



# Le Quotidien

## Statistique Canada

**Le jeudi 23 septembre 2004**

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

---

### COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

---

- **Achats en ligne : magasinage des ménages sur Internet, 2003** 2  
 En 2003, les Canadiens ont acheté un peu de tout sur Internet, des billets d'avion aux livres. Ils ont consacré à ces achats un peu plus de 3,0 milliards de dollars, en hausse de 25 % par rapport à l'année précédente.

---

### AUTRES COMMUNIQUÉS

---

Conditions économiques actuelles	5
Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes, 2002	5
Fer et acier primaire, juillet 2004	6
Scieries et ateliers de rabotage, juin 2004	6

---

### NOUVEAUX PRODUITS

---

#### **L'observateur économique canadien**

Septembre 2004

Le numéro de septembre 2004 de la publication vedette de Statistique Canada portant sur les statistiques économiques, *L'observateur économique canadien*, analyse les conditions économiques actuelles, comprend un sommaire des principaux événements économiques du mois d'août et présente une étude spéciale ayant pour titre «Importations du Canada par pays». Un aperçu statistique séparé fournit également une gamme étendue de tableaux et de graphiques contenant les principaux indicateurs économiques du Canada, des provinces et des grands pays industrialisés.

Le numéro de septembre 2004 de *L'observateur économique canadien*, vol. 17, n° 9 (11-010-XIB, 19 \$ / 182 \$; 11-010-XPB, 25 \$ / 243 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Vous pouvez visiter la page de *L'observateur économique canadien* dans notre site Web. À partir de la page *Le Canada en statistiques*, choisissez *Conjoncture économique* et sur cette page, vous trouverez la publicité de *L'observateur économique canadien*. Pour plus de renseignements, communiquez avec Philip Cross au (613) 951-9162 ([oc@statcan.ca](mailto:oc@statcan.ca)), Groupe de l'analyse de conjoncture.



## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

### Achats en ligne : magasinage des ménages sur Internet

2003

En 2003, les Canadiens ont acheté un peu de tout sur Internet, des billets d'avion aux livres. Ils ont consacré à ces achats un peu plus de 3,0 milliards de dollars selon l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM).

Environ 3,2 millions de ménages canadiens ont participé activement au commerce en ligne en 2003, en hausse par rapport à 2,8 millions l'année précédente. Ces ménages se sont branchés à Internet à partir de divers endroits, plutôt qu'uniquement de leur domicile. En tout, ils ont passé 21,1 millions de commandes, en hausse par rapport à 16,6 millions l'année précédente.

Les 3,0 milliards de dollars de commandes passées sur Internet représentent une augmentation de 25 % par rapport aux 2,4 milliards de dollars dépensés en ligne en 2002. Ce taux de croissance dépasse de loin l'augmentation de 5 % du nombre de ménages qui ont utilisé Internet à partir de divers endroits en 2003.

Le total des dépenses imputables au commerce électronique ne constitue qu'une fraction des 688 milliards de dollars de dépenses personnelles faites au Canada l'année dernière. Néanmoins, les nouvelles données confirment que les ménages recourent de plus en plus à Internet pour l'achat de biens auprès de fournisseurs canadiens ou étrangers.

Entre 2001 et 2003, les volets «achats en ligne» de l'EUIM ont été remaniés afin de tenir compte des achats sur Internet des ménages qui utilisent régulièrement Internet à partir de divers endroits uniquement pour les besoins du ménage.

Antérieurement, les données sur les achats en ligne des ménages étaient recueillies uniquement si le magasinage sur Internet avait lieu au domicile. Ce remaniement donne lieu à une discontinuité dans les séries chronologiques.

#### Le tiers des achats en ligne sont faits sur des sites Web étrangers

L'année qui a précédé l'enquête, pour chaque tranche de 10 \$ consacrés par les ménages à des achats en ligne, 6,90 \$ ont été dépensés sur des sites Web canadiens. Cependant, les Canadiens ont dépensé sur des sites Web étrangers presque 1 milliard de dollars du montant qu'ils ont consacré aux achats en ligne.

