



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 21 septembre 2004

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Commerce de détail, juillet 2004** 3
Les ventes au détail ont affiché une troisième progression consécutive en juillet, augmentant de 0,5 % pour atteindre un niveau record de 28,9 milliards de dollars.
- **Étude : Innovation et croissance de la productivité, 1988 à 1997** 7
Selon un nouveau rapport de recherche, l'innovation est l'un des principaux facteurs qui contribuent à la croissance de la productivité du travail, à l'augmentation de la part de marché et à la survie des établissements canadiens de fabrication.

(suite à la page 2)

L'emploi et le revenu en perspective

Automne 2004

Le numéro de l'automne 2004 de *L'emploi et le revenu en perspective* comporte cinq articles. «Les immigrants sont-ils perdants?» traite des récents immigrants diplômés d'universités qui occupent un emploi en deçà de leur niveau de scolarité, «La transformation des dépenses de consommation» décrit l'évolution des dépenses de consommation au cours des 20 dernières années et leur effet sur le paysage économique et «Économiser en prévision des études postsecondaires» se penche sur les parents qui font des économies en prévision des études postsecondaires de leurs enfants. Quant à l'article intitulé «Le coût de l'habitation des personnes âgées», il examine le revenu et le patrimoine des personnes âgées propriétaires de leur résidence, et ce, dans le contexte des inquiétudes que suscite le fardeau des taxes foncières. Enfin, «Le mouvement syndical en transition» analyse les groupes de travailleurs et les secteurs économiques où le syndicalisme a évolué au cours des dernières décennies.

Tous ces articles ont déjà paru dans les numéros en ligne de *L'emploi et le revenu en perspective*. Figure aussi dans ce numéro la rubrique *Indicateurs clés de l'emploi et du revenu*, où l'on fait le point sur la syndicalisation et les jeux de hasard. Par ailleurs, «Quoi de neuf?» comporte un aperçu d'études réalisées récemment par Statistique Canada et d'autres institutions, et la rubrique «À venir» donne les sujets prévus pour les prochains numéros.

Le numéro de l'automne 2004 de *L'emploi et le revenu en perspective*, vol. 16, n° 3 (75-001-XP, 20 \$ / 63 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*. Pour en savoir davantage, communiquez avec Henry Pold au (613) 951-4608 (henry.pold@statcan.ca), Division de l'analyse des enquêtes auprès des ménages et sur le travail.



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

AUTRES COMMUNIQUÉS

Enquête sur l'industrie de l'environnement : secteur des entreprises, 2002	9
Acier en formes primaires, données hebdomadaires, semaine se terminant le 11 septembre 2004	10
Papier-toiture asphalté, août 2004	11

NOUVEAUX PRODUITS

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Commerce de détail

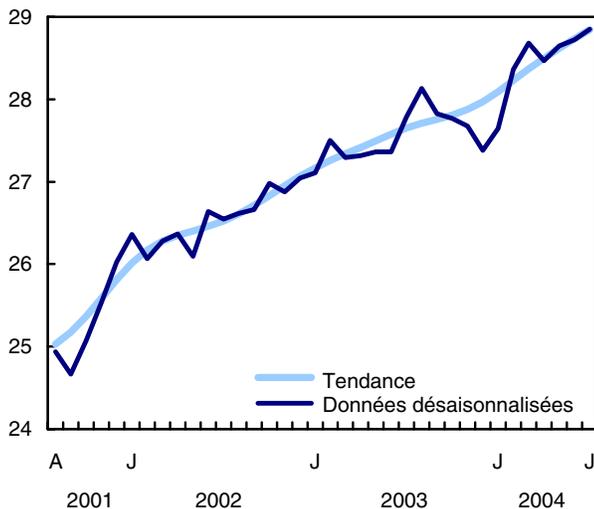
Juillet 2004

Les ventes au détail ont affiché une troisième progression consécutive en juillet, augmentant de 0,5 % pour atteindre un niveau record de 28,9 milliards de dollars. Cette dernière hausse fait suite à celles de 0,3 % enregistrée en juin et de 0,6 % observée en mai. En fait, la croissance de juillet représente le sixième gain mensuel au chapitre des ventes depuis le début de l'année, après une période de reculs successifs au cours des quatre derniers mois de 2003. Auparavant, les ventes au détail avaient enregistré une croissance généralisée depuis l'automne 2001.

