



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 23 avril 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Indice des prix à la consommation, mars 2003**
L'augmentation sur 12 mois de l'Indice des prix à la consommation a ralenti pour se fixer à 4,3 % en mars, comparativement à 4,6 % en février, en grande partie en raison de l'affaiblissement de la hausse des prix de l'essence.

2
 - **Commerce de détail, février 2003**
En février, les ventes au détail ont crû de 1,5 % pour atteindre un sommet de 26,5 milliards de dollars, après avoir augmenté de 0,9 % en janvier.

6
-

AUTRES COMMUNIQUÉS

- | | |
|--|----|
| Enquête annuelle sur le secteur des services de publicité et des services connexes, 2001 | 10 |
| Enquête annuelle sur la location et la location à bail de matériel automobile, 2001 | 10 |
-

NOUVEAUX PRODUITS

CENTRES DE CONSULTATION RÉGIONAUX

Tableaux thématiques du Recensement de 2001, divers échelons géographiques

Il est maintenant possible de consulter des tableaux thématiques supplémentaires pour les thèmes «immigration et citoyenneté» et «portrait ethnoculturel du Canada» pour divers échelons géographiques.

Ces tableaux thématiques, dont les coûts varient selon l'échelon géographique, sont offerts en format Beyond 20/20 par l'entremise du centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

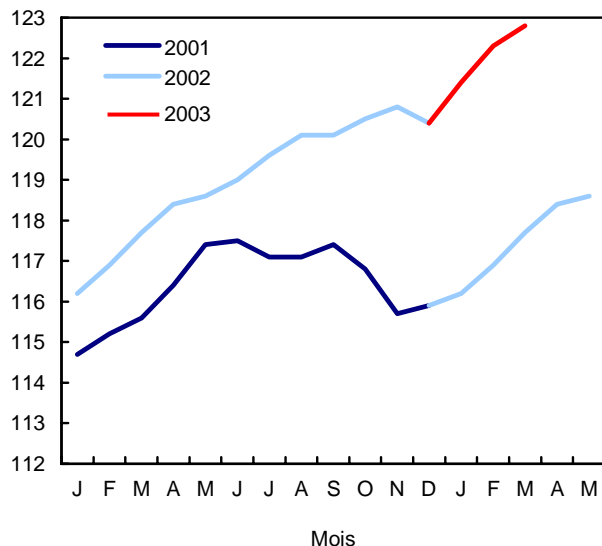
Indice des prix à la consommation

Mars 2003

De mars 2002 à mars 2003, l'Indice des prix à la consommation (IPC) a progressé de 4,3 %. Il s'agit d'une hausse plus faible que celle de 4,6 % enregistrée en février. Ce ralentissement s'explique en grande partie par un affaiblissement de la hausse des prix de l'essence. L'IPC sans l'énergie, qui avait augmenté de 3,4 % de février 2002 à février 2003, a aussi ralenti sa progression, ayant enregistré une hausse de 3,2 % en mars.

Indice d'ensemble

Indices (1992=100)



L'effet de base que l'on avait pu observer depuis octobre 2002, principalement à la suite de la chute des prix de l'essence en octobre et en novembre 2001, s'est estompé en mars. En effet, l'indice qui sert de comparaison pour le calcul de la variation sur 12 mois, soit celui de mars 2002, est retourné à un niveau comparable à celui précédant la chute de l'indice en octobre 2001. Le bond des prix de l'essence en mars 2002 a permis de réduire l'écart entre l'IPC de mars 2003 et celui de mars 2002.

Effet de base :

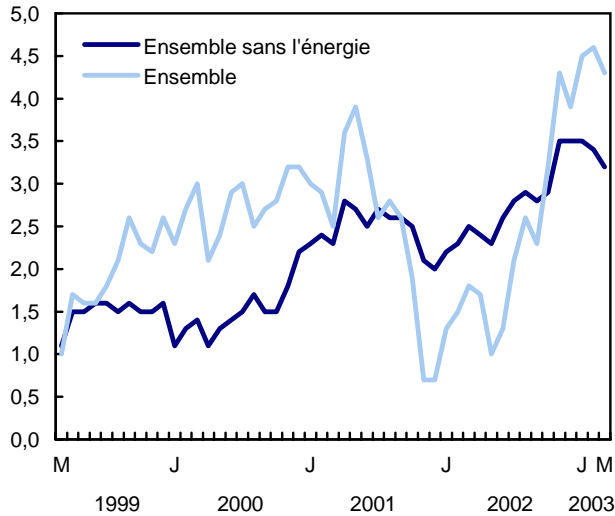
La variation sur 12 mois se calcule en comparant l'indice du mois courant à celui du même mois de l'année précédente. Dans le graphique sur l'Indice d'ensemble, la variation sur 12 mois est représentée par l'écart entre les deux courbes. La variation sur 12 mois peut donc augmenter d'un mois à l'autre du seul fait que la base servant de comparaison a diminué.

