange à l'incarcération pour les jeunes personnes.

Les répondants semblaient préférer des peines plus sévères pour l'introduction par effraction que pour les voies de fait simples lorsqu'il s'agissait d'un contrevenant adulte. Par exemple, 37 % ont choisi une peine d'emprisonnement pour un contrevenant adulte primaire reconnu coupable d'introduction par effraction, comparativement à 28 % dans le cas d'une première infraction de voies de fait simples. Le type d'infraction n'avait que peu de poids sur les opinions des répondants en matière de détermination des peines imposées aux jeunes contrevenants.

Les données judiciaires indiquent que les juges imposent plus souvent une peine d'emprisonnement pour les introductions par effraction que pour les voies de fait simples. Cette constatation, qui est fondée sur des données tirées de l'Enquête sur les tribunaux de juridiction criminelle pour adultes et de l'Enquête sur les tribunaux de la jeunesse de Statistique Canada, était valable à la fois pour les contrevenants primaires et les récidivistes dans les tribunaux pour adultes et les tribunaux de la jeunesse en 1998-1999.

Les résultats de l'ESG sur les peines imposées aux contrevenants reconnus coupables d'introduction par effraction ne différaient pas sensiblement des peines imposées par les juges à la fois dans les tribunaux pour adultes et les tribunaux de la jeunesse.

La publication *Juristat: Attitudes du public face au système de justice pénale* (85-002-XIF, 8 \$ / 70 \$; 85-002-XPF, 10 \$ / 93 \$), est maintenant disponible. Voir *Pour commander les produits*.

Le fichier de microdonnées intitulé *Enquête sociale générale cycle 13: victimisation, 1999* (12M0013XCB, 1 600 \$) a été diffusé sur CD-ROM le 2 novembre ainsi que le *Guide de l'utilisateur de*

Note aux lecteurs

Le présent communiqué porte sur le Juristat que le Centre canadien de la statistique juridique diffuse aujourd'hui, dans lequel on examine les perceptions de la détermination des peines à imposer aux contrevenants adultes et adolescents. On y présente les résultats de quatre secteurs du système de justice, à savoir les services policiers, les tribunaux de juridiction criminelle et les systèmes carcéral et de libération conditionnelle.

Les données sont tirées de l'Enquête sociale générale sur la victimisation de 1999, dans le cadre de laquelle on a posé à 25 876 personnes de 15 ans et plus des questions sur le niveau de criminalité dans leur voisinage, sur leur crainte de la criminalité et sur le rendement du système de justice.

Des questions de type «scénario» ont permis d'analyser les perceptions concernant les peines imposées aux contrevenants. De façon aléatoire, les répondants devaient se prononcer sur une situation hypothétique, de quatre possibles, pour laquelle ils devaient indiquer s'ils préféraient une sanction privative de liberté ou non privative de liberté. Dans chaque scénario, les répondants devaient répondre à des questions concernant la détermination de la peine, à la fois pour les contrevenants adultes et adolescents. Les répondants qui choisissaient une peine d'emprisonnement devaient répondre à une question de suivi, à savoir si une peine de probation d'un an et de 200 heures de travaux communautaires serait une solution de rechange acceptable à l'incarcération.

Un aperçu des résultats de l'enquête a été présenté dans le Juristat: La victimisation criminelle au Canada, 1999, publié en novembre. Les résultats de l'enquête portant sur la violence familiale ont été examinés dans le rapport La violence familiale au Canada: un profil statistique, publié en juillet.

l'Enquête sociale générale cycle 13: victimisation, 1999 (12M0013GPF, 75 \$). Pour commander ces produits, communiquez avec Judy Cotterill au (613) 951-7651 (judy.cotterill@statcan.ca), Division de la statistique sociale, du logement et des familles.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec la Sous-section de l'information et des services à la clientèle au (613) 951-9023 ou composez sans frais le 1 800 387-2231, Centre canadien de la statistique juridique. ■

Enquête sur la population active - Rectificatif Novembre 2000

Le tableau intitulé «Caractéristiques de la population active, hommes et femmes âgés de 15 ans et plus», (données non désaisonnalisées) du *Quotidien* du 1^{er} décembre 2000 contient des données incorrectes pour

novembre 1999 et pour les variations en pourcentage de novembre 1999 à novembre 2000. Le tableau suivant présente les données correctes.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Vincent Ferrao au (613) 951-4750 ou avec Jacques Ouellet au (613) 951-4168, Division de la statistique du travail.