#### Note aux lecteurs

Les données du présent rapport proviennent de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM) de 2003, selon laquelle ont été calculées les estimations sur l'utilisation d'Internet diffusées le 8 juillet. L'EUIM a été réalisée auprès d'un sous-échantillon de ménages participant à l'Enquête sur la population active (EPA).

Dans chaque ménage, une personne a répondu aux questions par procuration pour tous les autres membres. Dans environ 89 % des ménages ayant dit utiliser régulièrement Internet, la personne qui a répondu au questionnaire était l'un des membres qui utilisaient régulièrement Internet à partir de divers endroits.

Étaient exclus les résidents du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut, les personnes qui vivent dans des réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces armées canadiennes et les détenus.

En 2003, 34 674 ménages satisfaisaient aux critères pour participer à l'EUIM. De ceux-ci, 23 113 ont été interviewés, ce qui donne un taux de réponse de 67 %. Les résultats ont été pondérés en fonction de l'ensemble des ménages, à l'exception de ceux exclus de l'enquête.

Les ménages considérés comme des utilisateurs réguliers sont ceux qui ont répondu par l'affirmative à la question : «Au cours d'un mois habituel, est-ce qu'un membre de votre ménage utilise Internet (incluez tous les endroits)?».

Contrairement à l'EPA, pour laquelle les données sont recueillies individuellement auprès de chaque membre admissible du ménage, l'EUIM vise à recueillir des données sur l'ensemble du ménage. Un membre désigné du ménage dresse la liste des caractéristiques des achats en ligne faits par tous les membres du ménage au cours des 12 mois précédents.

L'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages ne sera pas réalisée pour l'année de référence 2004 et devrait être remplacée par une enquête de niveau individuel pour 2005.

Il s'agit là d'une augmentation de 6 % par rapport à l'année précédente, progrès nettement moins important que la croissance de 27 % des commandes passées à l'étranger de 2001 à 2002. En revanche, le nombre de commandes venant de l'étranger a fait un bond de 27 %.

Durant l'année, environ 4,9 millions de ménages (40 % du total) ont magasiné sur Internet. Autrement dit, au moins un de leurs membres s'est servi d'Internet pour appuyer ses décisions d'achat, en faisant du lèche-vitrines ou en passant des commandes en ligne.

De ces 4,9 millions de ménages, environ 3,2 millions (65 %), ne se sont pas limités à du lèche-vitrines et ont passé des commandes en ligne. Plus de 5 millions sur 6 ont réglé le montant de leurs achats en ligne, en hausse de 52 % par rapport à 2001.

Environ 1,7 million de ménages ont dit avoir fait uniquement du lèche-vitrines sur Internet, soit à peu

près le même nombre qu'en 2001. Ce groupe, qui représentait 14 % de l'ensemble des ménages, a consulté des catalogues en ligne pour faciliter ses décisions d'achat, sans toutefois passer de commandes ni effectuer d'achats en ligne.

Parmi ces ménages qui ont fait du lèche-vitrines, presque la moitié ont déclaré avoir fait plus tard des achats directement auprès de fournisseurs, ce qui indique que les catalogues en ligne représentent un bon moyen d'attirer les clients dans le magasin ou d'obtenir des commandes par téléphone.

### **Les réticences persistent, mais l'utilisation des cartes de crédit augmente**

En 2003, le nombre de ménages canadiens ayant effectué un paiement en ligne pour des biens ou des services a augmenté. Paradoxalement, alors qu'ils s'inquiétaient des problèmes de sécurité sur Internet, un grand nombre d'acheteurs étaient néanmoins disposés à utiliser leur carte de crédit en ligne.

Plus des trois quarts des 2,7 millions de ménage qui ont fait des paiements en ligne ont indiqué qu'ils étaient préoccupés, ou très préoccupés, par la sécurité des transactions financières effectuées sur Internet.

