



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 29 août 2001

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Indices des prix des produits industriels et des matières brutes, juillet 2001** 2
Le taux annuel de croissance des prix des produits industriels a continué de ralentir en juillet, tandis que les prix des matières brutes ont encore fléchi par rapport à juillet 2000.
- **Caractéristiques des voyageurs internationaux, premier trimestre de 2001** 5
Une reprise des voyages en provenance des États-Unis et une croissance continue du nombre de voyageurs en provenance des pays d'outre-mer ont donné un nouvel essor à l'ensemble du tourisme au premier trimestre. Environ 2,8 millions de touristes sont arrivés des pays étrangers de janvier à mars, en hausse de 5,5 % par rapport aux mêmes trois mois en 2000.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Ampoules électriques et tubes, juillet 2001 7
- Écoute de la radio, automne 2000 7

NOUVEAUX PRODUITS



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Indices des prix des produits industriels et des matières brutes

Juillet 2001

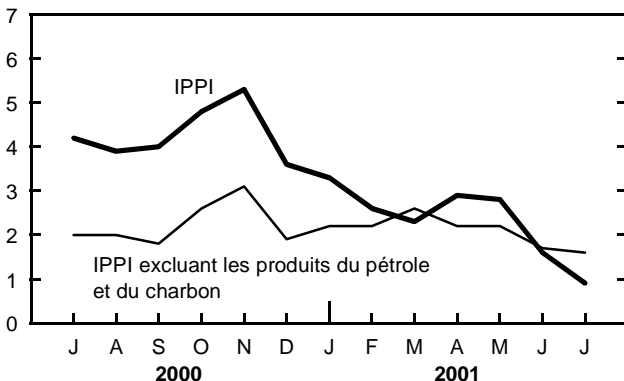
Le taux annuel de croissance des prix des produits industriels a continué de ralentir en juillet, tandis que les prix des matières brutes ont encore fléchi par rapport à juillet 2000.

Les prix des fabricants, mesurés par l'Indice des prix des produits industriels (IPPI), ont augmenté de 0,9 % de juillet 2000 à juillet 2001, comparativement à une progression d'une année à l'autre de 1,6 % en juin. La hausse annuelle de l'IPPI ralentit depuis avril.

Les prix des produits du pétrole et du charbon ont reculé de 6,8 % en juillet comparativement à juillet 2000. Si l'effet de ces prix avait été exclu, l'IPPI aurait crû de 1,6 % au lieu de 0,9 %.

Les prix des produits du pétrole freinent la croissance de l'IPPI

Variation sur 12 mois en %



L'augmentation des prix des véhicules automobiles, du bois de construction, des produits chimiques et des produits de la viande explique en grande partie la hausse annuelle des prix des fabricants. Le recul des prix des produits du pétrole et du charbon, des produits métalliques de première transformation et de la pâte de bois a annulé en partie la hausse annuelle.

D'un mois à l'autre, les prix industriels ont fléchi de 0,6 % par rapport à juin. Le recul des prix des produits du pétrole et du charbon explique la plus grande partie de la pression à la baisse. La diminution des prix du bois de construction, de la pâte de bois et

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des produits industriels (IPPI) reflète les prix que les producteurs canadiens reçoivent au moment où les produits franchissent les portes de l'usine. Il ne reflète pas ce que le consommateur paie. Contrairement à l'Indice des prix à la consommation, l'IPPI exclut les impôts indirects et tous les coûts qui surviennent entre le moment où un produit sort de l'usine et le moment où l'utilisateur final en prend possession, ce qui comprend les coûts du transport, du commerce de gros et du commerce de détail.

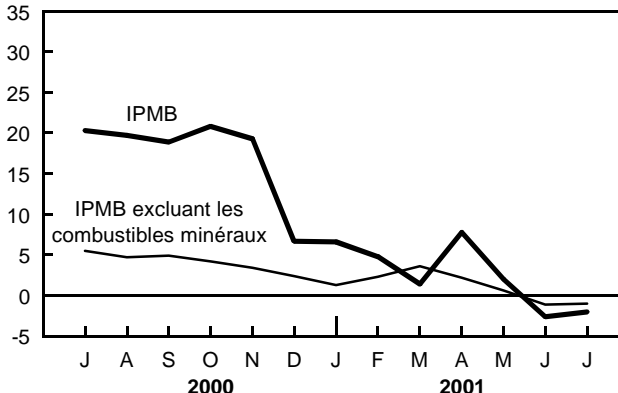
Les producteurs canadiens exportent de nombreux biens. Ils indiquent souvent leurs prix en devises étrangères, en particulier dans le cas des véhicules automobiles, de la pâte de bois, du papier et des produits du bois. Les fluctuations du dollar canadien par rapport à la devise américaine se répercutent par conséquent sur l'IPPI.

