



# Le Quotidien

Statistique Canada

**Le mardi 21 août 2001**

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

---

## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

---

- **Indice des prix à la consommation, juillet 2001**  
 Les prix des biens et services faisant partie du panier de l'Indice des prix à la consommation ont augmenté de 2,6 % de juillet 2000 à juillet 2001, ce qui constitue un ralentissement par rapport aux taux de 3,3 % et de 3,9 % observés en juin et en mai.

2
  
  - **Commerce de détail, juin 2001 et deuxième trimestre de 2001**  
 Les ventes au détail ont diminué de 0,3 % en juin pour s'établir à 24,2 milliards de dollars, annulant ainsi la majeure partie de la progression enregistrée en mai.

5
- 

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

Enquête mensuelle sur les grands détaillants, juin 2001	9
Enquête pilote sur les professions reliées aux technologies de l'information: enquête auprès des employés, 2000	10
Tuyaux et tubes en acier, juin 2001	10
Huiles et corps gras, juin 2001	10
Livraisons de laminés d'acier, juin 2001	11
Acier en formes primaires, juin 2001	11
Statistiques d'exploitation sur l'aviation civile, mai et juin 2001	11

---

## NOUVEAUX PRODUITS

---



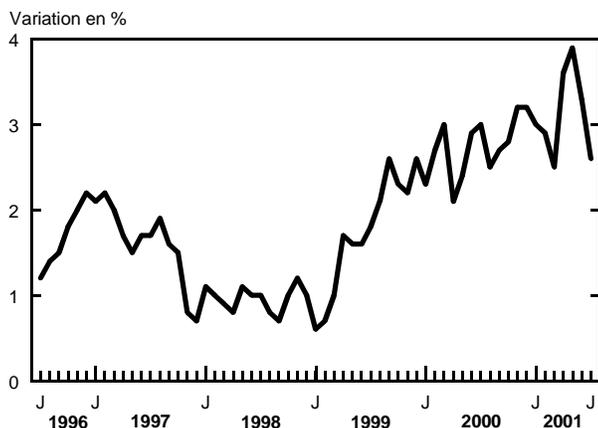
## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

### Indice des prix à la consommation

Juillet 2001

Les prix des biens et services faisant partie du panier de l'Indice des prix à la consommation (IPC) ont augmenté de 2,6 % de juillet 2000 à juillet 2001. Il s'agit d'un ralentissement par rapport aux taux de 3,3 % et de 3,9 % observés en juin et en mai. Si l'augmentation a été moindre, c'est essentiellement parce que les prix de l'énergie ont fléchi, d'où le rétrécissement de l'écart entre l'IPC d'ensemble et l'IPC sans l'énergie. L'IPC sans l'énergie a progressé de 2,7 % par rapport à juillet 2000, un taux en hausse comparativement à celui de 2,5 % observé en juin, mais légèrement inférieur à celui d'avril (+2,8 %).

Variation de l'Indice des prix à la consommation par rapport au mois correspondant de l'année précédente

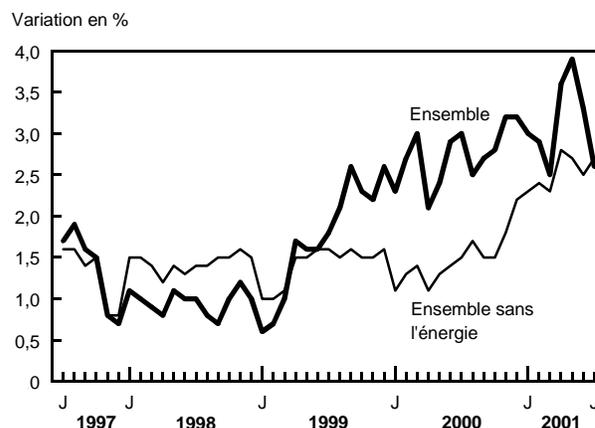


Une chute de 6,1 % des prix de l'énergie de juin à juillet a limité la progression de l'indice de l'énergie de juillet 2000 à juillet 2001 à 2,8 %. Ce mouvement annuel est le plus faible enregistré depuis juin 1999 et représente un dixième de l'augmentation de l'IPC d'ensemble. Dans les trois mois précédents, les prix de l'énergie ont représenté environ le tiers de cette augmentation, les hausses sur 12 mois s'étant situées dans une fourchette allant de 10,4 % à 16,0 %.

La plus grande part de l'effet d'entraînement que les prix de l'énergie ont exercé en juillet était attribuable à une hausse de 37,5 % des prix du gaz naturel, qui restait cependant loin de celle de 62,0 % enregistrée en juin.

Une majoration de 5,0 % des prix de l'électricité a aussi poussé l'indice, tandis qu'une baisse de 8,5 % du prix de l'essence a ralenti l'indice de l'énergie.