En fait, la proportion de ménages faisant du magasinage sur Internet qui payent leurs commandes en ligne est passée de 79 % en 2001 à 85 % l'année dernière, ce qui a accéléré la croissance du nombre de commandes réglées en ligne.

### **Les livres et les magazines demeurent les achats les plus fréquents**

En 2003, les imprimés, comme les livres, les magazines et les journaux, représentaient encore les achats en ligne les plus fréquents. Environ 30 % des ménages qui ont fait des achats en ligne ont déclaré avoir acheté ce genre d'articles.

Cependant, les consommateurs se servent de plus en plus souvent d'Internet pour préparer des voyages. En 2003, 22 % de ménages ont déclaré avoir fait des préparatifs de voyage sur Internet, en hausse par rapport à la proportion de 18 % enregistrée l'année précédente.

Les croissances les plus importantes du nombre de ménages achetant des biens sur Internet ont été celles

observées pour les produits électroniques de grande consommation (+86 %) et pour les bandes vidéo et les DVD (+68 %). Le nombre de ménages qui commandent de la musique en ligne a augmenté de 36 %, tandis que celui des ménages qui téléchargent gratuitement de la musique a diminué.

En ce qui concerne les catégories de biens, la croissance la plus importante du nombre de ménages ayant fait du lèche-vitrines est celle observée pour les produits de santé, les produits de beauté et les vitamines, les produits électroniques de grande consommation, les vêtements, les bijoux et les accessoires, ainsi que les articles et les appareils ménagers.

### **Produits numériques**

Un groupe de biens et de services achetés sur Internet par les ménages canadiens à des fins personnelles, non commerciales, appartient à la catégorie des «produits numériques».

Ce groupe comprend les produits achetés en ligne qui sont livrés sous forme numérique de l'ordinateur du fournisseur à celui de l'acheteur. En 2003, à peu près 20 % des ménages qui magasinent sur Internet ont acheté des produits numériques, en hausse par rapport à 16 % l'année précédente.

En moyenne, ces ménages ont consacré 180 \$ à l'achat de produits de cette catégorie, qui comprenait principalement des logiciels, des permis d'utilisation de logiciels et de la musique.

En 2003, les ménages canadiens ont dépensé environ 113 millions de dollars en produits numériques, soit presque le double de l'année précédente. Plus de la moitié de cette somme est allée à des fournisseurs étrangers.

### **L'accès à haute vitesse à Internet à la maison ouvre la porte aux achats en ligne**

Les ménages dotés d'une connexion à haute vitesse sont plus susceptibles que les autres de faire du magasinage sur Internet. Plus de sept ménages faisant du magasinage sur Internet sur dix ont ce genre de connexion.

**Vitesse de connexion des ménages, selon la région 2003**

	Proportion des ménages qui utilisent Internet régulièrement de la maison	Haute vitesse de la maison	Basse vitesse de la maison
Provinces de l'Atlantique	47 %	56 %	44 %
Québec	45 %	59 %	41 %
Ontario	60 %	62 %	38 %
Manitoba et Saskatchewan	52 %	70 %	30 %
Alberta	58 %	74 %	26 %
Colombie-Britannique	62 %	77 %	23 %
<b>Total</b>	<b>54 %</b>	<b>65 %</b>	<b>35 %</b>

**Vitesse d'accès à Internet des ménages qui font des achats en ligne, selon la région 2003**

	Proportion des ménages qui font des achats en ligne de la maison	Haute vitesse de la maison	Basse vitesse de la maison
Provinces de l'Atlantique	49 %	65 %	35 %
Québec	39 %	68 %	32 %
Ontario	49 %	69 %	31 %
Manitoba et Saskatchewan	49 %	76 %	24 %
Alberta	50 %	80 %	20 %
Colombie-Britannique	50 %	80 %	20 %
<b>Total</b>	<b>47 %</b>	<b>72 %</b>	<b>28 %</b>

Parmi les ménages qui paient en ligne pour leurs achats, 73 % étaient raccordés à Internet à la maison au moyen d'une connexion à haute vitesse.

