



# Le Quotidien

Statistique Canada

**Le vendredi 2 mars 2001**

Pour être diffusé à 8 h 30

---

## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

---

Il n'y a pas de communiqués principaux aujourd'hui.

---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

Enquête mensuelle sur les grands détaillants, année 2000 et décembre 2000	2
Ventes intérieures de produits pétroliers raffinés, janvier 2001	4
Liste intérimaire des changements de limites, de statut et de nom des municipalités, 2 janvier 2000 au 1er janvier 2001	4
Activités financières dans le secteur du transport ferroviaire, 1999	4

---

## NOUVEAUX PRODUITS

---

5

---

## CENTRES DE CONSULTATION RÉGIONAUX

---

7

---

## CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 5 au 9 mars

---

8



## AUTRES COMMUNIQUÉS

### Enquête mensuelle sur les grands détaillants

Année 2000 et décembre 2000 (données provisoires)

En décembre, les ventes du groupe des grands détaillants ont totalisé 9,6 milliards de dollars, en hausse de 7,0 % par rapport à décembre 1999. Comme en novembre, les ventes de toutes les gammes principales de produits du groupe des grands détaillants ont connu une augmentation d'une année à l'autre. Les ventes d'articles de santé et de soins personnels, d'autres biens et services, d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques, ainsi que de quincaillerie et de produits pour pelouse et jardin ont été supérieures à la moyenne comparativement aux autres catégories.

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

	Nov. 1999 <sup>r</sup>	Nov. 2000 <sup>r</sup>	Nov. 1999 à nov. 2000	Déc. 1999 <sup>r</sup>	Déc. 2000 <sup>p</sup>	Déc. 1999 à déc. 2000
	données non désaisonnalisées					
	millions de \$		var. en %	millions de \$		var. en %
<b>Marchandises</b>						
Aliments et boissons	2 008	2 151	7,1	2 510	2 642	5,3
Vêtements, chaussures et accessoires	1 426	1 535	7,6	2 121	2 255	6,3
Articles d'ameublement et appareils électroniques	1 093	1 151	5,3	1 519	1 662	9,5
Articles de santé et de soins personnels	485	552	13,9	662	733	10,8
Articles et fournitures pour la maison	308	323	5,0	414	427	3,2
Articles de sport et loisirs	406	434	6,8	662	678	2,5
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	205	211	3,3	251	270	7,6
Autres biens et services	667	753	12,9	785	883	12,5
<b>Total</b>	<b>6 598</b>	<b>7 111</b>	<b>7,8</b>	<b>8 922</b>	<b>9 550</b>	<b>7,0</b>

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

Les ventes de la catégorie des autres biens et services ont augmenté de 12,5 % par rapport à décembre 1999; il s'agit de la hausse d'une année à l'autre la plus importante observée. Comme au cours des derniers mois, la hausse du prix de l'essence a poussé la valeur des ventes de carburants, d'huile et d'additifs pour véhicules automobiles (+32,3 %). Les ventes de nourriture pour animaux de compagnie sont restées vigoureuses, en progression de 19,9 % par rapport à décembre 1999.

Les ventes d'articles de santé et de soins personnels se sont accrues de 10,8 %. Cette croissance a été principalement attribuable à l'augmentation des ventes d'autres articles de toilette et de soins personnels (+24,8 %) et de médicaments d'ordonnance (+13,5 %).

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques du groupe des grands détaillants ont progressé de 9,5 % par rapport à décembre 1999. Les ventes de meubles sont restées à la hausse, ayant augmenté de 12,1 %. La demande des consommateurs pour les appareils électroniques ménagers a aussi continué d'augmenter. La croissance a été principalement attribuable aux ventes de logiciels (+19,7 %), de téléphones et d'appareils électroniques de bureau à la maison (+17,8 %) ainsi que de téléviseurs et d'équipement audio vidéo (+13,9 %). Cependant, les ventes d'ordinateurs et de fournitures connexes ont fléchi de 2,7 % par rapport à décembre 1999.

Les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires du groupe des grands détaillants ont crû de 6,3 % en décembre par rapport à décembre 1999, ce qui représente un taux de croissance moyen près de la moyenne. Les progrès ont été assez uniformes pour les sous-groupes de cette catégorie puisque les ventes de vêtements et d'accessoires pour femmes ont augmenté de 6,5 % et les ventes de vêtements et d'accessoires pour hommes, de 5,7 % (pour le sous-groupe des vêtements pour hommes, la hausse la plus importante, soit 26,2 %, a été enregistrée pour les vêtements d'extérieur). Les ventes de chaussures ont progressé de 13,7 %.