Variation annuelle de l'indice d'ensemble et de l'indice sans l'énergie



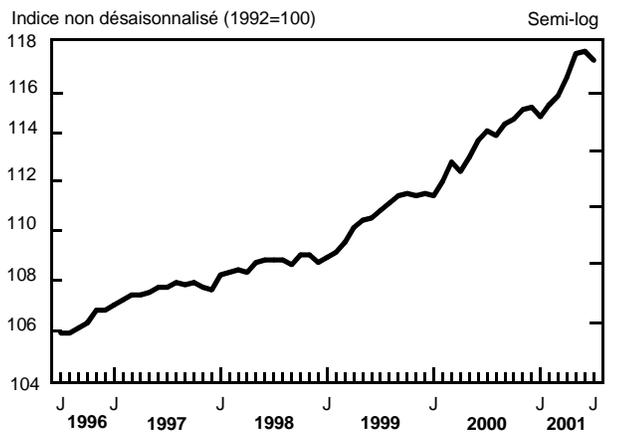
Les prix des aliments, par ailleurs, ont continué d'avoir un effet important sur l'IPC d'ensemble en juillet, représentant près du tiers de l'augmentation sur 12 mois. Les prix des aliments ont grimpé de 4,6 %, soit autant qu'en juin, la hausse des prix des repas au restaurant, du boeuf et des fruits frais ayant continué de jouer un rôle dominant. L'accroissement des coûts des aliments, surtout de la viande, a contribué à une progression de 3,5 % du prix des repas au restaurant. Deux baisses mensuelles consécutives des prix du boeuf ont ramené à 14,0 % la hausse sur 12 mois de l'indice du boeuf, comparativement au niveau record des 21 années précédentes atteint en mai (+19,2 %). Alors que l'arrivée de certains produits locaux a provoqué un léger repli du prix des fruits frais pour le mois, les prix demeuraient 10,5 % plus élevés qu'en juillet 2000. Cette augmentation sur 12 mois reflète l'effet prolongé du mauvais temps de l'hiver dernier et la hausse des coûts du transport.

En dehors des catégories des aliments et de l'énergie, les prix des cigarettes, le coût de l'intérêt hypothécaire, les loyers et les prix des véhicules automobiles ont contribué à la progression de l'IPC d'ensemble, tandis que la baisse des prix du matériel et des fournitures informatiques a eu un effet compensateur.

## L'IPC mensuel perd du terrain

Pour la première fois depuis janvier 2001, l'IPC mensuel a perdu du terrain, reculant de 0,3 % de juin à juillet. L'effet de ralentissement de loin le plus considérable provenait du secteur de l'énergie, reflet de l'affaiblissement des prix de l'essence et du gaz naturel. Cet effet a été partiellement compensé par la hausse des prix du transport aérien et de l'hébergement pour voyageurs.

### Indice des prix à la consommation



Dans le sillage de la baisse de 4,3 % survenue en juin, les prix de l'essence ont chuté d'encre 9,6 % en juillet, à la faveur de guerres de prix locales et d'indications de stocks considérables. Ce repli avait été précédé d'une baisse de 1,2 % des prix du pétrole brut en juin.

Les prix du gaz naturel ont fléchi de 8,4 % de juin à juillet, soit la diminution mensuelle la plus importante depuis avril 1997. Le gros de cette

diminution est imputable à la chute de 35,5 % survenue en Alberta, provoquée par une baisse des prix de gros. Les diminutions ont été moins fortes au Québec et en Ontario, tandis que les prix sont demeurés inchangés au Manitoba, en Saskatchewan et en Colombie-Britannique.

Les prix pour le transport aérien ont monté de 12,3 % de juin à juillet. Les vols intérieurs et transpacifiques sont ceux qui ont eu l'effet le plus marqué sur l'indice, reflétant la saison de pointe des voyageurs.

Pendant que s'est poursuivie la saison touristique estivale, les voyageurs ont vu leurs coûts d'hébergement croître d'encre 7,4 %. Il s'agit d'une quatrième augmentation mensuelle consécutive. Malgré les hausses des derniers mois, l'indice de l'hébergement pour voyageurs est demeuré 2,3 % en deçà des niveaux de juillet 2000.

**Données stockées dans CANSIM: tableaux 3260001, 3260003, 3260004 et 3260010 et matrices 9940 à 9956.**

Les données sont diffusées à 7 h dans le site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)).

Le numéro de juillet 2001 de *L'indice des prix à la consommation* (62-001-XIB, 8 \$ / 77 \$; 62-001-XPB, 11 \$ / 103 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

La date de parution de l'IPC pour le mois d'août est le 18 septembre.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, téléphonez au (613) 951-9606 ou composez sans frais le 1 866 230-2248 ([infounit@statcan.ca](mailto:infounit@statcan.ca)), ou communiquez avec Joanne Moreau au (613) 951-7130, Division des prix. Télécopieur: (613) 951-1539. □

**Indice des prix à la consommation et composantes principales**  
(1992=100)

	Juillet 2001	Juin 2001	Juillet 2000	Juin à juillet 2001	Juillet 2000 à juillet 2001
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
<b>Ensemble</b>	<b>117,1</b>	<b>117,5</b>	<b>114,1</b>	<b>-0,3</b>	<b>2,6</b>
Aliments	118,6	118,1	113,4	0,4	4,6
Logement	113,7	114,2	108,7	-0,4	4,6
Dépenses et équipement du ménage	112,4	112,4	110,5	0,0	1,7
Habillement et chaussures	105,8	104,5	104,7	1,2	1,1
Transports	130,4	133,0	131,2	-2,0	-0,6
Santé et soins personnels	114,8	114,9	112,0	-0,1	2,5
Loisirs, formation et lecture	126,2	125,6	124,9	0,5	1,0
Boissons alcoolisées et produits du tabac	105,7	105,4	98,0	0,3	7,9
Ensemble (1986=100)	150,0				
Pouvoir d'achat du dollar à la consommation (en cents) par rapport à 1992	85,4	85,1	87,6		
<b>Agrégats spéciaux</b>					
Biens	114,5	115,8	111,4	-1,1	2,8
Services	120,2	119,5	117,2	0,6	2,6
Ensemble sans les aliments et l'énergie	114,9	114,5	112,4	0,3	2,2
Énergie	133,1	141,7	129,5	-6,1	2,8
Ensemble sans les huit composantes les plus instables (définition de la Banque du Canada) <sup>1</sup>	117,9	117,6	115,1	0,3	2,4