L'Indice des prix des matières brutes (IPMB) est représentatif des prix que paient les fabricants canadiens pour les principales matières brutes. Un grand nombre de ces prix sont fixés sur le marché mondial. Contrairement à l'IPPI, l'IPMB comprend des biens qui ne sont pas produits au Canada.

des produits métalliques de première transformation a également contribué à la baisse mensuelle.

Les prix du pétrole brut ont eu un effet sur le taux de croissance de l'IPMB

Variation sur 12 mois en %



En juillet, les fabricants ont payé 2,0 % de moins qu'en juillet 2000 leurs matières brutes. Le recul de l'Indice des prix des matières brutes (IPMB) en juillet est surtout attribuable aux combustibles minéraux, ainsi qu'aux produits du bois et aux métaux non ferreux. Sans les combustibles minéraux, l'IPMB aurait fléchi de

1,0 % en juillet par rapport à juillet 2000, plutôt que de 2,0 %. Ces baisses ont été quelque peu compensées par la croissance des prix des substances animales et végétales.

D'un mois à l'autre, les prix des matières brutes ont baissé de 1,7 % par rapport à juin, ce qui s'explique surtout par la chute des prix des combustibles minéraux et des métaux non ferreux.

L'IPPI (1992=100) s'établissait à 128,9 en juillet, en baisse par rapport au niveau révisé de 129,7 en juin. L'IPMB (1992=100) a régressé pour passer à 138,9 en juillet, par rapport à son niveau révisé de 141,3 en juin.

Les prix du pétrole brut et du bois de construction baissent encore

Les prix du pétrole brut étaient de 4,0 % plus bas en juillet qu'en juin, étant donné l'augmentation des stocks attribuable au ralentissement de la demande. Cette diminution a eu un effet sur l'IPPI puisque les prix des produits du pétrole et du charbon ont chuté de 8,0 % par rapport à juin.

Le marché du bois de construction a maintenu sa tendance à la baisse; les prix ont encore reculé de 2,2 % de juin à juillet. Les bas prix du bois de construction de résineux expliquent principalement cette diminution mensuelle, puisque les stocks étaient encore élevés. La baisse des prix des copeaux de bois a également joué un rôle.

L'effet du taux de change fait monter les prix

De juin à juillet, la valeur du dollar américain s'est raffermie par rapport au dollar canadien, ce qui a fait remonter le prix des produits qui sont exprimés en dollars américains, notamment les automobiles. L'effet sur l'IPPI a été tel que si le taux de change n'avait pas bougé, cet indice aurait diminué de 0,9 % plutôt que de 0,6 %.

Sur 12 mois, l'influence du dollar a également été manifeste. L'IPPI s'est accru de 0,9 % de juillet 2000 à juillet 2001, mais, sans l'effet du taux de change, il aurait fléchi de 0,2 %.

Les véhicules automobiles restent en tête de la croissance pour les produits finis

La hausse des prix des véhicules automobiles a fait progresser les prix des produits finis d'une année à l'autre. Les prix des produits du tabac, ainsi que du papier et des produits du papier, ont également contribué à la hausse de 2,5 % par rapport à juillet 2000.

D'un mois à l'autre, les prix des produits finis ont fléchi de 0,2 % de juin à juillet. La baisse des prix des produits du pétrole a été largement compensée par l'augmentation des prix des véhicules automobiles.

Les «produits finis» sont ceux généralement achetés soit pour la consommation, soit pour l'investissement. La majorité des produits de la catégorie des aliments de consommation et des aliments pour animaux sont achetés par les consommateurs. La plupart des biens d'équipement sont des machines et du matériel qui sont généralement achetés par les entreprises, les organismes gouvernementaux et les administrations publiques. La plus grande partie du reste est achetée par les consommateurs.