Dans l'ensemble, la fluctuation des prix n'a eu aucune incidence sur la croissance des ventes au détail de juillet et de juin.

Les ventes au détail sont en hausse pour un troisième mois d'affilée

En milliards de dollars



En juillet, les consommateurs étaient de retour dans les magasins pour effectuer leurs achats dans plusieurs secteurs de la vente au détail, entraînant une importante hausse des ventes des magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques (+1,7 %), des magasins de marchandises diverses (+1,6 %), des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison (+1,6 %) et des magasins de vêtements et d'accessoires (+1,5 %).

Des augmentations plus faibles des ventes ont été observées chez les détaillants classés dans la catégorie des «secteurs divers» (+0,7 %) et dans les magasins d'alimentation et de boissons (+0,5 %) en juillet. Les détaillants classés dans la catégorie des «secteurs divers» comprennent les magasins d'articles de sport, de fournitures de bureau, de passe-temps, de musique et les librairies.

En juillet, les consommateurs ont réduit leurs dépenses de 1,5 % dans les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels, après un bond de 1,9 % enregistré au cours du mois précédent. Les ventes ont également diminué dans le secteur de l'automobile (-0,3 %), malgré le gain de 1,4 % enregistré par les concessionnaires d'automobiles neuves en juillet. Les faibles résultats affichés par l'ensemble du secteur de l'automobile étaient attribuables à une diminution de la valeur des ventes des stations-service (-2,9 %) (causée par une baisse des prix) et un recul des ventes chez les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces (-2,2 %).

Redressement des ventes dans plusieurs secteurs de la vente au détail

Les détaillants du secteur des meubles, des accessoires de maison et de l'électronique ont bénéficié d'une hausse des ventes de 1,7 % en juillet, après un repli de 1,3 % en juin. Dans ce secteur, tous les types de magasins ont affiché de fortes augmentations des ventes en juillet, allant de 1,3 % chez les détaillants d'appareils électroniques et d'électroménagers à 2,1 % chez les détaillants de meubles. Ce secteur avait connu une croissance négligeable des ventes depuis l'automne 2003, après une période de hausses marquées amorcée au début de cette même année.

La nouvelle croissance au chapitre des ventes affichée par le secteur des marchandises diverses (+1,6 %) en juillet provenait entièrement d'une augmentation des dépenses dans les grands magasins (+2,9 %). Ces derniers ont affiché des ventes plutôt faibles au cours des quatre mois précédents, après avoir connu d'importantes hausses des ventes au cours des deux premiers mois de 2004.

Après trois mois de résultats faibles ou à la baisse, les détaillants du secteur des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison ont profité d'un redressement de 1,6 % des ventes en juillet. Dans ce secteur, les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage ont connu une hausse appréciable de 3,9 % de leurs ventes, tandis que les centres de rénovation et les quincailleries ont

affiché une augmentation plus modeste (+0,8 %). Les ventes des centres de rénovation et des quincailleries sont demeurées exceptionnellement élevées jusqu'à maintenant en 2004, leur augmentation cumulative d'une année à l'autre atteignant 11,9 %.

Une réduction des prix a stimulé la demande des consommateurs dans les magasins de vêtements et d'accessoires. Les ventes de ce secteur ont progressé de 1,5 % en juillet, soit le plus important gain depuis 10 mois. Cette croissance fait suite à une période de trois mois de résultats à la baisse ou stagnants qui est en partie attribuable aux conditions météorologiques défavorables. Auparavant, les ventes de vêtements et d'accessoires avaient progressé depuis l'automne 2003, après être demeurées essentiellement inchangées pendant deux ans.

La Colombie-Britannique affiche la plus forte croissance des ventes au détail

Les détaillants de sept provinces ont rapporté une augmentation de leurs ventes en juillet, ceux de la Colombie-Britannique se classant au premier rang. En effet, les ventes ont bondi de 1,2 % dans cette province, affichant une sixième hausse mensuelle consécutive. Les ventes dans cette province augmentent rapidement depuis le début de 2004, après avoir connu des gains plus modestes au cours de l'année précédente.