<sup>1</sup> Les huit composantes les plus instables, telles que définies par la Banque du Canada, qui sont exclues de l'IPC d'ensemble sont: les fruits, les préparations à base de fruits et les noix, les légumes et les préparations à base de légumes, le coût d'intérêt hypothécaire, le gaz naturel, le mazout et autres combustibles, l'essence, le transport interurbain, les produits du tabac et les articles pour fumeurs. La Banque du Canada ajuste ensuite cette série pour obtenir son indice de référence qui exclut également l'effet des modifications des impôts indirects. Pour obtenir des données et des renseignements au sujet de l'inflation mesurée par l'indice de référence, consultez le site Web de la Banque du Canada ([www.banqueducanada.ca/inflation](http://www.banqueducanada.ca/inflation)).

**Indice des prix à la consommation par province, Whitehorse et Yellowknife**  
(1992=100)

	Juillet 2001	Juin 2001	Juillet 2000	Juin à juillet 2001	Juillet 2000 à juillet 2001
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Terre-Neuve	115,3	115,5	113,8	-0,2	1,3
Île-du-Prince-Édouard	115,7	115,5	112,0	0,2	3,3
Nouvelle-Écosse	116,7	117,0	114,1	-0,3	2,3
Nouveau-Brunswick	115,1	115,6	113,4	-0,4	1,5
Québec	113,6	113,7	111,1	-0,1	2,3
Ontario	118,3	118,5	114,7	-0,2	3,1
Manitoba	122,2	122,9	118,4	-0,6	3,2
Saskatchewan	121,1	121,6	117,0	-0,4	3,5
Alberta	121,6	123,5	118,2	-1,5	2,9
Colombie-Britannique	116,3	116,3	114,2	0,0	1,8
Whitehorse	118,1	117,8	115,7	0,3	2,1
Yellowknife	113,7	113,2	112,0	0,4	1,5

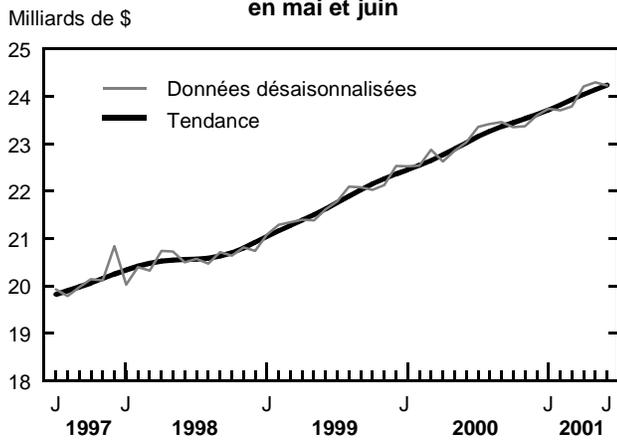
## Commerce de détail

Juin 2001 et deuxième trimestre de 2001

Les ventes au détail ont diminué de 0,3 % en juin pour s'établir à 24,2 milliards de dollars, annulant ainsi la majeure partie de la progression de 0,4 % enregistrée en mai. Même si les ventes sont restées pratiquement inchangées dans l'ensemble en mai et en juin, elles ont crû de 2,1 % au deuxième trimestre, comparativement au premier trimestre. Cette progression trimestrielle, attribuable principalement à la hausse des ventes de 1,8 % enregistrée en avril, est la plus forte depuis le troisième trimestre de 2000 (+2,5 %). Les ventes au détail avaient augmenté de 1,3 % au cours du premier trimestre de 2001, après avoir stagné durant le quatrième trimestre de 2000 (+0,1 %). Les ventes sont généralement en progression depuis l'été 1998, si l'on fait abstraction d'une période où elles n'avaient presque pas varié, de juillet à novembre 2000.

En dollars constants, les ventes au détail sont restées inchangées en juin, après avoir reculé de 0,2 % en mai. L'augmentation des ventes de 2,1 % déclarée par les détaillants au deuxième trimestre a été réduite à une hausse de 0,8 % après la correction des variations de prix. D'importantes hausses de prix ont en effet été déclarées au cours du deuxième trimestre dans le cas de l'essence, des cigarettes, des fruits frais et de la viande fraîche.

### Bon résultat au deuxième trimestre malgré l'absence de croissance des ventes au détail dans l'ensemble en mai et juin



En juin, seuls les secteurs des meubles (+1,5 %) et des marchandises diverses (+0,9 %) ont constaté une hausse de leurs ventes. Tous les autres secteurs

ont enregistré des reculs, les plus marqués touchant les magasins de vêtements (-1,1 %) et les magasins classés dans la catégorie des autres magasins de détail (-1,1 %). Cette catégorie comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées et d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies. Des baisses moins prononcées ont été observées dans le secteur de l'automobile (-0,5 %), dans les magasins d'alimentation (-0,4 %) et dans les pharmacies (-0,2 %).