Parmi les sept groupes de marchandises principales, les ventes d'articles de sport et de loisirs sont celles dont la croissance a été la plus faible en décembre (+2,5 %). Dans cette catégorie, l'augmentation la plus forte a été celle enregistrée pour l'équipement de ski (+24,8 %). À l'opposé, les ventes d'équipement de chasse, de pêche et de camping (-9,3 %) ainsi que de jouets (-0,5 %) ont contribué au ralentissement global observé pour la catégorie.

En 2000, les ventes totales du groupe des grands détaillants ont atteint 75,9 milliards de dollars, en hausse de 5,1 % par rapport à 1999, et représentaient 37,0 % environ de la valeur totale du commerce de détail, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et de véhicules récréatifs. Parmi le groupe des grands détaillants, les ventes des magasins d'alimentation se sont accrues de 3,1 %, celles des grands magasins, de 2,0 % et celles des autres magasins, de 9,1 %. En 2000, les ventes des magasins d'alimentation

représentaient 36,6 % des ventes du groupe des grands détaillants, celles des grands magasins, 24,1 % et celles du reste du groupe, 39,3 %.

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

	1999	2000	1999	1999	2000
			à		
			2000		
	données non		part des ventes		
	désaisonnalisées				
	millions de \$		var.	%	
			en %		
<b>Marchandises</b>					
Aliments et boissons	24 984	25 672	2,8	34,6	33,8
Vêtements, chaussures et accessoires	14 700	14 871	1,2	20,4	19,6
Articles d'ameublement et appareils électroniques	10 071	10 995	9,2	13,9	14,5
Articles de santé et de soins personnels	5 468	6 018	10,0	7,6	7,9
Articles et fournitures pour la maison	3 395	3 539	4,3	4,7	4,7
Articles de sport et loisirs	3 485	3 722	6,8	4,8	4,9
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	2 846	3 027	6,4	3,9	4,0
Autres biens et services	7 255	8 066	11,2	10,1	10,6
<b>Total</b>	<b>72 204</b>	<b>75 911</b>	<b>5,1</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Les ventes annuelles de toutes les catégories importantes de produits ont augmenté en 2000. Toutefois, les ventes de la catégorie des autres biens et services (attribuable en grande partie à la hausse du prix de l'essence), de celle des articles de santé et de soins personnels et de la catégorie des articles d'ameublement et appareils électroniques ont surpassé celles des autres catégories.

La hausse annuelle des ventes la plus importante en 2000, soit 11,2 % par rapport à 1999, a été enregistrée par la catégorie des autres biens et services. La hausse du prix de l'essence a été le déterminant principal de l'augmentation annuelle globale pour cette catégorie. Les ventes des produits du tabac et des fournitures constituaient 25,5 % de la catégorie des autres biens et services, celles des pièces et services pour véhicules automobiles, 22,7 % et celles de carburant, d'huile et d'additifs pour véhicules automobiles, 18,8 %.

En 2000, la catégorie des produits de santé et de soins personnels a affiché la deuxième des augmentations annuelles les plus importantes (+10,0 %). La plupart de cette croissance a été attribuable à une progression des ventes de médicaments d'ordonnance (+20,0 %) et de médicaments en vente libre (+10,1 %).

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques du groupe des grands détaillants ont fait un bond de 9,2 % en 2000 comparativement

à 1999. Dans cette catégorie, les ventes d'appareils électroniques ménagers et de meubles d'intérieur ont augmenté de 13,4 % et de 10,2 % respectivement. Les ventes d'appareils électroménagers, quant à elles, ont progressé de 6,7 %, tandis que les ventes d'articles d'ameublement (comme les recouvrements de sol, les tentures et la lingerie) ont augmenté de 3,5 %.

Les ventes d'articles de sport et de loisirs ont affiché une augmentation annuelle de 6,8 % en 2000. À elles seules, les ventes d'articles de sport se sont accrues de 11,8 %, grâce à l'accroissement notable des ventes d'autres articles de sport (+21,3 %), d'équipement d'exercice et de conditionnement physique (+20,3 %) et d'équipement et d'accessoires de ski (+18,0 %). La progression des ventes d'articles de loisirs a été plus faible (+4,1 %). Les ventes de jouets, de jeux et d'articles de passe-temps, qui représentent presque la moitié des ventes de la catégorie des articles de loisirs, ont augmenté de 1 % par rapport à 1999.