Plusieurs facteurs ont contribué à ralentir la hausse de l'IPC de 4,6 % en février à 4,3 % en mars. Le principal facteur est le ralentissement de la hausse des prix de l'essence dont la variation sur 12 mois est passée de 32,1 % en février à 22,1 % en mars. La contribution des voyages organisés à la progression de l'IPC s'est également affaiblie de façon notable. En effet, les prix de ce service avaient augmenté de 9,0 % de février 2002 à février 2003, alors qu'en mars 2003 ils n'étaient supérieurs que de 0,2 % à leur niveau de mars 2002. Dans le cas de l'électricité, on a observé une hausse de 2,0 % de février 2002 à février 2003, alors qu'en mars 2003 les prix de l'électricité étaient inférieurs de 0,8 % à ceux de mars 2002. Enfin, une baisse plus prononcée des prix de l'hébergement pour voyageurs est aussi au nombre des facteurs ayant ralenti l'augmentation sur 12 mois de l'IPC en mars. D'ailleurs, la variation sur 12 mois de cet indice est négative depuis juin 2001.

Par contre, deux facteurs principaux ont quelque peu mitigé l'effet de ces ralentissements. Il s'agit des prix du gaz naturel qui ont enregistré une hausse de 23,5 % en mars alors qu'ils n'ont augmenté que de 6,8 % en février, et de ceux du mazout dont la variation sur 12 mois est passée de 47,8 % en février à 62,1 % en mars. L'indice du gaz naturel a augmenté de février à mars 2003, mais l'explication principale de l'accélération de la variation sur 12 mois reste la chute de cet indice en mars 2002 qui augmente l'écart par rapport à mars 2003. En mars 2002, la vente d'un champ de gaz naturel avait fait chuter l'indice à la suite de la remise d'une partie des recettes aux consommateurs du nord de l'Alberta. Par contre, dans le cas du mazout c'est principalement l'augmentation de 12,4 % de février à mars 2003 qui a fait augmenter de façon sensible la contribution du mazout à la progression sur 12 mois de l'IPC.

Taux de variation par rapport au mois correspondant de l'année précédente

Taux de variation en %



Ralentissement de la variation mensuelle en mars

L'IPC s'est accru de 0,4 % de février à mars 2003, ce qui constitue une augmentation moindre que les hausses de 0,8 % de janvier et de 0,7 % de février. Les principaux facteurs à l'origine de la progression en mars ont été l'accroissement des prix du gaz naturel et du mazout. La hausse des prix de l'essence et des vêtements pour femmes, ainsi que l'augmentation du coût de remplacement par le propriétaire et du coût d'intérêt hypothécaire ont aussi exercé un effet d'entraînement à la hausse sur l'IPC d'ensemble. Par ailleurs, la progression de l'IPC a été ralentie principalement par la diminution des prix de l'hébergement pour voyageurs.

Les prix du gaz naturel ont affiché une augmentation mensuelle de 7,2 % de février à mars. La pression à la hausse sur l'indice est venue presque uniquement d'une augmentation de 24,5 % des prix en Alberta. La hausse des coûts de recouvrement et l'élimination du crédit de 15 \$ qui était accordé aux clients du sud de l'Alberta en février expliquent cette progression de l'indice du gaz naturel.

Pour un troisième mois consécutif, l'indice du mazout a augmenté. La hausse mensuelle de 12,4 % observée en mars 2003 était légèrement supérieure aux hausses enregistrées en février (+11,9 %) et en janvier (+9,4 %), et est dans une large mesure attribuable à

l'augmentation des prix de gros. Les indices de toutes les provinces ont progressé.

Après s'être accru de 6,2 % en janvier et de 7,0 % en février, l'indice des prix de l'essence a augmenté de seulement 0,9 % en mars. Des hausses ont été observées dans certaines provinces comme en Colombie-Britannique (+8,7 %) et à l'Île-du-Prince-Édouard (+6,4 %), alors que les prix ont diminué dans d'autres provinces comme en Ontario (-1,1 %) et au Québec (-0,6 %).

Les prix des vêtements pour femmes ont crû de 2,3 % de février à mars. Le lancement des nouvelles collections printemps-été s'est accompagné de majorations de prix pour certains articles.

L'indice du coût de remplacement par le propriétaire (+0,8 %) ainsi que celui du coût d'intérêt hypothécaire (+0,2 %) ont aussi contribué à la progression mensuelle de l'IPC. La montée des prix des maisons neuves a poussé ces deux indices à la hausse, alors que l'indice du coût d'intérêt hypothécaire a également été influencé par la hausse des taux d'intérêts.