La moitié des provinces, surtout la Saskatchewan (-1,0 %), l'Ontario (-0,9 %) et la Nouvelle-Écosse (-0,8 %), ont enregistré une diminution des ventes au détail en juin. Les progressions les plus fortes ont été déclarées par les détaillants de l'Île-du-Prince-Édouard (+1,8 %), de la Colombie-Britannique (+0,8 %) et de Terre-Neuve (+0,8 %).

### Des programmes promotionnels ont fait hausser les ventes de véhicules automobiles au deuxième trimestre

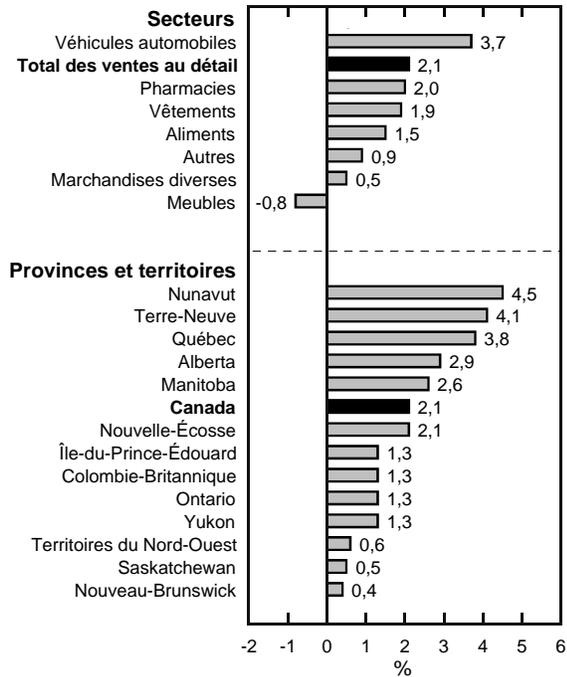
Les détaillants du secteur de l'automobile ont vu une reprise de leurs ventes au deuxième trimestre. Dans ce secteur, les ventes au détail ont crû de 3,7 %, comparativement au premier trimestre. Tous les types de magasins appartenant à ce secteur ont déclaré des ventes en hausse d'au moins 3,0 % au deuxième trimestre.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, qui représentent environ deux tiers des ventes du secteur de l'automobile, ont fait un bond de 4,0 % au deuxième trimestre par rapport au premier trimestre. La reprise de divers programmes promotionnels au printemps 2001 a contribué à ce résultat trimestriel. C'est également à de tels programmes que l'on peut attribuer la forte hausse de 4,1 % que l'on avait enregistrée dans les ventes de ce secteur durant le troisième trimestre de 2000.

En dépit d'une chute de 2,9 % de leurs ventes en juin, les stations-service ont affiché au deuxième trimestre des ventes supérieures de 3,4 % à celles du premier trimestre. Cette progression fait suite à un recul des ventes de 0,8 % au premier trimestre. Cette baisse était la première depuis le quatrième trimestre de 1998, après lequel les prix de l'essence avaient commencé à grimper.

Les détaillants de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et de services ont déclaré des ventes en hausse de 3,0 % au deuxième trimestre; il s'agit de la plus forte progression trimestrielle observée depuis le premier trimestre de 1998.

**Ventes au détail trimestrielles**  
Deuxième trimestre par rapport au premier trimestre de 2001



Les hausses enregistrées au deuxième trimestre dans les ventes des pharmacies (+2,0 %) et des magasins de vêtements (+1,9 %) ont été semblables à la progression observée dans le cas de l'ensemble du secteur de la vente au détail. Les ventes des pharmacies sont en hausse depuis le deuxième trimestre de 2000. C'est la hausse des ventes des magasins de chaussures (+3,1 %) et des magasins classés dans la catégorie des autres magasins de vêtements (+2,8 %) qui a contribué le plus à l'augmentation globale des ventes des magasins de vêtements observée au deuxième trimestre. Les établissements appartenant à la catégorie des autres magasins de vêtements vendent divers types de vêtements pour femmes, hommes et enfants. Durant le deuxième trimestre, les ventes se sont également accrues dans les magasins de vêtements pour femmes (+0,9 %), mais elles ont diminué dans les magasins de vêtements pour hommes (-0,4 %). Les magasins de vêtements pour femmes et les établissements classés dans la catégorie des autres magasins de vêtements sont à l'origine de la croissance des ventes du secteur de l'habillement observée depuis le début de 2000.

Au deuxième trimestre, les dépenses des consommateurs ont progressé de 0,5 % dans les

magasins de marchandises diverses, après un très bon premier trimestre (+2,6 %). La majeure partie de la hausse observée au premier trimestre est attribuable à l'ouverture de plusieurs nouveaux grands magasins à la fin de novembre 2000. Les ventes des grands magasins ont augmenté de 0,8 % durant le deuxième trimestre, après un bond de 4,9 % au premier trimestre.

**Les ventes des magasins de meubles ont diminué au deuxième trimestre**

Durant le deuxième trimestre, les magasins de meubles ont enregistré leur première baisse trimestrielle des ventes (-0,8 %) en cinq ans. Le recul précédent remonte au deuxième trimestre de 1996 (-0,1 %); il était le dernier d'une série de six reculs trimestriels des ventes. Depuis le début de 2001, les ventes cumulatives des magasins de meubles dépassent de 7,1 % celles de la première moitié de 2000.

**Les ventes au détail du deuxième trimestre ont varié selon les régions**

Les ventes au détail ont progressé dans toutes les provinces et dans tous les territoires au deuxième trimestre, mais les hausses ont varié considérablement selon les régions. On observe les augmentations les plus prononcées au Nunavut (+4,5 %), à Terre-Neuve (+4,1 %) et au Québec (+3,8 %), et les plus faibles, au Nouveau-Brunswick (+0,4 %), en Saskatchewan (+0,5 %) et dans les Territoires du Nord-Ouest (+0,6 %).