Caractéristiques de la population active, hommes et femmes âgés de 15 ans et plus

	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 1999 à nov. 2000	Nov. 1999	Nov. 2000	Nov. 1999 à nov. 2000
données non désaisonnalisées						
	Population active			Taux d'activité		
	en milliers		var. en %	%		var.
Canada	15 680,4	16 044,6	2,3	65,1	65,7	0,6
Terre-Neuve	247,2	246,9	-0,1	56,3	56,1	-0,2
Île-du-Prince-Édouard	70,5	71,4	1,3	64,9	64,9	0,0
Nouvelle-Écosse	450,5	459,4	2,0	60,6	61,2	0,6
Nouveau-Brunswick	361,7	374,6	3,6	60,2	61,9	1,7
Québec	3 702,5	3 724,7	0,6	62,7	62,6	-0,1
Ontario	6 057,4	6 307,0	4,1	66,0	67,5	1,5
Manitoba	574,3	579,5	0,9	67,2	67,4	0,2
Saskatchewan	503,7	504,0	0,1	66,0	66,0	0,0
Alberta	1 642,9	1 681,8	2,4	71,8	72,1	0,3
Colombie-Britannique	2 069,6	2 095,3	1,2	64,5	64,4	-0,1
	Emploi			Taux d'emploi		
	en milliers		var. en %	%		var.
Canada	14 649,7	15 004,8	2,4	60,8	61,5	0,7
Terre-Neuve	211,7	207,9	-1,8	48,2	47,3	-0,9
Île-du-Prince-Édouard	60,7	61,0	0,5	55,9	55,5	-0,4
Nouvelle-Écosse	409,5	417,1	1,9	55,1	55,6	0,5
Nouveau-Brunswick	328,8	337,5	2,6	54,7	55,8	1,1
Québec	3 398,1	3 423,7	0,8	57,5	57,5	0,0
Ontario	5 747,2	5 966,5	3,8	62,7	63,9	1,2
Manitoba	545,6	552,5	1,3	63,9	64,2	0,3
Saskatchewan	479,7	481,1	0,3	62,9	63	0,1
Alberta	1 559,3	1 601,8	2,7	68,2	68,6	0,4
Colombie-Britannique	1 909,2	1 955,6	2,4	59,5	60,1	0,6
	Chômage			Taux de chômage		
	en milliers		var. en %	%		var.
Canada	1 030,7	1 039,9	0,9	6,6	6,5	-0,1
Terre-Neuve	35,5	39,0	9,9	14,4	15,8	1,4
Île-du-Prince-Édouard	9,8	10,4	6,1	13,9	14,6	0,7
Nouvelle-Écosse	41,0	42,3	3,2	9,1	9,2	0,1
Nouveau-Brunswick	32,9	37,1	12,8	9,1	9,9	0,8
Québec	304,5	301,0	-1,1	8,2	8,1	-0,1
Ontario	310,3	340,5	9,7	5,1	5,4	0,3
Manitoba	28,8	27,0	-6,3	5,0	4,7	-0,3
Saskatchewan	24,0	22,9	-4,6	4,8	4,5	-0,3
Alberta	83,6	80,0	-4,3	5,1	4,8	-0,3
Colombie-Britannique	160,4	139,7	-12,9	7,8	6,7	-1,1

Enquête mensuelle sur les grands détaillants

Septembre 2000 (données provisoires)

Les ventes du groupe des grands détaillants ont totalisé 6,4 milliards de dollars en septembre, en

hausse de 6,2 % par rapport à septembre 1999. Toutes les grandes catégories de produits ont affiché une augmentation des ventes d'une année à l'autre à l'exception de la quincaillerie et des produits pour pelouse et jardin, où il n'y a pour ainsi dire eu aucun changement par rapport à septembre 1999.