En juillet, les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail étaient également élevées au Nouveau-Brunswick et en Alberta, affichant une progression de 0,8 % dans les deux provinces. Alors que la hausse au Nouveau-Brunswick est survenue après trois mois de baisses, les gains en Alberta n'ont fait que renforcer le niveau record des ventes atteint plus tôt cette année.

Indicateurs connexes pour août

En août, le total des emplois a peu changé pour un deuxième mois consécutif, après une période de croissance rapide observée au cours du deuxième trimestre de 2004 (+130 400 emplois). De juillet à août, les mises en chantier ont fait un bond de 10,5 %, atteignant le cinquième niveau le plus élevé des 15 dernières années. On estime que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en août fléchira de 1,3 % par rapport à juillet, selon les données provisoires de l'industrie de l'automobile.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 080-0014 à 080-0017 et 076-0005.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2406 et 2408.

Le numéro de juillet 2004 de la publication *Commerce de détail* (63-005-XIF, 18 \$ / 166 \$) paraîtra sous peu.

Les données d'août 2004 sur le commerce de détail seront diffusées le 21 octobre.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*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, Division de la statistique du commerce.

□

Ventes au détail

	Juillet 2003	Avril 2004 ^r	Mai 2004 ^r	Juin 2004 ^r	Juillet 2004 ^p	Juin à juillet 2004	Juillet 2003 à juillet 2004
données désaisonnalisées							
	en millions de dollars					var. en %	
Automobile	9 567	9 485	9 568	9 692	9 665	-0,3	1,0
Concessionnaires d'automobiles neuves	5 953	5 665	5 558	5 695	5 776	1,4	-3,0
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 237	1 235	1 202	1 212	1 185	-2,2	-4,2
Stations-service	2 377	2 585	2 808	2 785	2 703	-2,9	13,7
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	1 935	1 988	2 002	1 976	2 009	1,7	3,9
Magasins de meubles	674	704	705	676	690	2,1	2,5
Magasins d'accessoires de maison	327	365	364	368	374	1,8	14,4
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	169	147	153	147	149	1,8	-11,5
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	765	773	780	785	796	1,3	4,0
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 588	1 690	1 688	1 695	1 721	1,6	8,4
Centres de rénovation et quincailleries	1 206	1 310	1 321	1 296	1 307	0,8	8,4
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	383	381	368	399	414	3,9	8,2
Magasins d'alimentation et de boissons	6 465	6 636	6 810	6 757	6 791	0,5	5,0
Supermarchés	4 711	4 792	4 873	4 860	4 899	0,8	4,0
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	701	745	747	748	737	-1,5	5,1
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 053	1 099	1 190	1 149	1 155	0,5	9,7
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 788	1 869	1 878	1 914	1 886	-1,5	5,5
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 627	1 673	1 673	1 668	1 693	1,5	4,0
Magasins de vêtements	1 217	1 264	1 266	1 266	1 294	2,2	6,3
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	410	409	406	402	399	-0,7	-2,7
Magasins de marchandises diverses	3 348	3 555	3 494	3 470	3 524	1,6	5,3
Grands magasins	1 734	1 827	1 823	1 795	1 847	2,9	6,5
Autres magasins de marchandises diverses	1 614	1 729	1 671	1 675	1 677	0,1	3,9
Détaillants divers	1 467	1 572	1 535	1 550	1 562	0,7	6,5
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	722	733	708	730	737	1,0	2,1
Magasins de détail divers	745	839	827	821	825	0,5	10,7
Total des ventes au détail	27 785	28 469	28 648	28 722	28 852	0,5	3,8
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	20 595	21 569	21 889	21 816	21 890	0,3	6,3
Provinces et territoires							
Terre-Neuve-et-Labrador	480	461	471	466	461	-1,1	-4,0
Île-du-Prince-Édouard	115	118	116	115	110	-3,7	-4,2
Nouvelle-Écosse	839	847	860	866	853	-1,6	1,6
Nouveau-Brunswick	662	660	649	644	649	0,8	-1,9
Québec	6 285	6 403	6 484	6 526	6 560	0,5	4,4
Ontario	10 549	10 533	10 638	10 606	10 642	0,3	0,9
Manitoba	920	983	966	986	988	0,2	7,4
Saskatchewan	820	865	860	860	862	0,3	5,2
Alberta	3 353	3 613	3 609	3 637	3 665	0,8	9,3
Colombie-Britannique	3 664	3 890	3 899	3 918	3 964	1,2	8,2
Yukon	35	35	34	35	34	-1,1	-3,5
Territoires du Nord-Ouest	44	43	42	44	43	-2,1	-2,3
Nunavut	18	19	19	19	19	-3,5	3,6