Le secteur de l'automobile a été le déterminant de la hausse globale des ventes au détail de Terre-Neuve et du Québec au deuxième trimestre. Tous les autres secteurs de la vente au détail de ces provinces ont enregistré également une progression durant le deuxième trimestre, sauf celui des meubles, au Québec, dont les ventes ont diminué.

Au Nouveau-Brunswick et en Saskatchewan, la baisse marquée des ventes des magasins de meubles a fait contreponds à la progression modérée des ventes du secteur de l'automobile.

**Indicateurs connexes pour juillet**

Le nombre total d'emplois a légèrement diminué en juillet (-0,1 %), poursuivant ainsi la période de stabilité en matière d'emploi que l'on a observée depuis le début de 2001. Selon des sources du secteur de l'automobile, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en juillet a été faible, comparativement à juin. Le nombre de mises en chantier a chuté de 13,4 % en juillet, après avoir progressé dans une mesure presque identique en juin (+13,8 %).

**Données stockées dans CANSIM: tableaux 80001 à 80005 et matrices 2399 et 2400 (matrices principales), 2299, 2397, 2398, 2401 à 2416 et 2418 à 2420.**

Le numéro de juin 2001 de la publication *Commerce de détail* (63-005-XIB, 16 \$ / 155 \$; 63-005-XPB, 21 \$ / 206 \$) paraîtra sous peu. Voir *Pour commander les produits*.

Les estimations des ventes au détail pour juillet seront publiées le 21 septembre.

Pour commander des données ou obtenir plus de renseignements, 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](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul Gratton au (613) 951-3541 ([paul.gratton@statcan.ca](mailto:paul.gratton@statcan.ca)), Division de la statistique du commerce.

## Ventes au détail

	Juin 2000	Mars 2001 <sup>r</sup>	Avril 2001 <sup>r</sup>	Mai 2001 <sup>r</sup>	Juin 2001 <sup>p</sup>	Mai à juin 2001	Juin 2000 à juin 2001
données désaisonnalisées							
	millions de \$					var. en %	
<b>Aliments</b>	<b>5 062</b>	<b>5 258</b>	<b>5 260</b>	<b>5 322</b>	<b>5 303</b>	<b>-0,4</b>	<b>4,8</b>
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 687	4 872	4 864	4 927	4 909	-0,4	4,7
Tous les autres magasins d'alimentation	375	386	395	395	395	0,0	5,2
<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>	<b>1 123</b>	<b>1 185</b>	<b>1 193</b>	<b>1 206</b>	<b>1 204</b>	<b>-0,2</b>	<b>7,3</b>
<b>Vêtements</b>	<b>1 270</b>	<b>1 321</b>	<b>1 379</b>	<b>1 330</b>	<b>1 316</b>	<b>-1,1</b>	<b>3,6</b>
Magasins de chaussures	146	142	148	149	146	-2,3	0,0
Magasins de vêtements pour hommes	131	123	124	126	123	-2,0	-6,1
Magasins de vêtements pour femmes	385	411	424	406	401	-1,3	4,3
Autres magasins de vêtements	608	646	683	649	646	-0,5	6,2
<b>Meubles</b>	<b>1 251</b>	<b>1 350</b>	<b>1 314</b>	<b>1 321</b>	<b>1 341</b>	<b>1,5</b>	<b>7,1</b>
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	1 015	1 094	1 062	1 062	1 079	1,6	6,3
Magasins d'accessoires d'ameublement	236	255	253	259	262	1,1	10,8
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>9 231</b>	<b>9 415</b>	<b>9 797</b>	<b>9 814</b>	<b>9 765</b>	<b>-0,5</b>	<b>5,8</b>
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	6 086	6 146	6 429	6 365	6 381	0,3	4,8
Stations-service	1 854	1 927	1 997	2 068	2 007	-2,9	8,3
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 291	1 342	1 371	1 380	1 377	-0,2	6,7
<b>Magasins de marchandises diverses</b>	<b>2 619</b>	<b>2 714</b>	<b>2 718</b>	<b>2 714</b>	<b>2 737</b>	<b>0,9</b>	<b>4,5</b>
<b>Magasins de détail non classés ailleurs</b>	<b>2 482</b>	<b>2 546</b>	<b>2 549</b>	<b>2 593</b>	<b>2 565</b>	<b>-1,1</b>	<b>3,4</b>
Autres magasins de produits semi-durables	739	729	725	755	737	-2,4	-0,3
Autres magasins de produits durables	623	646	648	649	644	-0,7	3,4
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	1 120	1 171	1 176	1 189	1 184	-0,4	5,8
<b>Total, ventes au détail</b>	<b>23 037</b>	<b>23 789</b>	<b>24 210</b>	<b>24 300</b>	<b>24 232</b>	<b>-0,3</b>	<b>5,2</b>
<b>Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>	<b>16 951</b>	<b>17 643</b>	<b>17 781</b>	<b>17 935</b>	<b>17 851</b>	<b>-0,5</b>	<b>5,3</b>
<b>Provinces et territoires</b>							
Terre-Neuve	379	398	395	408	411	0,8	8,6
Île-du-Prince-Édouard	102	105	105	106	108	1,8	5,1
Nouvelle-Écosse	713	722	721	735	729	-0,8	2,2
Nouveau-Brunswick	575	584	608	582	585	0,5	1,8
Québec	5 255	5 470	5 681	5 607	5 588	-0,3	6,3
Ontario	8 872	8 996	9 163	9 205	9 125	-0,9	2,9
Manitoba	779	805	821	831	826	-0,6	6,0
Saskatchewan	683	687	690	698	691	-1,0	1,2
Alberta	2 622	2 829	2 857	2 896	2 907	0,4	10,9
Colombie-Britannique	2 981	3 112	3 087	3 152	3 178	0,8	6,6
Yukon	28	29	29	29	30	3,5	5,6
Territoires du Nord-Ouest	32	37	36	36	36	-0,2	14,0
Nunavut	15	16	16	16	17	5,4	14,6