La diminution des prix de l'hébergement pour voyageurs (-5,8 %) a été le principal facteur ayant contribué à freiner la progression de l'IPC. Des baisses de prix ont été observées dans toutes les provinces sauf à Terre-Neuve-et-Labrador (+0,6 %). Les baisses les plus substantielles ont été observées au Québec (-12,5 %) et en Ontario (-6,0 %). Une diminution de la demande est à l'origine de ces baisses.

Depuis la première parution de l'indice des voyages organisés, en octobre 1978, c'est la première fois que l'on observe une baisse de cet indice (-1,2 %) en mars. La tendance saisonnière à l'accroissement des prix pour les destinations floridiennes, toujours en grande demande en mars, ne s'est pas fait sentir cette année.

Faible augmentation de l'IPC désaisonnalisé de février à mars 2003

Après correction en fonction des variations saisonnières, l'IPC d'ensemble a crû de 0,1 % en mars, alors que la hausse était de 0,4 % en février. L'indice des boissons alcoolisées et des produits du tabac (+0,7 %) a enregistré la plus forte augmentation. Les hausses des indices désaisonnalisés pour le logement (+0,6 %), les transports (+0,3 %), l'habillement et les chaussures (+0,1 %) ainsi que les aliments (+0,1 %) ont aussi contribué à la progression mensuelle. L'indice désaisonnalisé de la santé et des soins personnels est demeuré inchangé alors que ceux des loisirs, de la formation et de la lecture (-0,4 %) ainsi que des dépenses et de l'équipement du ménage (-0,1 %) ont partiellement neutralisé les augmentations.

Ensemble sans les huit composantes les plus volatiles

Les prix des biens et services compris dans l'indice d'ensemble sans les huit composantes les plus volatiles telles que définies par la Banque du Canada ont augmenté de 2,9 % de mars 2002 à mars 2003. Cette hausse constitue un ralentissement par rapport aux variations sur 12 mois des deux mois précédents qui étaient de 3,3 % en janvier et de 3,1 % en février. La décélération de la hausse sur 12 mois des prix des voyages organisés, qui est passée de 9,0 % en février à 0,2 % en mars, explique en partie ce ralentissement.

L'indice d'ensemble sans les huit composantes les plus volatiles telles que définies par la Banque du Canada a augmenté de 0,2 % en mars, après avoir avancé de 0,5 % en janvier et de 0,7 % en février. La hausse du prix des vêtements a été le facteur ayant le plus contribué à la progression mensuelle de cet indice.

Énergie

Les prix de l'énergie ont bondi de 17,5 % de mars 2002 à mars 2003. La hausse des prix de l'essence (+22,1 %) représentait les deux tiers de cette augmentation, alors que la montée des prix du mazout (+62,1 %) et du gaz naturel (+23,5 %) constituait le reste de la hausse. Seul l'indice de l'électricité (-0,8 %) a contribué faiblement à freiner l'augmentation.

De février à mars, les prix de l'énergie ont augmenté de 2,0 %. Mis à part le prix de l'électricité qui a diminué faiblement (-0,1 %), les prix de toutes les composantes

de l'énergie ont crû. Les prix du gaz naturel ont augmenté de 7,2 %, ceux du mazout de 12,4 % et ceux de l'essence de 0,9 %. Le prix du baril de pétrole brut a encore augmenté au début de mars, ce qui explique une partie de ces hausses.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 326-0001, 326-0016 à 326-0018.

Information sur les méthodes et la qualité des données disponible dans la Base de métadonnées intégrée : numéro d'enquête 2301.

Paraît à 7 h dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Aujourd'hui dans Le Quotidien*, puis *Dernier communiqué de l'Indice des prix à la consommation*.

Le numéro de mars 2003 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*.

L'Indice des prix à la consommation d'avril sera diffusé le 22 mai.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Rebecca McDougall au (613) 951-9606 ou composez sans frais le 1 866 230-2248 (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)