Les prix des produits semi-finis sont restés stables

Les prix des produits semi-finis sont restés stables en juillet comparativement à juillet 2000. La hausse des prix des produits chimiques, du bois de construction et des véhicules automobiles a été annulée par la baisse des prix du papier et des produits du papier, des produits métalliques de première transformation et des produits du pétrole.

Les producteurs de produits semi-finis ont touché 0,8 % de moins pour leurs produits en juillet comparativement à juin. Les prix du papier et des produits du papier, des produits métalliques de première transformation, des produits du pétrole et du bois de construction expliquent principalement cette diminution.

Les «produits semi-finis» sont des produits qui sont généralement achetés par des fabricants et qui sont utilisés dans le processus de production, c'est-à-dire pour produire d'autres biens.

Données stockées dans CANSIM: tableaux 3290001 à 3290012 et 3300001 et matrices 1870 à 1879.

À partir du 17 septembre, les communiqués du *Quotidien* ne feront référence qu'aux numéros de tableaux de CANSIM II, qui renferme plus de deux millions de séries de données chronologiques sur les conditions économiques et sociales au Canada. Les données sont mises à jour le jour même où les nouvelles valeurs de ces séries sont diffusées. Il est possible d'accéder en temps réel à CANSIM II dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Nos produits et services*. Pour plus de renseignements, communiquez avec Louis Boucher au (613) 951-8906 (louis.boucher@statcan.ca).

Le numéro de juillet 2001 de la publication *Indices des prix de l'industrie* (62-011-XPB, 22 \$ / 217 \$) paraîtra en septembre. 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 la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-9606 (infounit@statcan.ca) ou avec Danielle Gouin au (613)

951-3375 (*danielle.gouin@statcan.ca*), Division des
prix. Télécopieur: (613) 951-1539.

Indice des prix des produits industriels (1992=100)

	Importance relative	Juillet 2000	Juin 2001 ^r	Juillet 2001 ^p	Juillet 2000 à juillet 2001	
					var. en %	
Indice des prix des produits industriels	100,00	127,7	129,7	128,9	0,9	-0,6
Produits semi-finis¹	59,28	129,0	130,0	129,0	0,0	-0,8
Produits semi-finis de première étape ²	7,91	144,1	135,7	133,4	-7,4	-1,7
Produits semi-finis de deuxième étape ³	51,37	126,7	129,2	128,3	1,3	-0,7
Produits finis⁴	40,72	125,7	129,1	128,8	2,5	-0,2
Aliments de consommation et aliments pour animaux	10,38	117,5	119,2	119,6	1,8	0,3
Matériel capitalisé	10,21	125,9	129,9	130,6	3,7	0,5
Tous les autres produits finis	20,13	129,9	133,9	132,7	2,2	-0,9
Agrégations par produits						
Viande, poisson et produits laitiers	7,27	127,9	130,1	131,9	3,1	1,4
Fruits, légumes, aliments pour animaux et divers	6,72	110,5	113,2	113,7	2,9	0,4
Boissons	2,12	120,6	122,4	122,4	1,5	0,0
Tabac et produits du tabac	0,72	143,8	158,9	158,8	10,4	-0,1
Produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique	3,01	120,1	120,3	120,6	0,4	0,2
Produits textiles	1,82	107,7	109,8	109,8	1,9	0,0
Produits en tricot et vêtements	1,93	110,7	110,6	110,6	-0,1	0,0
Sciages, produits de scierie et divers	5,20	130,7	141,9	138,8	6,2	-2,2
Meubles et articles d'ameublement	1,46	119,4	120,2	120,3	0,8	0,1
Pâte de bois et produits du papier	7,65	145,7	141,1	139,5	-4,3	-1,1
Impression et édition	3,05	138,7	142,2	142,5	2,7	0,2
Produits métalliques de première transformation	7,58	127,7	121,2	119,7	-6,3	-1,2
Semi-produits métalliques	4,11	125,6	126,5	126,6	0,8	0,1
Machines et matériel	4,08	116,4	117,8	117,9	1,3	0,1
Voitures, camions et autres matériaux de transport	18,76	131,9	137,0	138,1	4,7	0,8
Appareils électriques et de télécommunications	6,03	105,0	105,9	106,1	1,0	0,2
Produits minéraux non métalliques	2,12	118,4	121,4	121,4	2,5	0,0
Produits du pétrole et du charbon ⁵	6,01	163,6	165,6	152,4	-6,8	-8,0
Produits chimiques	7,60	124,1	127,8	128,0	3,1	0,2
Divers produits fabriqués	2,45	119,8	121,8	121,9	1,8	0,1
Divers produits non fabriqués	0,31	119,8	118,6	117,5	-1,9	-0,9

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

¹ Les produits semi-finis sont des produits qui servent principalement à la production d'autres biens.