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

**Ventes au détail**

	Juin 2000	Mai 2001 <sup>r</sup>	Juin 2001 <sup>p</sup>	Juin 2000 à juin 2001
données non désaisonnalisées				
	millions de \$			var. en %
<b>Aliments</b>	<b>5 277</b>	<b>5 510</b>	<b>5 619</b>	<b>6,5</b>
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 887	5 098	5 199	6,4
Tous les autres magasins d'alimentation	391	412	420	7,4
<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>	<b>1 114</b>	<b>1 204</b>	<b>1 188</b>	<b>6,6</b>
<b>Vêtements</b>	<b>1 245</b>	<b>1 344</b>	<b>1 291</b>	<b>3,7</b>
Magasins de chaussures	157	175	161	2,3
Magasins de vêtements pour hommes	139	125	131	-6,0
Magasins de vêtements pour femmes	386	437	403	4,5
Autres magasins de vêtements	563	606	597	6,0
<b>Meubles</b>	<b>1 233</b>	<b>1 228</b>	<b>1 327</b>	<b>7,7</b>
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	991	971	1 059	6,8
Magasins d'accessoires d'ameublement	241	257	269	11,3
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>10 742</b>	<b>11 741</b>	<b>11 084</b>	<b>3,2</b>
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	7 345	7 983	7 503	2,1
Stations-service	1 968	2 151	2 074	5,4
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 428	1 607	1 508	5,6
<b>Magasins de marchandises diverses</b>	<b>2 540</b>	<b>2 662</b>	<b>2 684</b>	<b>5,7</b>
<b>Magasins de détail non classés ailleurs</b>	<b>2 630</b>	<b>2 753</b>	<b>2 724</b>	<b>3,6</b>
Autres magasins de produits semi-durables	799	870	808	1,0
Autres magasins de produits durables	619	644	634	2,3
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	1 212	1 238	1 283	5,9
<b>Total, ventes au détail</b>	<b>24 780</b>	<b>26 441</b>	<b>25 917</b>	<b>4,6</b>
<b>Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>	<b>17 435</b>	<b>18 459</b>	<b>18 414</b>	<b>5,6</b>
<b>Provinces et territoires</b>				
Terre-Neuve	420	454	459	9,3
Île-du-Prince-Édouard	117	113	123	5,1
Nouvelle-Écosse	786	777	798	1,6
Nouveau-Brunswick	632	641	637	0,8
Québec	5 707	6 395	5 981	4,8
Ontario	9 595	9 979	9 841	2,6
Manitoba	830	884	875	5,5
Saskatchewan	727	740	733	0,9
Alberta	2 763	3 079	3 060	10,8
Colombie-Britannique	3 122	3 292	3 317	6,3
Yukon	34	32	36	5,9
Territoires du Nord-Ouest	35	36	40	14,7
Nunavut	15	17	17	14,4

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

## AUTRES COMMUNIQUÉS

### Enquête mensuelle sur les grands détaillants

Juin 2001

En juin, les ventes du groupe des grands détaillants se sont chiffrées à 6,8 milliards de dollars, en hausse de 7,9 % par rapport à juin 2000. Chaque groupe de produits a enregistré une croissance de ses ventes; les hausses les plus marquées sont survenues dans les catégories des articles de santé et de soins personnels, des autres biens et services, de la quincaillerie et des produits pour pelouse et jardin, et des articles de sport et de loisirs. (Les données du présent communiqué ne sont pas désaisonnalisées.)

### Ventes, par marchandises, du groupe des grands détaillants

	Mai 2001 <sup>r</sup>	Juin 2000 <sup>r</sup>	Juin 2001 <sup>p</sup>	Juin 2000 à juin 2001
données non désaisonnalisées				
	millions de \$			var. en %
<b>Marchandises</b>				
Aliments et boissons	2 237	2 148	2 268	5,6
Vêtements, chaussures et accessoires	1 278	1 205	1 261	4,6
Articles d'ameublement et appareils électroniques	819	831	907	9,1
Articles de santé et de soins personnels	547	482	544	12,8
Articles et fournitures pour la maison	297	279	298	7,0
Articles de sport et loisirs	316	299	334	11,7
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	542	398	446	12,0
Autres biens et services	757	688	772	12,3
<b>Total</b>	<b>6 793</b>	<b>6 330</b>	<b>6 830</b>	<b>7,9</b>

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

Les articles de santé et de soins personnels ont continué d'enregistrer de fortes progressions (+12,8 %). Les ventes de médicaments, qui comprennent les médicaments d'ordonnance et en vente libre ainsi que les vitamines et les plantes médicinales, ont représenté 56 % de l'augmentation de cette catégorie.