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Ventes au détail

	Juillet 2003	Juin 2004 ^r	Juillet 2004 ^p	Juillet 2003 à juillet 2004
données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			var. en %
Automobile	10 677	11 199	10 710	0,3
Concessionnaires d'automobiles neuves	6 559	6 772	6 302	-3,9
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 491	1 492	1 393	-6,6
Stations-service	2 627	2 934	3 015	14,8
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	1 890	1 906	1 995	5,6
Magasins de meubles	728	718	759	4,3
Magasins d'accessoires de maison	329	367	376	14,2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	155	139	141	-9,2
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	678	682	719	6,1
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 944	2 232	2 095	7,8
Centres de rénovation et quincailleries	1 519	1 705	1 630	7,3
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	424	527	464	9,4
Magasins d'alimentation et de boissons	6 869	6 858	7 623	11,0
Supermarchés	4 882	4 905	5 351	9,6
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	780	791	842	7,9
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 207	1 162	1 431	18,5
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 764	1 901	1 864	5,7
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 493	1 617	1 604	7,5
Magasins de vêtements	1 100	1 215	1 216	10,5
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	392	402	388	-1,0
Magasins de marchandises diverses	3 371	3 595	3 609	7,1
Grands magasins	1 608	1 757	1 763	9,6
Autres magasins de marchandises diverses	1 763	1 839	1 846	4,7
Détaillants divers	1 427	1 512	1 525	6,8
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	684	678	707	3,3
Magasins de détail divers	743	834	818	10,1
Total des ventes au détail	29 435	30 820	31 025	5,4
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	21 385	22 555	23 330	9,1
Provinces et territoires				
Terre-Neuve-et-Labrador	537	510	525	-2,4
Île-du-Prince-Édouard	141	128	137	-3,0
Nouvelle-Écosse	911	945	944	3,6
Nouveau-Brunswick	718	706	713	-0,6
Québec	6 708	7 083	7 109	6,0
Ontario	11 071	11 401	11 315	2,2
Manitoba	972	1 056	1 068	9,9
Saskatchewan	874	917	932	6,6
Alberta	3 488	3 846	3 878	11,2
Colombie-Britannique	3 903	4 122	4 293	10,0
Yukon	43	40	42	-2,5
Territoires du Nord-Ouest	48	47	48	-0,8
Nunavut	19	20	20	3,5

^r Données révisées.

^p Données provisoires.



Étude : Innovation et croissance de la productivité

1988 à 1997

Une nouvelle étude montre que l'innovation est l'un des principaux facteurs qui contribuent à la croissance de la productivité du travail, à l'augmentation de la part de marché et à la survie des établissements canadiens de fabrication.

L'étude montre également que l'investissement en recherche et développement (R-D), les compétences et les activités d'innovation antérieures sont les trois principaux facteurs qui influent sur les résultats en matière d'innovation des entreprises canadiennes de fabrication.

L'étude porte sur les déterminants de l'innovation et le rôle de l'innovation dans la croissance de la productivité, l'évolution des parts de marché et la survie des établissements dans le secteur canadien de la fabrication.

La productivité, mesurée par la production par heure travaillée, s'accroît lorsque la production augmente plus rapidement que le nombre d'heures travaillées. La croissance de la productivité est le principal déterminant de la prospérité et de la hausse du niveau de vie à long terme.