² Les produits semi-finis de première étape servent le plus souvent à produire d'autres produits semi-finis.

³ Les produits semi-finis de deuxième étape sont utilisés le plus souvent pour produire des produits finis.

⁴ Les produits finis sont le plus souvent utilisés pour la consommation immédiate ou les investissements.

⁵ L'indice du mois courant est estimé.

Indice des prix des matières brutes (1992=100)

	Importance relative	Juillet 2000	Juin 2001 ^r	Juillet 2001 ^p	Juillet 2000 à juillet 2001	
					var. en %	
Indice des prix des matières brutes (IPMB)	100,00	141,8	141,3	138,9	-2,0	-1,7
Combustibles minéraux	31,47	184,8	184,8	178,0	-3,7	-3,7
Substances végétales	9,41	111,8	119,7	122,0	9,1	1,9
Animaux et substances animales	24,41	118,1	125,5	125,4	6,2	-0,1
Bois	14,88	140,9	128,5	127,9	-9,2	-0,5
Matières ferreuses	3,17	118,5	114,3	115,0	-3,0	0,6
Métaux non ferreux	13,81	116,9	108,6	105,8	-9,5	-2,6
Minéraux non métalliques	2,85	121,8	122,4	123,1	1,1	0,6
IPMB sans les combustibles minéraux	68,53	122,1	121,3	120,9	-1,0	-0,3

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Caractéristiques des voyageurs internationaux

Premier trimestre de 2001

Une reprise des voyages en provenance des États-Unis et une croissance continue du nombre de voyageurs en provenance des pays d'outre-mer ont donné un nouvel essor à l'ensemble du tourisme au premier trimestre. Environ 2,8 millions de touristes sont arrivés des pays étrangers de janvier à mars, en hausse de 5,5 % par rapport au premier trimestre de 2000.

Les résidents américains ont fait 2,2 millions de voyages avec nuitées au cours du premier trimestre, en hausse de 6,0 % par rapport au premier trimestre de 2000. Il s'agit de la première augmentation d'une année à l'autre depuis le deuxième trimestre de 2000. Environ 600 000 touristes sont venus de pays d'outre-mer au premier trimestre, en hausse de 3,8 %. Il s'agit de la neuvième augmentation trimestrielle consécutive.

Les Canadiens ont déclaré un nombre record de 4,8 millions de voyages avec nuitées à l'extérieur du pays, soit le deuxième niveau le plus élevé enregistré pour un premier trimestre dans l'histoire de l'enquête. Le niveau le plus élevé pour un premier trimestre (5,0 millions de voyages) a été atteint en 1992. Un niveau record de Canadiens voyageant vers les pays d'outre-mer a contribué à la croissance globale (+4,0 %), alors que les voyages aux États-Unis ont chuté de 2,0 %.

Le nombre de voyageurs en vacances d'hiver au Canada fait un bond

Les résidents des États-Unis ont effectué près de 1,1 million de voyages de vacances avec nuitées au Canada de janvier à mars, en hausse de 16,8 % par rapport au premier trimestre de 2000. Il s'agit du niveau le plus élevé jamais atteint à ce titre pour un premier trimestre. Environ un demi-million de voyages étaient pour affaires, en légère hausse (+0,4 %) comparativement au premier trimestre de 2000. Les voyages pour visiter les amis ou les parents ont accusé un recul de 4,9 % pendant la même période.

Les centres de ski alpin deviennent de plus en plus populaires chez les voyageurs des États-Unis. Environ 400 000 voyages ou 18,0 % des voyages avec nuitées du premier trimestre incluaient le ski alpin ou la planche à neige comme activité.

Les Américains ont fait 1,3 million de voyages en automobile au Canada au premier trimestre, chiffre en hausse de 6,7 %, tandis que le nombre de voyages par avion s'est accru de 3,5 % pour atteindre 0,7 million.