(Les données du présent communiqué ne sont pas désaisonnalisées.)

Ventes, par marchandises, du groupe des grands détaillants

	Août 1999	Août 2000 ^r	Août 1999 à août 2000	Sept. 1999	Sept. 2000 ^p	Sept. 1999 à sept. 2000
données non désaisonnalisées						
	millions de \$		var. en %	millions de \$		var. en %
Marchandises						
Aliments et boissons	1 964	2 127	8,3	2 031	2 169	6,8
Vêtements, chaussures et accessoires	1 294	1 239	-4,3	1 320	1 339	1,4
Articles d'ameublement et appareils électroniques	831	894	7,6	852	929	8,9
Articles de santé et de soins personnels	437	494	13,1	454	506	11,4
Articles et fournitures pour la maison	287	307	7,1	300	304	1,4
Articles de sport et loisirs	243	283	16,7	234	251	7,1
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	199	228	14,5	195	195	0,3
Autres biens et services	636	723	13,7	612	677	10,6
Total	5 891	6 295	6,9	5 999	6 369	6,2

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

La plus forte augmentation des ventes d'une année à l'autre en septembre a été celle des articles de santé et de soins personnels (+11,4 %). Une bonne part de cette hausse a été attribuable à la croissance des ventes de médicaments sur ordonnance et en vente libre qui ont monté de 16,1 % depuis septembre 1999. Les ventes d'articles de santé et de soins personnels par le groupe des grands détaillants ont connu d'importantes progressions d'une année à l'autre à chaque mois depuis le début de l'enquête en janvier 1997, ce qui traduit un mouvement des détaillants de ce groupe vers les marchés traditionnellement dominés par les pharmacies.

La catégorie des autres biens et services a affiché la deuxième plus grande augmentation annuelle des ventes en septembre, ayant augmenté de 10,6 % comparativement à septembre 1999. Dans cette catégorie, la croissance des recettes provenant des ventes de services (sans les réparations d'automobiles), d'essence, de nourriture et de fournitures pour animaux de compagnie, et de papeterie et de fournitures de bureau ont été les principaux facteurs de l'augmentation.

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques par le groupe ont progressé de 8,9 % en septembre. Reflet de la demande vigoureuse soutenue des consommateurs, les ventes d'appareils électroniques ont augmenté de 15,6 % comparativement à septembre 1999. Les ventes de meubles se sont accrues aussi de façon sensible (+11,4 %), tandis que celles d'appareils ménagers ont progressé de 6,2 %. Les ventes d'articles d'ameublement ont fléchi de 1,5 % comparativement à septembre 1999.

La vigueur des ventes d'aliments et de boissons, en hausse de 6,8 % par rapport à septembre 1999, a aussi été un facteur déterminant de la solide augmentation des ventes d'une année à l'autre enregistrée par le groupe des grands détaillants. Les augmentations les plus marquées dans la catégorie des aliments ont touché les poissons et les fruits de mer frais, les fruits et légumes frais, les bonbons, la confiserie et les grignotines, et la charcuterie et les aliments préparés, qui ont tous vu leurs ventes augmenter de 10 % ou plus d'une année à l'autre.

Les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires ont été en légère progression d'une année à l'autre (+1,4 %) pour le groupe des grands détaillants en septembre. Les augmentations des ventes de vêtements et d'accessoires pour femmes (+4,7 %) et pour enfants (+7,2 %) ont été neutralisées par des diminutions des ventes de bijoux (-23,1 %), de chaussures (-3,3 %) et de vêtements et d'accessoires pour hommes (-3,1 %).

Les principaux détaillants de vêtements au Canada ont vu faiblir leurs ventes de vêtements et d'accessoires tout au long du deuxième et du troisième trimestre de 2000. Alors que les ventes de vêtements pour enfants ont fait relativement bonne figure, les ventes de vêtements et d'accessoires pour femmes et pour hommes se sont repliées.