Les ménages des provinces situées à l'ouest de l'Ontario dotés d'une connexion à haute vitesse sont un peu plus susceptibles que la moyenne nationale d'acheter des biens de leur domicile.

**Les ménages de l'Ontario sont à l'origine de près de la moitié des achats en ligne**

En moyenne, en 2003, la dépense annuelle des ménages qui magasinent sur Internet a été de 956 \$, la valeur moyenne des commandes s'établissant à 144 \$. Les dépenses moyennes par ménage

et la valeur moyenne des commandes étaient supérieures à la moyenne nationale pour l'Alberta, la Colombie-Britannique et l'Ontario.

Les ménages de l'Ontario ont été à l'origine du tiers de la croissance des achats en ligne en 2003 et représentaient presque la moitié des 3,0 milliards de dollars consacrés à ces achats. Ils ont également passé 46 % des commandes faites en ligne. En Ontario, presque 30 % des dépenses visaient des fournisseurs étrangers.

L'Alberta est la province qui a enregistré la croissance la plus forte d'achats en ligne (+43 %), suivie par le Québec (+41 %) et les provinces atlantiques pas loin derrière (+36 %).

La Colombie-Britannique était le deuxième marché en importance au Canada pour le commerce électronique. Les ménages de cette province ont consacré plus d'un demi-milliard de dollars aux achats sur Internet, soit près de 17 % du total à l'échelle nationale.

**Données stockées dans CANSIM : tableaux 358-0018 à 358-0023.**

**Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4432.**

Des tableaux supplémentaires relatifs aux renseignements présentés dans cette série peuvent être consultés en ligne dans la publication *Utilisation de l'Internet au Canada* (56F0003XIF, gratuit).

Les données de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages de 2003, qui a été réalisée en janvier 2004 et qui portait sur la période allant de janvier à décembre 2003, sont maintenant disponibles sur CD-ROM (56M0002XCB, 2 140 \$). L'enquête fournit des renseignements sur l'utilisation d'Internet par les ménages des dix provinces du Canada. Il s'agit du septième fichier de microdonnées transversales diffusé dans la série qui a commencé avec l'Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison de 1997.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Claire Simard au (613) 951-2183 ([claire.simard@statcan.ca](mailto:claire.simard@statcan.ca)), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. Télécopieur : (613) 951-9920. ■

---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

### Conditions économiques actuelles

Le taux de croissance économique du Canada a augmenté pour atteindre 1,1 % au deuxième trimestre. Le Canada est le seul pays membre du Groupe des Sept à présenter un taux de plus de 1 %, les États-Unis, le Japon et l'Europe ayant tous observé un ralentissement économique, d'après une évaluation des conditions économiques actuelles qui paraît dans le numéro de septembre de *L'observateur économique canadien*.

L'emploi a plafonné au cours de l'été, des hausses ayant été observées dans les secteurs des ressources naturelles et de la construction et, en contrepois, des baisses ayant été enregistrées dans le secteur public.

Dans l'ensemble, les dépenses totales des ménages ont progressé à un rythme constant. La vigueur du marché de l'habitation a contrebalancé le ralentissement des dépenses de consommation.

Les prix ont été en progression accélérée d'avril à juin, mais le revenu disponible s'est élevé encore plus rapidement grâce à la création d'emplois et à de généreux remboursements d'impôt sur le revenu. Les dépenses de consommation ont ralenti, car la consommation d'énergie a fléchi et le temps frais a amorti les dépenses pour des vêtements. Les ménages ont plutôt emprunté moins et épargné plus.