En juin, la catégorie des autres biens et services a été en hausse de 12,3 % par rapport à juin 2000. Dans cette catégorie, 60 % de la variation a été attribuable à l'augmentation des ventes de carburants, d'huile et d'additifs pour véhicules automobiles, de véhicules

automobiles, de pièces et de services, et de produits du tabac.

Après un faible début en 2001, la catégorie de la quincaillerie et des produits pour pelouse et jardin a enregistré deux fortes hausses mensuelles d'affilée, qui lui ont valu une progression de 12,0 % par rapport à juin 2000. Les ventes de quincaillerie (+12,5 %) et les ventes de produits pour pelouse et jardin (+11,5 %) ont affiché des hausses semblables des ventes pour le groupe des grands détaillants.

Les articles de sport et de loisirs sont la quatrième catégorie de produits pour le groupe des grands détaillants à avoir affiché une progression supérieure à 10 % par rapport à juin 2000. Les ventes d'articles de loisirs et d'articles de sport ont fait bonne figure dans le groupe. Pour les articles de sport, les ventes d'équipement d'exercice et de conditionnement physique ont grimpé de 28,4 %. Parmi les articles de loisirs, les ventes de bandes sonores, de cassettes vidéo et de disques préenregistrés ont progressé de 15,8 %.

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques ont augmenté de 9,1 % en juin. Les appareils ménagers, en particulier, ont bénéficié d'excellentes ventes, ayant progressé de 11,4 %. Les ventes de petits appareils ménagers électriques (+11,7 %) et de gros appareils (+11,3 %) ont été en hausse.

Les ventes de vêtements pour le groupe des grands détaillants ont grimpé de 4,6 % comparativement à juin 2000. Les ventes de vêtements d'extérieur pour hommes ont crû de 30,0 % et les ventes de lingerie pour femmes, 11,5 %.

Pour les six premiers mois de 2001, les ventes de vêtements dépassaient de 5,5 % celles de la première moitié de 2000. À l'opposé, les ventes n'ont augmenté que de 0,8 % durant la première moitié de 2000 par rapport à la même période en 1999.

L'Enquête mensuelle sur les détaillants majeurs offre une ventilation des ventes selon les marchandises vendues, à l'échelle nationale, pour un groupe d'environ 80 grands détaillants. Les données relatives aux ventes de plus de 100 types de marchandise sont disponibles sur une base mensuelle.

L'enquête vise les grands détaillants principalement dans les secteurs de l'alimentation, du vêtement, des articles d'ameublement et d'appareils électroniques, d'articles de sport et des marchandises diverses. Ce groupe de détaillants représente environ 37 % du total annuel des ventes du commerce de détail, à l'exclusion de celles de véhicules automobiles et de véhicules récréatifs.

---

**Données stockées dans CANSIM: tableau 800009 et matrice 2395.**

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](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Chantale Harvey au (613) 951-0670 ([chantale.harvey@statcan.ca](mailto:chantale.harvey@statcan.ca)), Division de la statistique du commerce. ■

**Enquête pilote sur les professions reliées aux technologies de l'information: enquête auprès des employés**  
2000

Les données de l'Enquête pilote sur les professions reliées aux technologies de l'information, 2000: enquête auprès des employés sont maintenant disponibles.

Cette enquête expérimentale, qui a été commanditée par Développement des ressources humaines Canada, a pour but de tester les méthodes qui seront utilisées pour une enquête nationale sur les professions reliées aux technologies de l'information. Les résultats fournissent des renseignements sur 21 professions reliées aux technologies de l'information pour l'industrie de la conception de systèmes informatiques et services connexes au Canada, l'industrie de l'architecture, génie et services connexes au Québec et l'industrie des sociétés d'assurance en Ontario. Les données fournissent des détails sur les antécédents professionnels, les salaires, les études, la formation et les compétences.

Cette enquête a été précédée de l'Enquête pilote sur les professions reliées aux technologies de l'information, 2000: enquête auprès des employeurs. Cette dernière a permis de recueillir des données sur la dotation, le recrutement, la rétention et la formation. Les données ont été publiées en septembre 2000.

Puisque l'étendue des enquêtes pilotes est restreinte, les résultats ne peuvent être appliqués à tous les secteurs possédant des professions reliées aux technologies de l'information. Par contre, les résultats sont un bon indicateur des tendances possibles qui seront étudiées lors d'une enquête nationale qui sera bientôt organisée.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Lucie Cloutier au

(613) 951-1634 ([lucie.cloutier@statcan.ca](mailto:lucie.cloutier@statcan.ca)), Division des petites entreprises et des enquêtes spéciales. ■

**Tuyaux et tubes en acier**

Juin 2001

En juin, la production de tuyaux et de tubes en acier s'est chiffrée à 214 891 tonnes métriques, en baisse de 17,9 % comparativement aux 261 584 tonnes métriques produites en juin 2000.

La production cumulative à la fin du mois de juin s'est élevée à 1 321 220 tonnes, en baisse de 5,3 % comparativement aux 1 394 572 tonnes produites durant la même période en 2000.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 3030003 et matrice 35.**

Le numéro de juin 2001 de *Production et livraisons de tuyaux et tubes en acier*, vol. 25, n° 6 (41-011-XIB, 5 \$ / 47 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour des renseignements généraux ou pour obtenir des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 ([manufact@statcan.ca](mailto:manufact@statcan.ca)). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Andy Shinnan au (613) 951-3515 ([shinand@statcan.ca](mailto:shinand@statcan.ca)), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

**Huiles et corps gras**

Juin 2001

Les fabricants d'huiles désodorisées de tout genre en ont produit 93 326 tonnes métriques en juin, en hausse de 18,5 % par rapport aux 78 767 tonnes produites en mai.