	Mars 2003	Février 2003	Mars 2002	Février à mars 2003	Mars 2002 à mars 2003
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Ensemble	122,8	122,3	117,7	0,4	4,3
Aliments	122,4	122,1	120,4	0,2	1,7
Logement	117,4	116,7	113,1	0,6	3,8
Dépenses et équipement du ménage	114,5	114,5	113,7	0,0	0,7
Habillement et chaussures	105,5	103,8	107,1	1,6	-1,5
Transports	144,6	144,1	130,5	0,3	10,8
Santé et soins personnels	116,1	116,4	114,5	-0,3	1,4
Loisirs, formation et lecture	126,7	127,1	124,9	-0,3	1,4
Boissons alcoolisées et produits du tabac	133,8	133,5	114,1	0,2	17,3
Ensemble (1986=100)	157,3				
Pouvoir d'achat du dollar à la consommation (en cents) par rapport à 1992	81,4	81,8	85,0		
Agrégats spéciaux					
Biens	119,9	119,2	114,8	0,6	4,4
Services	126,2	126,1	121,1	0,1	4,2
Ensemble sans les aliments et l'énergie	120,2	119,9	116,0	0,3	3,6
Énergie	149,5	146,5	127,2	2,0	17,5
Ensemble sans les huit composantes les plus volatiles ¹	122,5	122,3	119,1	0,2	2,9

¹ Les huit composantes les plus volatiles, 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 les 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 de la Banque du Canada (<http://www.banqueducanada.ca/inflation>).

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

	Mars 2003	Février 2003	Mars 2002	Février à mars 2003	Mars 2002 à mars 2003
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Terre-Neuve-et-Labrador	121,4	119,9	114,9	1,3	5,7
Île-du-Prince-Édouard	122,6	121,3	114,5	1,1	7,1
Nouvelle-Écosse	125,1	124,3	117,1	0,6	6,8
Nouveau-Brunswick	123,7	123,3	115,8	0,3	6,8
Québec	119,3	119,1	114,3	0,2	4,4
Ontario	123,5	123,4	119,5	0,1	3,3
Manitoba	125,7	125,5	121,5	0,2	3,5
Saskatchewan	126,7	126,2	121,8	0,4	4,0
Alberta	130,2	129,0	121,0	0,9	7,6
Colombie-Britannique	120,6	119,6	116,6	0,8	3,4
Whitehorse	120,7	120,6	115,4	0,1	4,6
Yellowknife	118,9	118,7	114,3	0,2	4,0
Iqaluit (déc. 2002=100)	100,0	99,8	...	0,2	...

... N'ayant pas lieu de figurer.

Commerce de détail

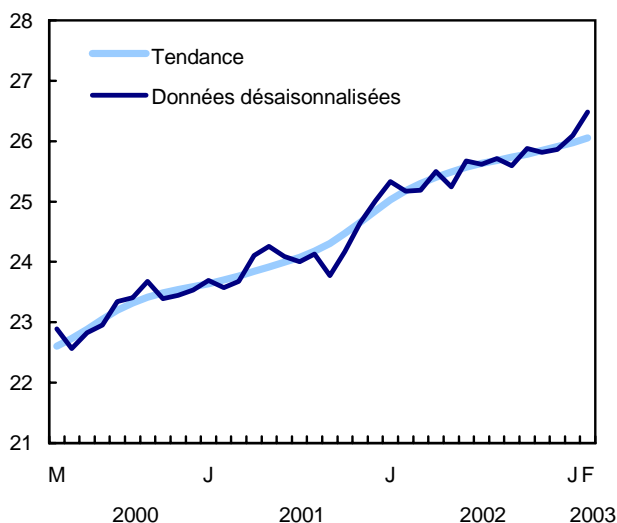
Février 2003

En février, les ventes au détail ont crû de 1,5 % pour atteindre un sommet de 26,5 milliards de dollars, après avoir augmenté de 0,9 % en janvier. Une forte reprise des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ainsi qu'une hausse appréciable des ventes des stations-service, attribuable à une augmentation des prix de l'essence, expliquent la progression du total des ventes au détail en février. Si l'on exclut les ventes de ces détaillants, les ventes au détail ont reculé de 0,3 % en février.

En dollars constants, les ventes au détail ont augmenté de 0,9 % en février.

Les automobiles et l'essence ont propulsé les ventes au détail en février

En milliards de dollars



Le secteur de la vente au détail a commencé 2003 en force, après avoir connu une période des Fêtes moins bonne que prévu. Au cours de la majeure partie de 2002, les progressions des ventes au détail ont été modestes, comparativement aux fortes augmentations observées d'octobre 2001 à janvier 2002. Les détaillants ont néanmoins affiché une forte hausse annuelle de leurs ventes (+6,0 %) en 2002.

Alors que les ventes du secteur de l'automobile augmentaient de 3,9 %, les détaillants de tous les autres secteurs ont eu peu de raisons de se réjouir en février. Ainsi, les détaillants des secteurs de l'habillement (-2,0 %) et du meuble (-0,7 %) ont affiché un recul de leurs ventes, tandis que les ventes des magasins

Note aux lecteurs

Les estimations tirées de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail sont classées d'après la Classification type des industries de 1980.