L'excédent au compte courant a monté en flèche pour dépasser les 10 milliards de dollars. Il s'agit du deuxième niveau en importance jamais atteint. Le volume des exportations a alimenté l'augmentation, soutenu par la fermeté de l'économie mondiale. Les exportations vers la Chine ont augmenté de 75 % depuis l'an dernier.

À l'échelon régional, les exportations de ressources ont dominé les économies de l'Ouest en juin encore plus qu'ailleurs au pays.

La croissance par rapport à l'an dernier a été particulièrement vive en Alberta où elle a atteint 50 %. En terme du produit intérieur brut (PIB) total, ce montant correspond à un peu plus de 1 % du PIB de la province. L'énergie est arrivée en tête, ayant progressé de 1,4 milliard de dollars (+45%) et est en voie de dépasser un nouveau sommet.

Pour les exportations, le centre du pays n'est quand même pas en reste. Au Québec, les métaux sont arrivés en tête d'une croissance des exportations qui s'est accélérée pour se situer à un milliard (+20%) par rapport à il y a un an alors que plusieurs menaces de grève planaient dans cette industrie. La saignée qui a duré toute l'année dans le secteur des aéronefs a pris fin. La fabrication a donc enregistré une de ses meilleures croissances en plus de deux ans.

La croissance des exportations s'est diversifiée en Ontario. Alors que l'automobile avait dominé la croissance plus tôt dans l'année, elle n'a représenté qu'environ le tiers de la croissance en juin par rapport à l'année dernière. Les machines et l'équipement ont été à l'origine de près de 20 % de la croissance.

L'Ontario était cependant toujours la seule région du pays à maintenir une balance extérieure déficitaire avec l'étranger en raison notamment de son commerce avec la Chine et le Mexique.

### Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 1901 et 3701.

L'analyse détaillée des conditions économiques actuelles est offerte dans le numéro de septembre 2004 de *L'observateur économique canadien*, vol. 17, n° 9 (11-010-XIB, 19 \$ / 182 \$; 11-010-XPB, 25 \$ / 243 \$) qui est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Vous pouvez visiter la page de *L'observateur économique canadien* dans notre site Web. À partir de la page *Le Canada en statistiques*, choisissez *Conjoncture économique* et sur cette page, vous trouverez la publicité de *L'observateur économique canadien*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Philip Cross au (613) 951-9162 ([oec@statcan.ca](mailto:oec@statcan.ca)), Groupe de l'analyse de conjoncture. ■

### Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes 2002

La série des *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes (IPF), 2002* est maintenant en vente (trois volumes) en format CD-ROM. Cette série est une source de référence fiable des principaux ratios financiers pour de nombreuses branches d'activité au Canada.

Les IPF sont fondés sur des données à jour, fiables et exhaustives concernant les entreprises canadiennes; ces données sont tirées des bases de données de Statistique Canada sur les états financiers.

Le CD-ROM permet aux utilisateurs de comparer le rendement de leur entreprise à celui de leur branche d'activité en ce qui a trait à la rentabilité, au rendement et au risque d'entreprise. Les IPF peuvent aussi servir aux comparaisons entre branches d'activité. Ces ratios peuvent facilement être transférés dans les formats Excel et Lotus.

Le volume 1 porte sur les moyennes et les grandes entreprises constituées en sociétés des secteurs financiers et non financiers, à l'échelle nationale, dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 5 millions de dollars.

Le volume 2 porte sur les moyennes entreprises constituées en sociétés du secteur non financier, à l'échelle nationale, dont le chiffre d'affaires annuel se situe entre 5 millions et 25 millions de dollars.

Le volume 3 porte sur les petites entreprises constituées en sociétés du secteur non financier, aux échelles nationale, régionale, provinciale et territoriale, dont le chiffre d'affaires annuel se situe entre 30 000 \$ et 5 millions de dollars.

Ce CD-ROM offre des données pour trois années de référence (2000, 2001 et 2002). Il offre toute une gamme de ratios financiers et un bilan sous forme de pourcentages par secteur et par branche d'activité au Canada. Les estimations compilées sont basées sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 2002).