Pour les neuf premiers mois de 2000, les ventes de vêtements et d'accessoires par le groupe des principaux détaillants de vêtements au Canada ont fléchi de 16,9 millions de dollars ou 0,2 % comparativement à la même période en 1999. Les ventes de vêtements et d'accessoires pour femmes ont chuté de 41,7 millions de dollars ou 0,9 %; les ventes de vêtements et d'accessoires pour hommes ont reculé de 24,1 millions de dollars ou 1,0 %. Par contre, les ventes de vêtements et d'accessoires pour enfants ont monté de 48,1 millions de dollars (+3,8 %).

Ventes, par marchandises, du groupe des grands détaillants

	Janv. à sept. 1999	Janv. à sept. 2000	Janv.-sept. 1999 à janv.-sept. 2000
données non désaisonnalisées			
	millions de \$		var. en %
Marchandises			
Aliments et boissons	18 376	18 792	2,3
Vêtements, chaussures et accessoires	9 841	9 797	-0,4
Articles d'ameublement et appareils électroniques	6 556	7 231	10,3
Articles de santé et de soins personnels	3 818	4 224	10,6
Articles et fournitures pour la maison	2 373	2 486	4,8
Articles de sport et loisirs	2 132	2 300	7,9
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	2 199	2 350	6,9
Autres biens et services	5 153	5 738	11,4
Total	50 447	52 918	4,9

À l'exception des vêtements, des chaussures et des accessoires, toutes les autres grandes catégories de produits vendues par le groupe des grands détaillants ont enregistré des augmentations de leurs ventes pour les trois premiers trimestres de l'an 2000 par rapport à la même période l'an passé. Les ventes des autres biens et services (sous l'effet de l'augmentation des prix de l'essence), des articles de santé et de soins personnels et des articles d'ameublement et des appareils électroniques ont été les grandes gagnantes, ayant affiché des progressions de 10 % ou plus au cours de cette période.

Par conséquent, pour les neuf premiers mois de 2000, les ventes du groupe des grands détaillants ont atteint 52,9 milliards de dollars, en hausse de 4,9 % par rapport à la même période en 1999.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*detaillantsinfo@statcan.ca*). Pour des renseignements de nature analytique ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Denis Fournier au (613) 951-0096, Division de la statistique du commerce. ■

Industrie de l'environnement: secteur des entreprises

1998 (données finales)

Les entreprises qui constituent l'industrie de l'environnement au Canada ont tiré 14,3 milliards

de dollars des activités liées à l'environnement en 1998. Ce montant représentait 58 % du total de leurs revenus tandis que 42 % du total représentait des revenus provenant d'activités non associées à l'environnement.

Trois catégories de produit composaient le total des revenus liés à l'environnement. Avec 44 % de ces revenus, les services environnementaux surpassaient les biens environnementaux (40 %), qui avaient été le groupe de produits le plus performant de l'industrie au cours des années antérieures. Les services de construction liés à l'environnement constituaient 16 % des revenus.

En 1998, 6 294 établissements exerçaient des activités portant totalement ou en partie sur l'environnement. (Le revenu total de 14,3 milliards de dollars ne peut être facilement comparé aux totaux des années antérieures en raison de l'accroissement du nombre d'établissements et du passage de la Classification type des industries au Système de classification d'industries de l'Amérique du Nord).

L'industrie de l'environnement est composée de différentes industries qui produisent divers biens et services qui sont ou qui peuvent être utilisés pour mesurer, prévenir, restreindre ou corriger les dommages environnementaux causés à l'eau, à l'air et aux sols ainsi que les problèmes relatifs aux déchets, au bruit et aux écosystèmes. Cette industrie produit également les technologies éco-efficientes qui permettent de diminuer l'utilisation de matériaux, de récupérer des sous-produits utiles et de réduire la consommation d'énergie.

Quatre groupes se sont classés au premier rang de l'industrie canadienne de l'environnement et ont affiché une part combinée de près des trois quarts du revenu environnemental total du secteur des entreprises: le commerce de gros (22 %), les services de gestion des déchets et d'assainissement (21 %), la construction (16 %) et les services d'ingénierie (15 %).