Les estimations des ventes au détail sont révisées chaque année lors de la parution de février. Les estimations mensuelles non désaisonnalisées en dollars courants et en dollars constants pour 2002 et janvier 2003 ont été révisées. Les estimations des facteurs saisonniers et les estimations désaisonnalisées en dollars courants et en dollars constants ont aussi été révisées pour la période allant de janvier 2000 à janvier 2003. Ces données révisées sont maintenant offertes dans CANSIM ou sur demande. Les estimations révisées de 2002 seront aussi incluses dans le numéro de février 2003 de la publication Commerce de détail (63-005-XIB).

d'alimentation, des pharmacies et des magasins de marchandises diverses sont restées pratiquement inchangées.

Les ventes d'automobiles rebondissent en février

La forte reprise observée dans les ventes de voitures neuves en février a fait augmenter de manière importante les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+4,3 %). Il s'agit de la hausse mensuelle des ventes la plus marquée depuis novembre 2001, alors que les concessionnaires avaient introduit des programmes de financement à zéro pourcent d'intérêt, très appréciés des consommateurs. Avant février 2003, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs perdaient généralement du terrain depuis le début de 2002. La progression de février a effacé la moitié du recul des ventes enregistré au cours de 2002. En dépit d'une tendance à la baisse des ventes, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont connu une excellente année 2002, leurs ventes ayant crû de 7,8 % par rapport à 2001.

Les stations-service ont affiché une progression de leurs ventes de 6,3 % en février et de 4,6 % en janvier, grâce à une hausse des prix de l'essence à la pompe. Les ventes des stations-service ont fait un bond de 41 % de janvier 2002 à février 2003, après avoir chuté de 18 % au cours de 2001.

Les dépenses consacrées à l'achat de vêtements et de meubles diminuent

En février, les consommateurs ont réduit de 2,0 % leurs dépenses dans les magasins de vêtements, après avoir beaucoup dépensé dans ces établissements en janvier (+3,4 %). Des conditions météorologiques extrêmes expliquent en partie l'instabilité observée dans

les ventes des détaillants du secteur de l'habillement depuis le début de 2002. Au cours de cette période, les ventes de ce secteur ont pratiquement stagné. Environ 60 % des vêtements sont achetés dans les magasins de vêtements, et le reste, principalement dans les magasins de marchandises diverses et dans les magasins d'articles de sport.

Les détaillants du secteur du meuble ont enregistré, en février, une deuxième baisse mensuelle consécutive de leurs ventes. Celles-ci ont reculé de 0,7 % en février et de 1,3 % en janvier, annulant ainsi les progressions observées dans ce secteur au cours des deux mois précédents. Les magasins de meubles et d'appareils ménagers, qui représentent 80 % du total des ventes du secteur du meuble, ont vu leurs ventes rester pratiquement inchangées depuis le printemps 2002. En revanche, les magasins d'accessoires d'ameublement, tels les revêtements de sol, les tentures, les articles de literie et les articles de décoration, ont bénéficié de fortes hausses de leurs ventes au cours de la deuxième moitié de 2002.

Les ventes au détail progressent dans toutes les provinces

En février, de fortes ventes enregistrées dans le secteur de l'automobile ont fait augmenter le total des ventes au détail dans toutes les provinces. L'Alberta a connu la hausse la plus élevée pour un deuxième mois d'affilée. Les détaillants de cette province ont affiché des progressions appréciables de leurs ventes en février (+2,5 %) et en janvier (+2,7 %). En Alberta, les ventes au détail progressent généralement depuis le début de 1999, même si les hausses ont été faibles au cours de la deuxième moitié de 2002.

La Saskatchewan s'est classée deuxième en février au chapitre des ventes au détail, en hausse de 1,8 %. Les détaillants de cette province enregistrent généralement de fortes hausses de leurs ventes depuis l'automne 2001.

Tant au Québec qu'à l'Île-du-Prince-Édouard, les ventes au détail ont crû de 1,7 % en février. Au Québec, cette troisième hausse mensuelle consécutive des ventes a neutralisé la faiblesse des ventes observée dans cette province depuis le début de 2002, après une période de croissance rapide qui avait commencé au cours de l'automne 2001. À l'Île-du-Prince-Édouard, les ventes au détail sont restées pratiquement inchangées

depuis le début de 2002, après avoir généralement progressé au cours de 2001.

En Ontario et à Terre-Neuve-et-Labrador, les détaillants ont enregistré des hausses identiques de leur ventes en février (+1,4 %). En Ontario, les ventes au détail se sont accrues pour un troisième mois de suite en février, après avoir progressé lentement durant la majeure partie de 2002. Auparavant, les détaillants de l'Ontario avaient bénéficié d'une progression cumulative de leurs ventes de 8 % en seulement quatre mois, soit d'octobre 2001 à janvier 2002. À Terre-Neuve-et-Labrador, les ventes au détail ont repris de la vigueur ces derniers mois, après avoir pratiquement stagné depuis l'été 2001.