Les voyageurs américains ont dépensé approximativement 1,1 milliard de dollars (en excluant

Note aux lecteurs

Le terme «tourisme» dans le présent communiqué fait référence aux voyages d'une nuit ou plus qui ont été effectués aux fins d'agrément, de vacances, de visite d'amis ou de parents, d'affaires ou de raison personnelle.

les frais de transport international) lors de leurs voyages avec nuitées au Canada au premier trimestre, en progression de 12,5 %. Les voyageurs ont dépensé en moyenne 482 \$ par voyage, en hausse de 6,1 % par rapport à 2000.

L'Ontario enregistre la plus forte augmentation de touristes américains

Les touristes américains ont fait plus d'un million de visites avec nuitées en Ontario au premier trimestre, en progression de 7,6 % par rapport au premier trimestre de 2000. Il s'agit de la plus importante augmentation enregistrée par une province ou une région à l'échelle du pays. La Colombie-Britannique a enregistré une hausse de 5,0 % ou de 619 000 visites, soit la deuxième augmentation en importance.

Pour ce qui est des cinq principaux États d'origine des touristes américains au Canada au premier trimestre, New York a connu la plus forte croissance en pourcentage (+23,8 %), suivi du Massachusetts (+15,9 %). D'autre part, le nombre de voyageurs en provenance de la Californie, le quatrième État d'origine des touristes au Canada en importance, a chuté de 13,0 %.

Voyages en provenance d'outre-mer: les marchés asiatiques stimulent la croissance

Le nombre de voyages avec nuitées en provenance des pays asiatiques a crû de 8,5 % pour se situer à 189 000 au premier trimestre. Les voyages en provenance du Japon, soit le deuxième plus important marché outre-mer du Canada, ont augmenté de 7,9 % pour se chiffrer à 68 000 voyages. D'autre part, les résidents européens ont effectué 1,6 % moins de voyages au Canada au cours du trimestre d'hiver. La plus grande part de ce recul était attribuable aux diminutions du nombre de voyageurs allemands (-7,7 %) et français (-8,3 %).

Les résidents en provenance de pays d'outre-mer ont dépensé 14,8 % de plus ou 0,8 milliard de dollars lors de leurs voyages d'une nuit ou plus au Canada au premier trimestre, comparativement au premier trimestre de 2000. Les dépenses moyennes ont progressé de 11,7 % pour atteindre 1 297 \$ par voyage.

Un important contingent de touristes en provenance de pays d'outre-mer ont visité les centres de ski

canadiens. Au premier trimestre, un quart des voyages en provenance de pays d'outre-mer comportaient le ski alpin ou la planche à neige comme activité. Cette proportion passe à 42,0 % lorsque seuls les voyages d'agrément ou de vacances sont choisis.

Les voyages des Canadiens aux États-Unis diminuent

Les Canadiens ont effectué 3,2 millions de voyages avec nuitées aux États-Unis au premier trimestre, en diminution de 2,0 % par rapport au premier trimestre de 2000. Il s'agit de la deuxième diminution trimestrielle consécutive d'une année à l'autre.

Parmi les dix principaux États visités par les Canadiens, seuls les États de New York, de la Virginie et de la Floride ont enregistré une hausse du nombre de voyageurs. Le nombre de visites que les Canadiens ont effectuées pour aller dans les casinos du Nevada a diminué de 20,9 %. La Pennsylvanie et la Caroline du Sud ont également enregistré des baisses de 10 % ou plus.

Les voyages d'agrément et de vacances ont constitué la principale raison des 1,7 million de voyages que les Canadiens ont effectués aux États-Unis au premier trimestre, en baisse de 2,1 % par rapport au premier trimestre de 2000. Les voyages d'affaires ont également diminué de 2,1 % pour se situer à 661 000. Les Canadiens ont effectué 3,8 % moins de voyages pour visiter des parents ou des amis au sud de la frontière pendant le premier trimestre.

Les Canadiens ont effectué 1,6 million de voyages aériens aux États-Unis au premier trimestre, en diminution de 1,8 % par rapport au premier trimestre de 2000. Les voyages en automobile au sud de la frontière ont diminué de 2,5 % pour atteindre 1,4 million.