Différence entre l'effet de l'innovation de procédé et de l'innovation de produit

L'innovation de produit et l'innovation de procédé ont des effets différents sur le rendement ainsi que sur la survie des établissements.

L'innovation de procédé importe plus que l'innovation de produit pour la croissance de la productivité du travail. On constate que, durant la période de 1993 à 1997, les établissements qui innoveraient en matière de procédés ont eu un taux annuel de croissance de la productivité de 3,6 points de pourcentage supérieur à celui des établissements qui n'innoveraient pas en matière de procédés.

En revanche, l'innovation de produit a un effet positif mais statistiquement non significatif sur la croissance de la productivité du travail. Cette conclusion est conforme à l'hypothèse selon laquelle les nouveaux produits ont tendance à perturber les processus de production établis de sorte qu'il est peu probable que la croissance de la productivité s'accélère sensiblement.

L'innovation de procédé est associée à des taux de survie plus élevés des établissements tandis que l'innovation de produit est associée à des taux de survie plus faibles. Les entreprises qui ont lancé des innovations de procédé durant la période de 1989 à 1991 ont affiché durant la période subséquente de 1993 à 1997 des taux de survie

Note aux lecteurs

Le présent communiqué est fondé sur un document de recherche intitulé «Innovation, survie et rendement des établissements canadiens de fabrication», qui paraît aujourd'hui.

On y examine les facteurs qui influent sur les résultats en matière d'innovation et le rôle de l'innovation dans la croissance de la productivité, la variation des parts de marché et la survie des établissements canadiens de fabrication.

Les données sur lesquelles se fonde l'analyse proviennent de deux sources de microdonnées, soit l'Enquête sur les innovations et les technologies de pointe (EITP) et un fichier longitudinal construit à partir des données de l'Enquête annuelle des manufactures (EAM). L'EITP a été menée en 1993 et fournit un riche ensemble de mesures de l'innovation et des facteurs qui influent sur les résultats en matière d'innovation. Le fichier longitudinal de l'EAM fournit des renseignements sur la croissance de la productivité, la variation des parts de marché et la survie des entreprises.

de 6 points de pourcentage supérieurs à ceux des entreprises qui n'ont pas lancé d'innovations de procédé durant cette période. En revanche, le taux de survie moyen des établissements qui ont lancé de nouveaux produits est plus faible que celui des établissements qui n'ont pas lancé de nouveaux produits.

Cela laisse supposer que ces différents types d'établissements innovateurs en sont à des étapes différentes du cycle de vie du produit. L'innovation de produit domine aux étapes initiales du cycle de vie, lorsque le roulement est élevé, tandis que l'innovation de procédé a lieu plus tard, lorsque le jeu des forces sur le marché a entraîné un certain nombre de sorties et que, pour soutenir la concurrence, il s'agit moins d'offrir des produits ayant des caractéristiques uniques que d'offrir des prix avantageux, puisque les produits sont devenus plus homogènes.

Le résultat selon lequel l'innovation de procédé importe sur la plan de la croissance de la productivité confirme les résultats d'autres études de recherche qui révèlent un lien entre l'utilisation de technologies et une croissance plus rapide de la productivité. Ces technologies comprennent les robots, les cellules de fabrication de pointe, la régulation automatisée des procédés et de nombreuses autres technologies de pointe semblables qui toutes font partie intégrante des nouveaux procédés.

Bon nombre de ces technologies de pointe ont été adoptées concurrentiellement avec l'introduction de nouveaux procédés. Ensemble, les résultats de la présente étude et ceux de l'étude sur l'utilisation de technologies soulignent l'importance de l'innovation de procédé pour la croissance de la productivité.

Les auteurs constatent également que l'innovation est liée à la croissance de la part de marché en ce qu'elle a un effet positif sur la croissance de la productivité. Les établissements qui introduisent de

nouveaux procédés connaissent une croissance plus rapide de leur productivité qui se traduit par une augmentation de leur part de marché.