Indicateurs connexes pour mars

Le total des emplois a légèrement augmenté de 0,1 % en mars. Il s'agit de la troisième plus faible hausse observée depuis le début de 2002, alors que le nombre d'emplois avaient commencé à s'accroître rapidement. Les mises en chantier ont chuté de 14,5 % en mars, après avoir atteint un sommet des 15 dernières années en février. D'après des chiffres provisoires émanant du secteur de l'automobile, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en mars a diminué d'environ 4 % par rapport à février.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 080-0001 à 080-0005 et 076-0005.

Information sur les méthodes et la qualité des données disponible dans la Base de métadonnées intégrée : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2406 et 2408.

Le numéro de février 2003 de *Commerce de détail* (63-005-XIB, 16 \$ / 155 \$) paraîtra sous peu. Voir *Pour commander les produits*.

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 obtenir 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), Division de la statistique du commerce.

□

Ventes au détail

	Février 2002 ^r	Novembre 2002 ^r	Décembre 2002 ^r	Janvier 2003 ^f	Février 2003 ^p	Janvier à février 2003	Février 2002 à février 2003
données désaisonnalisées							
	en millions de dollars					var. en %	
Aliments	5 462	5 678	5 708	5 749	5 758	0,1	5,4
Supermarchés d'alimentation et épiceries	5 051	5 280	5 308	5 353	5 354	0,0	6,0
Tous les autres magasins d'alimentation	411	398	400	396	403	1,9	-1,8
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	1 276	1 313	1 309	1 313	1 314	0,1	3,0
Vêtements	1 355	1 355	1 329	1 374	1 347	-2,0	-0,6
Magasins de chaussures	156	153	145	153	149	-2,5	-4,5
Magasins de vêtements pour hommes	114	110	105	114	118	3,6	4,0
Magasins de vêtements pour femmes	405	386	384	391	381	-2,8	-6,0
Autres magasins de vêtements	681	706	694	716	699	-2,4	2,7
Meubles	1 482	1 550	1 567	1 547	1 537	-0,7	3,7
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	1 194	1 241	1 245	1 225	1 218	-0,5	2,0
Magasins d'accessoires d'ameublement	288	309	323	323	319	-1,1	10,7
Véhicules automobiles	10 087	10 334	10 390	10 473	10 885	3,9	7,9
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	6 945	6 754	6 825	6 722	7 012	4,3	1,0
Stations-service	1 704	2 103	2 116	2 215	2 354	6,3	38,2
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 438	1 477	1 449	1 537	1 519	-1,2	5,6
Magasins de marchandises diverses	2 799	2 833	2 828	2 890	2 892	0,1	3,3
Grands magasins	1 646	1 664	1 660	1 703	1 704	0,1	3,5
Autres magasins de marchandises diverses	1 152	1 169	1 169	1 187	1 188	0,1	3,1
Magasins de détail non classés ailleurs	2 709	2 751	2 732	2 749	2 747	-0,1	1,4
Autres magasins de produits semi-durables	786	797	800	797	810	1,7	3,1
Autres magasins de produits durables	669	682	672	681	668	-2,0	-0,2
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	1 254	1 271	1 260	1 271	1 269	-0,1	1,2
Total, ventes au détail	25 169	25 813	25 864	26 096	26 480	1,5	5,2
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	18 224	19 059	19 039	19 374	19 468	0,5	6,8
Provinces et territoires							
Terre-Neuve-et-Labrador	425	420	437	432	438	1,4	3,1
Île-du-Prince-Édouard	110	110	111	110	111	1,7	1,4
Nouvelle-Écosse	755	760	773	762	768	0,8	1,8
Nouveau-Brunswick	607	598	611	605	609	0,8	0,4
Québec	5 744	5 881	5 894	5 951	6 053	1,7	5,4
Ontario	9 423	9 710	9 779	9 834	9 971	1,4	5,8
Manitoba	884	883	891	890	893	0,4	1,0
Saskatchewan	728	761	771	767	781	1,8	7,4
Alberta	3 088	3 177	3 120	3 204	3 286	2,5	6,4
Colombie-Britannique	3 313	3 416	3 382	3 446	3 468	0,6	4,7
Yukon	33	33	33	33	36	9,4	8,4
Territoires du Nord-Ouest	43	45	44	45	46	3,4	6,2
Nunavut	16	19	19	18	18	-1,0	13,2