Les Canadiens ont dépensé près de 2,7 milliards de dollars lors de leurs voyages avec nuitées aux États-Unis au premier trimestre, en hausse de 6,2 % par rapport au

premier trimestre de 2000. Les dépenses moyennes ont progressé de 8,3 % pour se situer à 843 \$ par voyage.

Nombre record de voyages outre-mer par les Canadiens

Les Canadiens ont effectué un nombre record de 1,7 million de voyages avec nuitées dans les pays d'outre-mer au premier trimestre, c'est-à-dire 17,6 % de plus qu'au premier trimestre de 2000.

Les visites avec nuitées que les Canadiens ont effectuées dans des destinations asiatiques ont fait un bond de 64,6 % pour atteindre 258 000 au premier trimestre, soit la plus importante augmentation du nombre de visites par les Canadiens pour une région donnée. Les destinations en Océanie ont suivi, enregistrant une hausse de 47,7 %. Les destinations soleil dans les Antilles ont attiré plus d'un demi-million de Canadiens pendant le trimestre d'hiver, un bond de 29,4 % par rapport au premier trimestre de 2000.

Les Canadiens ont dépensé près de 2,0 milliards de dollars pour des voyages outre-mer au premier trimestre, en hausse de 16,6 % par rapport au même trimestre de 2000. Les dépenses moyennes sont demeurées relativement stables à 1 200 \$ par voyage.

Le présent communiqué offre un bref aperçu des données de l'Enquête sur les voyages internationaux qui sont maintenant disponibles. On peut se procurer sur demande les tableaux, les différents profils statistiques et les fichiers de microdonnées traitant des caractéristiques des voyageurs internationaux pour le premier trimestre.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Jocelyn Lapierre au (613) 951-3720 ou avec le Service à la clientèle au (613) 951-7608, ou composez sans frais le 1 800 307-3382 (cult.tourstats@statcan.ca), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur: (613) 951-2909. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Ampoules électriques et tubes

Juillet 2001

En juillet, les fabricants d'ampoules électriques et de tubes en ont vendu 19,3 millions, en hausse de 4,3 % par rapport aux 18,5 millions d'ampoules électriques et de tubes vendus en juillet 2000.

Le total cumulatif des ventes de janvier à juillet se chiffrait à 198,0 millions d'ampoules électriques et de tubes, en baisse de 1,8 % comparativement aux 200,0 millions d'unités vendues durant la même période en 2000.

Le numéro de juillet 2001 de *Lampes électriques, ampoules et tubes*, vol. 30, n° 7 (43-009-XIB, 5 \$ / 47 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements 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 Gregory Sannes au (613) 951-7205 (sanngre@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Écoute de la radio

Automne 2000

Les données sur l'écoute de la radio de l'automne 2000 sont maintenant disponibles. Une analyse de ces données sera incluse dans le vol. 13, n° 2 du bulletin trimestriel *La culture en perspective* du Programme de la statistique culturelle qui sera publié en octobre.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Lotfi Chahdi au (613) 951-3136 (chahlot@statcan.ca), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur: (613) 951-2909. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Lampes électriques, ampoules et tubes, juillet 2001,
vol. 30, n^o 7
Numéro au catalogue: 43-009-XIB (5\$/47\$).

Les habitudes de dépenses au Canada, 1999
Numéro au catalogue: 62-202-XIF (34\$).

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:

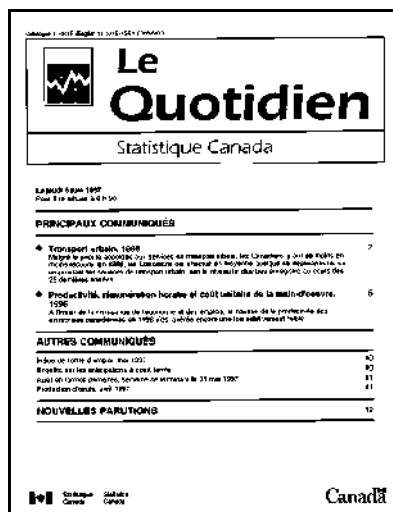
Ayez en main: • Titre • Numéro au catalogue • Numéro de volume • Numéro de l'édition • Numéro de VISA ou de MasterCard.

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* et *Publications payantes* (\$).

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de 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^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, julie.belanger@statcan.ca
Chef de la Diffusion officielle: Madeleine Simard (613) 951-1088, 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.