Trois principaux facteurs influent sur les résultats en matière d'innovation

L'étude montre que l'investissement en R-D, les compétences et les activités d'innovation antérieures sont les trois principaux facteurs qui influent sur les résultats en matière d'innovation des entreprises canadiennes de fabrication. L'investissement en R-D est un important déterminant de l'innovation. Le fait de faire de la R-D en permanence est étroitement lié à la plupart des types d'innovations mais davantage aux innovations tout à fait nouvelles qu'à celles qui le sont moins. Le lieu où l'activité de R-D est menée importe moins, c'est-à-dire que l'existence d'un service de R-D distinct est moins importante que le fait de faire de la R-D en permanence.

Les compétences technologiques des entreprises constituent le deuxième facteur qui influe sur les résultats en matière d'innovation. Les auteurs constatent que les entreprises qui accordent davantage d'importance à leurs stratégies technologiques sont plus innovatrices. Si l'engagement des entreprises à l'endroit de la R-D est important pour l'innovation, les compétences technologiques accumulées au fil du temps le sont tout autant.

Les activités d'innovation antérieures constituent le troisième facteur qui influe sur les résultats en matière d'innovation. L'utilisation des brevets et des secrets industriels associée à l'innovation antérieure est un prédicteur puissant d'innovation.

Les entreprises qui ont recours aux brevets ou aux secrets industriels pour protéger leur propriété intellectuelle dans le passé ont des taux d'innovation de 23 points de pourcentage plus élevés que ceux des entreprises qui n'ont pas de droits de propriété intellectuelle. L'écart est de 23 points de pourcentage pour les innovations de procédés, de 18 points de pourcentage pour les innovations de produits, de 2 points de pourcentage pour les innovations qui constituent une première mondiale et de 15 points de pourcentage pour les innovations qui ne constituent pas une première mondiale.

Différence entre les résultats en matière d'innovation selon la taille de l'entreprise et la propriété de l'entreprise

Il s'avère que la taille de l'entreprise est plus étroitement liée à l'innovation de procédé qu'à

l'innovation de produit. Les auteurs en arrivent à la conclusion que les grandes entreprises ont des taux d'innovation de procédé de 14 points de pourcentage supérieurs à ceux des petites entreprises. Cependant, il n'y a pas d'écart entre leurs taux d'innovation de produit. Les grandes entreprises sont plus susceptibles de se trouver à l'étape du cycle de vie où l'innovation de procédé importe tant pour leur survie que pour leur maintien.

Bien que la plupart des sorties du marché soient celles de petits établissements, l'absence d'innovation aboutit à la fermeture même de grands établissements. Enfin, il convient de souligner que, dans le cas des grands établissements, l'innovation a tendance à contrebalancer la dynamique inexorable du déclin. Les grands établissements ont un taux de productivité plus élevé et les établissements dont la productivité est plus élevée ont tendance à connaître une baisse de la productivité relative comparativement aux petits établissements. L'innovation de procédé peut réduire l'ampleur de cette baisse.

En outre, les taux d'innovation des entreprises sous contrôle étranger sont d'environ 10 points de pourcentage plus élevés que ceux de leurs homologues sous contrôle canadien. Les taux d'innovation plus élevés des établissements sous contrôle étranger sont tributaires de leur taille plus grande, de leurs taux plus élevés de participation aux marchés d'exportation, de leurs compétences technologiques et de leurs activités d'innovation antérieures. Après correction pour tenir compte de l'effet de ces caractéristiques des entreprises, on observe que la nationalité d'une entreprise n'est pas associée significativement à l'innovation.

Le document de recherche intitulé *Innovation, survie et rendement des établissements canadiens de fabrication*, n° 22 (11F0027MIF2004022, gratuit) est maintenant accessible en ligne. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Comptes nationaux*.

Des renseignements additionnels concernant des documents connexes qui portent sur l'innovation et la productivité sont disponibles dans notre site de l'analyse économique (<http://www.statcan.ca/francais/studies/eaupdate/>).

Pour plus de renseignements, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec John Baldwin au (613) 951-8588, Division de l'analyse microéconomique. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Enquête sur l'industrie de l'environnement : secteur des entreprises

2002 (données révisées)

En 2002, l'industrie de l'environnement au Canada a tiré des revenus de 15,8 milliards de dollars des biens et des services environnementaux, ainsi que de projets de construction liés à l'environnement, en hausse de 8 % par rapport à 2000.