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Ventes au détail

	Février 2002 ^r	Janvier 2003 ^r	Février 2003 ^p	Février 2002 à février 2003
données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			var. en %
Aliments	4 839	5 634	5 101	5,4
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 477	5 280	4 744	6,0
Tous les autres magasins d'alimentation	361	354	357	-1,3
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	1 170	1 305	1 206	3,1
Vêtements	890	1 052	887	-0,4
Magasins de chaussures	93	122	90	-3,9
Magasins de vêtements pour hommes	72	96	75	4,9
Magasins de vêtements pour femmes	273	291	256	-6,0
Autres magasins de vêtements	453	544	466	2,9
Meubles	1 145	1 347	1 188	3,7
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	921	1 076	939	2,0
Magasins d'accessoires d'ameublement	225	271	248	10,6
Véhicules automobiles	7 974	8 819	8 659	8,6
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5 421	5 466	5 474	1,0
Stations-service	1 483	2 033	2 052	38,3
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 071	1 320	1 133	5,8
Magasins de marchandises diverses	2 041	2 195	2 115	3,7
Grands magasins	1 123	1 194	1 168	4,0
Autres magasins de marchandises diverses	918	1 001	948	3,3
Magasins de détail non classés ailleurs	2 008	2 188	2 036	1,4
Autres magasins de produits semi-durables	545	593	564	3,6
Autres magasins de produits durables	496	571	494	-0,5
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	967	1 024	978	1,2
Total, ventes au détail	20 067	22 541	21 192	5,6
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	14 647	17 075	15 718	7,3
Provinces et territoires				
Terre-Neuve-et-Labrador	320	345	332	3,7
Île-du-Prince-Édouard	80	88	82	1,9
Nouvelle-Écosse	598	660	611	2,1
Nouveau-Brunswick	468	506	471	0,6
Québec	4 504	5 011	4 763	5,7
Ontario	7 478	8 505	7 939	6,2
Manitoba	720	784	731	1,5
Saskatchewan	582	685	626	7,7
Alberta	2 465	2 808	2 635	6,9
Colombie-Britannique	2 774	3 067	2 918	5,2
Yukon	25	27	27	9,6
Territoires du Nord-Ouest	38	40	41	7,6
Nunavut	13	16	15	12,9

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Enquête annuelle sur le secteur des services de publicité et des services connexes 2001

En 2001, les recettes du secteur des services de publicité et des services connexes ont atteint 5,1 milliards de dollars, soit 5,9 % de plus qu'en 2000. La marge bénéficiaire du secteur a été de 8,9 % en 2001, comparativement à 9,5 % en 2000.

En 2001, une baisse dans les dépenses liées à la publicité traditionnelle s'est traduite par une diminution de 1,4 % des recettes des agences de publicité traditionnelle. Par contre, le groupe qui comprend des services plus spécialisés liés à la publicité, comme les services de relations publiques et les services de location de panneaux publicitaires, a connu une augmentation de 13,0 % de ses recettes.

La majorité des clients du secteur des services de publicité et des services connexes sont des entreprises du secteur privé, dont près du tiers (28 % en 2001) proviennent du commerce de détail. En 2001, la catégorie «consommateurs étrangers» des agences de publicité a enregistré une hausse de 4,9 % pour atteindre 9 %.

Il est maintenant possible d'obtenir les résultats de l'Enquête annuelle de 2001 sur le secteur des services de publicité et des services connexes. Ces données portent sur les recettes, les dépenses, les salaires et les traitements, la marge bénéficiaire et la répartition en pourcentage des recettes selon le genre de service et selon la catégorie de clients.

Données stockées dans CANSIM : tableau 360-0003.

Information sur les méthodes et la qualité des données disponible dans la Base de métadonnées intégrée : numéro d'enquête 2437.

Pour obtenir une copie gratuite du document lié aux données diffusées ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul McDonald au (613) 951-0665 (paul.mcdonald@statcan.ca), Division des industries de service. ■

Enquête annuelle sur la location et la location à bail de matériel automobile 2001

En 2001, les recettes d'exploitation du secteur de la location et de la location à bail de matériel automobile ont atteint 4,5 milliards de dollars, en diminution de 8,4 % par rapport à 2000. La marge bénéficiaire d'exploitation du secteur a été de 15,9 % en 2001, comparativement à 19,5 % en 2000.

Il est maintenant possible d'obtenir les résultats de l'Enquête annuelle de 2001 du secteur de la location et de la location à bail de matériel automobile. Ces données portent sur les recettes, les dépenses, les salaires, les traitements et les avantages sociaux, la marge bénéficiaire et la répartition en pourcentage des recettes d'exploitation selon le genre de service et selon la catégorie de clients.

Données stockées dans CANSIM : tableau 352-0008.