À l'échelon provincial, les entreprises environnementales de chaque province ont connu une augmentation de leurs revenus liés à l'environnement, la plus grande part de cette augmentation étant attribuable aux services environnementaux. Comme les années précédentes, les entreprises de l'Ontario et du Québec ont perçu la plus grande part des revenus liés aux activités environnementales (6 milliards de dollars et 3,3 milliards de dollars respectivement). Venaient ensuite l'Alberta (1,9 milliard de dollars) et la Colombie-Britannique (1,8 milliard de dollars).

Les marchés d'exportation représentaient 8 % des revenus liés à l'environnement. Les exportations environnementales ont produit des revenus atteignant un total de 1,2 milliard de dollars, principalement sous la forme de biens environnementaux (973,4 millions de dollars). Les États-Unis sont demeurés le plus

grand marché d'exportation pour l'industrie canadienne de l'environnement (857,8 millions de dollars), suivis de l'Asie (139,2 millions de dollars) et de l'Europe (65,7 millions de dollars).

Le rapport *Industrie de l'environnement: secteur des entreprises, 1998* (16F0008XIF, gratuit) est maintenant offert dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Produits et services*, puis *Publications gratuites*. Une version imprimée de ce rapport est aussi disponible sur demande moyennant certains frais.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent d'information au (613) 951-0297, Division des comptes et de la statistique de l'environnement. Télécopieur: (613) 951-0634. ■

Droits de cotisation aux REER

2000

Les données sur les Droits de cotisation aux REER (solde libre) sont maintenant disponibles. Cette banque de données, tirées des déclarations de revenus de 1999 et remplies au printemps 2000, offre des

renseignements sur les cotisations maximales à un REER dont disposent les déclarants pour l'année d'imposition 2000.

Cette banque contient des données réparties en deux tableaux: les montants que les déclarants ont le droit de cotiser (solde nouveau, solde antérieur et solde total) et les caractéristiques des déclarants ayant un solde nouveau pour 2000. Le solde nouveau est le montant maximal auquel un déclarant a le droit de contribuer pendant l'année d'imposition 2000; ce solde est défini à partir du revenu gagné en 1999.

Les données sont offertes à l'échelle du Canada, des provinces et des territoires, des villes, des régions métropolitaines de recensement, des divisions de recensement ainsi que des régions aussi petites que des régions de tri d'acheminement (les trois premiers caractères du code postal urbain) et des itinéraires de facteur.

Pour commander les *Droits de cotisation aux REER* (17C0011, prix variables) ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec le Service à la clientèle au (613) 951-9720 (saadinfo@statcan.ca), Division des données régionales et administratives. Télécopieur: (613) 951-4745. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Industrie de l'environnement: secteur des entreprises, 1998
Numéro au catalogue: 16F0008XIF
(Gratuit).

Droits de cotisation aux REER,
Numéro au catalogue: 17C0011 (prix variable).

La revue des céréales et des graines oléagineuses,
septembre 2000
Numéro au catalogue: 22-007-XIB (11\$/112\$).

La revue des céréales et des graines oléagineuses,
septembre 2000
Numéro au catalogue: 22-007-XPB (15\$/149\$).

Les Canadiens se branchent: l'utilisation d'Internet par les ménages reste à la hausse en 1999, 1999
Numéro au catalogue: 56F0004MIF
(Gratuit).

Le revenu au Canada, 1998
Numéro au catalogue: 75-202-RPF (45\$).

Juristat: Attitudes du public face au système de justice pénale, vol. 20, n° 12
Numéro au catalogue: 85-002-XIF (8\$/70\$).

Juristat: Attitudes du public face au système de justice pénale, vol. 20, n° 12
Numéro au catalogue: 85-002-XPF (10\$/93\$).

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 micro-fiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB, la version électronique sur disquette et -XCB, la version électronique sur CD-ROM.

Pour commander les produits

Pour commander les produits 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 (anglais) 11-001F (150) (000) (000)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 4 juin 1997
Pour une version à 4 et à 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 65 déplacements au travail par les services de 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'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'économie et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 s'est amélioré de façon remarquablement saine.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les actifs financiers à court terme 10
- Aide de l'Agence immobilière, septembre-hors saison 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

Nouvelles parutions 10

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: Madeleine Simard (613) 951-1088, simamad@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.