L'industrie de l'environnement, qui recoupe les classifications conventionnelles des industries, est constituée d'entreprises qui produisent des biens et des services qui sont utilisés pour évaluer, prévenir, limiter ou corriger les dommages environnementaux qui touchent l'eau, l'air et le sol. Le nombre d'entreprises de l'industrie a augmenté, étant passé de 7 493 en 2000 à 7 967 en 2002. Cette hausse est principalement attribuable à la croissance du secteur des services de conseils en environnement, où le nombre d'entreprises est passé de 993 à 1 510 au cours de la période. Les entreprises qui vendent des technologies éco-efficientes, qui permettent de diminuer l'utilisation de matériaux, de récupérer des sous-produits utiles et de réduire la consommation d'énergie, continuent de se développer à un rythme plus rapide que la moyenne observée dans l'industrie.

Les revenus tirés des services environnementaux ont atteint 7 milliards de dollars, soit 44 % du total des revenus liés à l'environnement. Une proportion importante de ces revenus (5,1 milliards de dollars en 2002), comme pour les années précédentes, étaient attribuables aux services de gestion des déchets et d'assainissement. La hausse de 27 % des ventes de services environnementaux, entre 2000 et 2002, était prévisible, compte tenu de l'augmentation de la quantité de déchets produits par les entreprises et les ménages canadiens; des dépenses plus élevées au chapitre de la remise en état et du déclassement du secteur de l'extraction minière, de l'extraction de pétrole et de gaz et de la fabrication de produits du pétrole et du charbon; et des diverses initiatives gouvernementales concernant la friche industrielle au cours de la période. Les activités environnementales liées aux services de génie-conseil et aux services d'analyse (638 millions de dollars), ainsi qu'aux services de gestion de l'eau et des eaux usées (470 millions de dollars) ont aussi contribué de façon significative au total des revenus tirés des services environnementaux pendant l'année.

Les revenus provenant de la vente de biens environnementaux ont totalisé 6,6 milliards de dollars

en 2002. Presque la moitié de ce montant est le résultat de la vente de matières recyclables (3,3 milliards de dollars), dont certaines ont été recueillies dans le cadre des programmes municipaux de recyclage. Une somme additionnelle de 1,2 milliard de dollars a été tirée de la vente de systèmes, de matériel et de fournitures pour l'approvisionnement en eau et la conservation de l'eau, ainsi que la gestion des eaux usées et le traitement des eaux d'égout.

L'industrie de l'environnement a tiré des revenus de 2,2 milliards de dollars d'une gamme variée de projets de construction liés à l'environnement. Les projets de construction des usines de traitement d'eau et des eaux usées ont généré des revenus de 118 millions de dollars. En comparaison, l'industrie a tiré des revenus de 2 millions de dollars des installations de production d'énergie renouvelable.

Les établissements de petite et de moyenne tailles ont continué de prédominer dans l'industrie canadienne de l'environnement en 2002. Les petits établissements, soit ceux qui ont moins de 100 employés, ont représenté 93 % de tous les établissements de l'industrie et ont été à l'origine de 54 % de l'ensemble des revenus. Le nombre total de travailleurs des entreprises ayant déclaré des activités liées à l'environnement a atteint le chiffre de 159 720 en 2002. Ce total comprend tous les travailleurs ayant exercé des activités environnementales et non environnementales.

Les marchés d'exportation ont été à la source de 9 % des revenus environnementaux au cours de la période. La plupart des exportations environnementales, totalisant 1,4 milliard de dollars, étaient des exportations destinées aux États-Unis (1,1 milliard de dollars), à l'Europe (121 millions de dollars) et à l'Asie (113 millions de dollars). Les exportations principales étaient les biens et les services reliés aux déchets et à l'assainissement (405 millions de dollars), à l'air (343 millions de dollars) et à l'eau (212 millions de dollars).

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 1209.

Le rapport *Industrie de l'environnement : secteur des entreprises, 2002* (16F0008XIF, gratuit) est maintenant accessible en ligne. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Environnement*.