La publication *Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes* (61-224-XCB, tous les volumes, 1 045 \$; vol. 1, 2 et 3, échelon national, 590 \$; vol. 1, 240 \$; vol. 2, 240 \$; vol. 3, échelon national, 240 \$; vol. 3, province, territoire ou région, 240 \$ chacun) est maintenant en vente. Il est également possible d'obtenir des données personnalisées. Voir *Pour commander les produits*.

Pour obtenir des renseignements généraux ou pour commander des données, communiquez avec les Services conseils en composant sans frais le 1 800 263-1136 ou avec Louise Noël au (613) 951-2604 ([louise.noel@statcan.ca](mailto:louise.noel@statcan.ca)), Division de l'organisation et des finances de l'industrie.

Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Danielle Lafontaine-Sorgo au (613) 951-2634 ([danielle.lafontaine-sorgo@statcan.ca](mailto:danielle.lafontaine-sorgo@statcan.ca)) ou avec Haig McCarrell au (613) 951-5948 ([haig.mccarrell@statcan.ca](mailto:haig.mccarrell@statcan.ca)), Division de l'organisation et des finances de l'industrie. ■

## Fer et acier primaire

Juillet 2004

Il est maintenant possible de connaître les données de juillet sur le fer et l'acier primaire.

**Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0010.**

**Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2106, 2116 et 2184.**

Le numéro de juillet 2004 de *Fer et acier primaire*, vol. 59, n° 7 (41-001-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](mailto:manufact@statcan.ca)), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

## Scieries et ateliers de rabotage

Juin 2004

Il est maintenant possible de consulter les données de juin 2004 sur les scieries et les ateliers de rabotage. Les estimations mensuelles pour 2002, 2003 et celles de janvier à mai 2004 ont été révisées.

**Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0009.**

**Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2134 et 2135.**

Le numéro de juin 2004 de *Scieries et ateliers de rabotage*, vol. 58, n° 6 (35-003-XIB, 10 \$ / 93 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, 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)), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

## NOUVEAUX PRODUITS

**L'observateur économique canadien**,  
septembre 2004, vol. 17, n° 9  
Numéro au catalogue : **11-010-XIB** (19 \$/182 \$).

**L'observateur économique canadien**,  
septembre 2004, vol. 17, n° 9  
Numéro au catalogue : **11-010-XPB** (25 \$/243 \$).

**Système de codage pour les classifications des industries (SCCI)**, août 2004  
Numéro au catalogue : **12F0074XCB** (300 \$).

**Comptes nationaux des revenus et dépenses, estimations trimestrielles**, deuxième trimestre de 2004, vol. 52, n° 2  
Numéro au catalogue : **13-001-XIB** (36 \$/117 \$).

**Scieries et ateliers de rabotage**, juin 2004, vol. 58, n° 6  
Numéro au catalogue : **35-003-XIB** (10 \$/93 \$).

**Fer et acier primaire**, juillet 2004, vol. 59, n° 7  
Numéro au catalogue : **41-001-XIB** (6 \$/51 \$).

**Utilisation de l'Internet au Canada, 2003**  
Numéro au catalogue : **56F0003XIF**  
(gratuit).

**Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison - microdonnées à grande diffusion, 2003**  
Numéro au catalogue : **56M0002XCB** (2 140\$).

**Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes, 2002**  
Numéro au catalogue : **61-224-XCB**  
(prix variés).

**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.

Veillez 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](mailto:infostats@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://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 (Anglais) 11-010-150-03040413



# Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 8 juin 1997  
Pour être diffusé à 8 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 un voyage moyen de déplacement au travail sans 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 s'est avérée encore une fois relativement faible.

---



**AUTRES COMMUNIQUÉS**

- Indice des offres d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les équipements à court terme 10
- Aides en termes positifs, septembre terminant le 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

---

**NOUVELLES PARUTIONS** 12

---

## 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<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.

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.