En 2000, c'est pour la catégorie des ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires (+1,2 %) que l'on a observé la hausse annuelle la plus faible. Les consommateurs ont dépensé 14,9 milliards de dollars pour l'achat de vêtements, de chaussures et d'accessoires dans les magasins appartenant au groupe des grands détaillants. Les ventes de vêtements et d'accessoires pour femmes et pour hommes ont augmenté légèrement par rapport aux chiffres de 1999, de 0,9 % et de 0,8 % respectivement. Les ventes de vêtements et d'accessoires pour enfants (+3,2 %) ainsi que les ventes de chaussures (+1,8 %) ont un peu mieux performé. Les ventes de bagages et de bijoux ont baissé de 2,3 % comparativement à 1999.

**Nota:** L'Enquête mensuelle sur les grands détaillants donne une ventilation des ventes selon le bien ou le service à l'échelon national pour un panel d'environ 80 grands détaillants. Les données sur les ventes de plus de 100 biens et services sont recueillies mensuellement.

Les détaillants auprès desquels l'enquête a été réalisée sont sélectionnés d'après leurs ventes et leur contribution aux secteurs de l'alimentation, des vêtements, des articles d'ameublement, des appareils électroménagers et des appareils électroniques, ainsi qu'au secteur des marchandises générales. Sont également inclus certains magasins d'articles de sport. La liste des détaillants qui ont participé à l'enquête peut être obtenue sur demande.

Les données n'ont pas été corrigées pour tenir compte des variations saisonnières ni des variations dues aux écarts entre le nombre et l'importance des jours d'ouverture des divers mois de l'année.

**Données stockées dans CANSIM: matrice 2395.**

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*retailinfo@statcan.ca*). Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Denis Fournier au (613) 951-0096, Division de la statistique du commerce. ■

## Ventes intérieures de produits pétroliers raffinés

Janvier 2001 (données provisoires)

En janvier, les ventes de produits pétroliers raffinés ont atteint 8 025 000 mètres cubes, en hausse de 7,7 % par rapport à janvier 2000. Les ventes ont progressé dans six des sept groupes principaux de produits par rapport à janvier 2000. La plus importante hausse a été celle des ventes de mazouts lourds (+222 500 mètres cubes ou +44,8 %). L'augmentation des ventes de mazouts lourds reflète une plus grande utilisation de ce produit de la part des services publics pour produire de l'électricité.

### Ventes des produits pétroliers raffinés

	Janv. 2000 <sup>r</sup>	Janv. 2001 <sup>p</sup>	Janv. 2000 à Janv. 2001 var. en %
	milliers de mètres cubes		
<b>Total, tous les produits</b>	<b>7 453,3</b>	<b>8 025,0</b>	<b>7,7</b>
Essence à moteur	2 918,7	3 054,4	4,6
Carburant diesel	1 770,8	1 858,1	4,9
Mazouts légers	731,8	752,8	2,9
Mazouts lourds	496,2	718,7	44,8
Carburéacteurs pour turboréacteurs	478,1	463,6	-3,0
Charges pétrochimiques <sup>1</sup>	370,7	409,1	10,4
Tous les autres produits raffinés	687,0	768,3	11,8

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

<sup>1</sup> Matériel produit par les raffineries et utilisé par l'industrie pétrochimique dans la fabrication des produits chimiques, du caoutchouc synthétique et d'une variété de plastiques.

Les ventes d'essence à moteur ont augmenté de 135 700 mètres cubes ou de 4,6 % comparativement à janvier 2000. Les ventes d'essence à moteur ordinaire sans plomb se sont accrues de 7,6 %, tandis que les ventes des catégories intermédiaire et super ont chuté de 14,7 % et de 12,8 % respectivement.

## Données stockées dans CANSIM: matrices 628 à 642 et 644 à 647.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Eleonore Harding au (613) 951-5708 (*hardele@statcan.ca*) ou avec Gérard Desjardins au (613) 951-4368 (*desjger@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

## Liste intérimaire des changements de limites, de statut et de nom des municipalités

2 janvier 2000 au 1<sup>er</sup> janvier 2001

Le rapport *Liste intérimaire des changements de limites, de statut et de nom des municipalités* fournit un sommaire des changements aux limites municipales, au statut et au nom pour la période du 2 janvier 2000 au 1<sup>er</sup> janvier 2001. Les changements municipaux ont été traités par la Division de la géographie selon l'information fournie par les provinces et les territoires.