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

(613) 951-0344 ou avec l'agent d'information au (613) 951 0297 (*environ@statcan.ca*), Division des comptes et de la statistique de l'environnement.

Revenus environnementaux 2002

	millions de dollars
Biens environnementaux	6 647,3
Eau	1 219,0
Air	542,7
Déchets	669,5
Technologies visant à réduire les émissions de gaz à effet de serre	364,3
Analytique	221,5
Matières recyclables	3 313,8
Tous les autres biens environnementaux	316,7
Services environnementaux	6 996,7
Eau	470,2
Air	79,4
Déchets et assainissement et traitement des sols, de l'eau de surface, de l'eau de mer et des eaux souterraines	5 070,8
Recherche et développement	50,1
Énergie renouvelable	82,9
Services de génie-conseil et d'analyse	637,5
Systèmes de gestion environnementale	68,8
Consultation en gestion et services juridiques	402,8
Formation et éducation en matière d'environnement et information	28,3
Autres services environnementaux	105,9
Projets de construction liés à l'environnement	2 155,8
Eau	118,2
Air	82,2
Déchets	85,9
Énergie renouvelable	2,2
Autres projets de construction liés à l'environnement (projets de construction non spécialisés)	1 867,3
Canada	15 799,8

Note : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Acier en formes primaires, données hebdomadaires

Semaine se terminant le 11 septembre 2004 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 11 septembre a atteint 283 650 tonnes métriques, en baisse de 11,8 % par rapport à la production de 321 441 tonnes de la semaine précédente et de 3,6 % comparativement à la production de 294 177 tonnes de la semaine correspondante en 2003.

Le total cumulatif au 11 septembre s'est établi à 11 239 634 tonnes, en hausse de 3,1 %

comparativement aux 10 904 609 tonnes produites au cours de la même période en 2003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2131.

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

Papier-toiture asphalté

Août 2004

Il est maintenant possible de connaître les données sur le papier-toiture asphalté pour août.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0006.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2123.

Le numéro d'août 2004 de *Papier-toiture asphalté*, vol. 56, n° 8 (45-001-XIB, 6 \$ / 51 \$) est maintenant en vente. 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 l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (manufact@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Infomat, revue hebdomadaire, 21 Septembre 2004
Numéro au catalogue : **11-002-XWF** (100 \$).

Série de documents de recherche sur l'analyse économique : Innovation, survie et rendement des établissements canadiens de fabrication, n° 22
Numéro au catalogue : **11F0027MIF2004022**
(gratuit).

Industrie de l'environnement : secteur des entreprises, 2002
Numéro au catalogue : **16F0008XIF**
(gratuit).

Papier-toiture asphalté, août 2004, vol. 56, n° 8
Numéro au catalogue : **45-001-XIB** (6 \$/51 \$).

Commerce de gros, juillet 2004, vol. 67, n° 7
Numéro au catalogue : **63-008-XIF** (15 \$/150 \$).

L'emploi et le revenu en perspective, automne 2004, vol. 16, n° 3
Numéro au catalogue : **75-001-XPF** (20 \$/63 \$).

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 : -XWF, -XIB ou -XIF représentent la version électronique offerte sur Internet, -XMB ou -XMF, la version microfiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB ou -XDF, la version électronique sur disquette et -XCB ou -XCF, la version électronique sur CD-ROM.

Pour commander les produits

Pour commander par téléphone, ayez en main :

- Le titre
- Le numéro au catalogue
- Le numéro de volume
- Le numéro de l'édition
- Votre numéro de carte de crédit.

Au Canada et aux États-Unis, composez le : **1 800 267-6677**

Pour les autres pays, composez le : **1 613 951-7277**

Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le : **1 877 287-4369**

Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte, composez le : **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 : infostats@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

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

Catalogue 11-001-XIF (septembre 2004) 11-001-XIF(200409)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 9 juin 1997
Nouvelles de 8 h à 11 h 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'industrie et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 fut considérablement plus faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipatifs à court terme 10
- Autorité de la concurrence, rapport de l'inspecteur général du 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 11-001-XIF.

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 lstproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2004. 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 11-001-XIF au catalogue, date et numéros de page.