Information sur les méthodes et la qualité des données disponible dans la Base de métadonnées intégrée : numéro d'enquête 2442.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Marian Grant au (613) 951-3558 (marian.grant@statcan.ca), Division des industries de service. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Statistiques trimestrielles des télécommunications,
quatrième trimestre de 2002, vol. 26, n° 4
Numéro au catalogue : 56-002-XIF (21 \$/40 \$).

Ventes de véhicules automobiles neufs, février 2003,
vol. 75, n° 2
Numéro au catalogue : 63-007-XIB (13 \$/124 \$).

Commerce de gros, février 2003, vol. 66, n° 2
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 offerte sur Internet, -XMB ou -XMF, la version microfiche, -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). 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-XIB (11-010-1501-0304401)



Le Quotidien
Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997
Pour une édition à 9 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 quatre-vingt-deux déplacements en 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'emploi et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été considérablement ralentie.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- **Indice de l'offre d'emploi, mai 1997** 10
- **Énergie sur les anticipations à court terme** 11
- **Aider en termes personnels, semaine se terminant le 31 mai 1997** 11
- **Production d'énergie, avril 1997** 11

NOUVELLES PARUTIONS 12

Statistique Canada / Statistic Canada 

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 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, 2003. 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.

CENTRES DE CONSULTATION RÉGIONAUX

Les centres de consultation régionaux de Statistique Canada offrent une gamme complète de produits et services. On y trouve une bibliothèque et un comptoir de vente où vous pouvez consulter ou acheter nos différents produits, dont nos publications, disquettes et CD-ROM, microfiches et cartes.

Chaque centre vous offre la possibilité d'extraire de l'information du système de retrait de données CANSIM. Un service téléphonique de renseignements est également disponible; ce service est gratuit pour les clients se trouvant à l'extérieur des secteurs d'appels locaux. On y offre également plusieurs autres services utiles, allant des séminaires aux consultations. Pour plus de renseignements, communiquez avec le centre de consultation de votre région.

**Terre-Neuve et Labrador,
Île-du-Prince-Édouard,
Nouvelle-Écosse et
Nouveau-Brunswick**

Services-conseils
Statistique Canada
1741, rue Brunswick
2^e étage, case postale 11
Halifax (N.-É.)
B3J 3X8
Appel local : (902) 426-5331
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (902) 426-9538
Courriel : atlantic.info@statcan.ca

Québec et Nunavut

Services-conseils
Statistique Canada
200, boul. René-Lévesque Ouest
Complexe Guy-Favreau
4^e étage, Tour Est
Montréal (Qc)
H2Z 1X4
Appel local : (514) 283-5725
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (514) 283-9350
Courriel : infostcmontreal@statcan.ca

Région de la Capitale nationale

Services-conseils
Centre de consultation statistique
(RCN)
Statistique Canada
Rez-de-chaussée, imm. R.-H.-Coats
Tunney's Pasture
Ottawa (Ont.)
K1A 0T6
Appel local : (613) 951-8116
Télécopieur : (613) 951-0581
Courriel : infostats@statcan.ca

Ontario

Services-conseils
Statistique Canada
10^e étage, imm. Arthur Meighen
25, avenue St. Clair Est
Toronto (Ont.)
M4T 1M4
Appel local : (416) 973-6586
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (416) 973-7475

Manitoba

Services-conseils
Statistique Canada
Édifice Via Rail, pièce 200
123, rue Main
Winnipeg (Man.)
R3C 4V9
Appel local : (204) 983-4020
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (204) 983-7543
Courriel : statswpg@solutions.net

Saskatchewan

Services-conseils
Statistique Canada
Park Plaza
2365, rue Albert, pièce 440
Regina (Sask.)
S4P 4K1
Appel local : (306) 780-5405
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (306) 780-5403
Courriel : statcan@sk.sympatico.ca

Alberta et Territoires du Nord-Ouest

Services-conseils
Statistique Canada
Pacific Plaza, pièce 900
10909, avenue Jasper, N.O.
Edmonton (Alb.)
T5J 4J3
Appel local : (780) 495-3027
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (780) 495-5318
Courriel : Sabrina.Pond@statcan.ca

Colombie-Britannique et Yukon

Services-conseils
Statistique Canada
Library Square Tower
300, rue Georgia Ouest, pièce 600
Vancouver (C.-B.)
V6B 6C7
Appel local : (604) 666-3691
Sans frais : 1 800 263-1136
Télécopieur : (604) 666-4863

Numéro sans frais pour les demandes de renseignements (Canada et États-Unis) : 1 800 263-1136
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis) : 1 800 267-6677
Numéro sans frais de commande par télécopieur (Canada et États-Unis) : 1 877 287-4369
Numéro sans frais pour les appareils de télécommunications pour les malentendants : 1 800 363-7629