En juin, les ventes intérieures d'huile de margarine désodorisée se sont chiffrées à 9 961 tonnes, celles d'huile de friture désodorisée, à 26 965 tonnes et celles d'huile à salade désodorisée, à 33 478 tonnes.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 3030012 et matrice 185.**

Le numéro de juin 2001 de la publication *Huiles et corps gras*, vol. 52, n° 6 (32-006-XIB, 5 \$ / 47 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour des renseignements généraux ou pour obtenir des données, communiquez avec l'agent de

---

diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*manufact@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Peter Zylstra au (613) 951-3511 (*zylspet@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

### Livraisons de laminés d'acier

Juin 2001

Les livraisons de laminés d'acier ont totalisé 1 235 408 tonnes métriques en juin, en baisse de 5,3 % par rapport aux 1 303 953 tonnes livrées en mai et de 8,0 % comparativement aux 1 342 213 tonnes (donnée révisée) livrées en juin 2000.

Le total cumulatif à la fin de juin s'est chiffré à 7 236 533 tonnes, en baisse de 7,6 % comparativement aux 7 831 197 tonnes (donnée révisée) livrées au cours de la même période en 2000.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 3030010 et matrices 58 et 122 (séries 22 à 25).**

Pour des renseignements généraux ou pour obtenir des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*manufact@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Andy Shinnan au (613) 951-3515 (*shinand@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

### Acier en formes primaires

Juin 2001

La production d'acier en formes primaires a atteint 1 313 984 tonnes métriques en juin, en baisse de 7,4 % par rapport aux 1 419 513 tonnes produites en juin 2000.

Le total cumulatif à la fin de juin a atteint 7 485 731 tonnes, en baisse de 12,5 % comparativement aux 8 552 562 tonnes produites au cours de la même période en 2000.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 3030010 et matrice 58 (niveau 2, série 3).**

Pour des renseignements généraux ou pour obtenir des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*manufact@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Andy Shinnan au (613) 951-3515 (*shinand@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

### Statistiques d'exploitation sur l'aviation civile

Mai et juin 2001

En mai, Air Canada a enregistré une hausse de 2 % des sièges-kilomètres disponibles totaux. Les passagers-kilomètres réalisés ont chuté légèrement en mai et en juin. (Les données du présent communiqué sont désaisonnalisées.)

**Données stockées dans CANSIM: tableau 4010001 et matrice 385 (séries 1 à 6).**

Les données opérationnelles de mai et de juin sur l'aviation civile pour Air Canada paraîtront respectivement dans les numéros d'août et de septembre 2001 de la publication *Aviation: bulletin de service* (51-004-XIB, 8 \$ / 82 \$). Une version imprimée est également offerte sur demande. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Lisa Di Piéto au (613) 951-0146, Division des transports. ■

---

## NOUVEAUX PRODUITS

---

**Enquête mensuelle sur les industries manufacturières**, juin 2001  
Numéro au catalogue: **31-001-XIB** (15\$/147\$).

**Huiles et corps gras**, juin 2001, vol. 52, n° 6  
Numéro au catalogue: **32-006-XIB** (5\$/47\$).

**Fer et acier primaire**, juin 2001, vol. 56, n° 6  
Numéro au catalogue: **41-001-XIB** (5\$/47\$).

**Production et livraisons de tuyaux et tubes en acier**, juin 2001, vol. 25, n° 6  
Numéro au catalogue: **41-011-XIB** (5\$/47\$).

**Commerce de gros**, juin 2001  
Numéro au catalogue: **63-008-XIB** (14\$/140\$).

**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:	<b>1 800 267-6677</b>
Pour les autres pays, composez:	<b>1 613 951-7277</b>
Pour envoyer votre commande par télécopieur:	<b>1 877 287-4369</b>
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte:	<b>1 800 700-1033</b>

**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](mailto:order@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)) sous les rubriques *Produits et services* et *Publications payantes* (\$).

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

Statistique Canada

**Le Quotidien**

Statistique Canada

Langue: français  
Date: 21 août 2001

**PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS**

- **Transport aérien, 1998** 7  
Après le pic de 2000, le trafic aérien a diminué en 2001. Les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 2001, les Canadiens ont effectué 1,2 milliard de déplacements, soit un recul de 1,2 % par rapport à 2000. Les Canadiens ont effectué 1,2 milliard de déplacements, soit un recul de 1,2 % par rapport à 2000.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 6  
À l'issue de la troisième de l'année et de l'année, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été de 100,0. Le coût unitaire de la main-d'œuvre a été de 100,0.

**AUTRES COMMUNIQUÉS**

- **Indice de prix à la consommation, mai 2001** 10
- **Emploi et les entreprises à court terme** 11
- **Qualité de l'air, printemps, septembre-octobre et 21 mai 1997** 11
- **Participation aux élections fédérales, mai 1997** 11

**NOUVELLES PARUTIONS** 12

Statistique Canada

**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<sup>e</sup> 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](mailto: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, [julie.belanger@statcan.ca](mailto:julie.belanger@statcan.ca)

Chef de la Diffusion officielle: Madeleine Simard (613) 951-1088, [madeleine.simard@statcan.ca](mailto:madeleine.simard@statcan.ca)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2001. 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.