Le rapport *Liste intérimaire des changements de limites, de statut et de nom des municipalités* (92F0009XPB, 25 \$), qui est publié annuellement, est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour commander ce produit, communiquez avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous. ■

## Activités financières dans le secteur du transport ferroviaire

1999

Les données de 1999 sur les activités financières dans le secteur du transport ferroviaire sont maintenant disponibles.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec J.R. Larocque au (613) 951-2486 (*larocque@statcan.ca*), Division des transports. Télécopieur: (613) 951-0009. ■

---

## NOUVEAUX PRODUITS

---

Infomat – revue hebdomadaire, 2 mars 2001  
Numéro au catalogue: 11-002-XIF (3\$/109\$).

Infomat – revue hebdomadaire, 2 mars 2001  
Numéro au catalogue: 11-002-XPF (4\$/145\$).

Liste intérimaire des changements  
de limites, de statut et de nom des  
municipalités, 2 janvier 2000 au 1<sup>er</sup> janvier 2001  
Numéro au catalogue: 92F0009XPB (25\$).

**Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.**

Les numéros au catalogue se terminant par: -XIB ou -XIF représentent la version électronique en vente sur Internet, -XMB ou -XMF, la version micro-fiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB, la version électronique sur disquette et -XCB, la version électronique sur CD-ROM.

### Pour commander les produits

**Pour commander les produits par téléphone:**

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


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

**Pour commander par la poste, écrivez à:** Gestion de la circulation, Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

**Pour commander par Internet:** écrivez à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)), sous les rubriques *Produits et services*, *Publications téléchargeables*.

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

Catalogue 11-001F (anglais) 11-001F (150) (00000001)



# Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 8 juin 1997  
Pour une version 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 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, le niveau de la productivité des entreprises manufacturières en 1996 s'est amélioré de façon relativement faible.



---

**AUTRES COMMUNIQUÉS**

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipatifs à court terme 10
- Aide de l'Agence immobilière, septembre-hors-trimestre 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

---

**Nouvelles parutions** 10

## Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10<sup>e</sup> étage, section G, Ottawa, K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à [listproc@statcan.ca](mailto:listproc@statcan.ca). Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe quotidien prénom et nom.

Rédactrice: Julie Bélanger (613) 951-1187, [belajul@statcan.ca](mailto:belajul@statcan.ca)

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

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2001. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source: Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire: Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001F au catalogue, date et numéros de page.

---

## 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 d'informations, communiquez avec le centre de consultation de votre région.

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

Services-conseils  
Statistique Canada  
1741, rue Brunswick  
2<sup>e</sup> étage, boîte 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<sup>e</sup> étage, Tour Est  
Montréal (Qc)  
H2Z 1X4  
Appel local: (514) 283-5725  
Sans frais: 1 800 263-1136  
Télécopieur: (514) 283-9350

**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<sup>e</sup> 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

**Sud de l'Alberta**

Services-conseils  
Statistique Canada  
Discovery Place  
Pièce 201  
3553, 31<sup>e</sup> rue N.-O.  
Calgary (Alb.)  
T2L 2K7  
Appel local: (403) 292-6717  
Sans frais: 1 800 263-1136  
Télécopieur: (403) 292-4958  
Courriel: degagnej@cadvision.com

**Nord de l'Alberta et Territoires du  
Nord-Ouest**

Services-conseils  
Statistique Canada  
15<sup>e</sup> étage, Park Square  
10001, Bellamy Hill  
Edmonton (Alb.)  
T5J 3B6  
Appel local: (780) 495-3027  
Sans Frais: 1 800 263-1136  
Télécopieur: (780) 495-5318  
Courriel:  
Johane.Tremblay@a.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

---

## **CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 5 AU 9 MARS**

---

(À cause de circonstances imprévisibles, les dates de parution peuvent être modifiées.)

---

<b>Date de parution</b>	<b>Titre</b>	<b>Période de référence</b>
7	<b>Permis de bâtir</b>	Janvier 2001
7	<b>Indice de l'offre d'emploi</b>	Février 2001
9	<b>Enquête sur la population active</b>	Février 2001
9	<b>Taux d'utilisation de la capacité industrielle</b>	Quatrième trimestre de 2000

---