



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 3 avril 2001
Pour être diffusé à 8 h 30

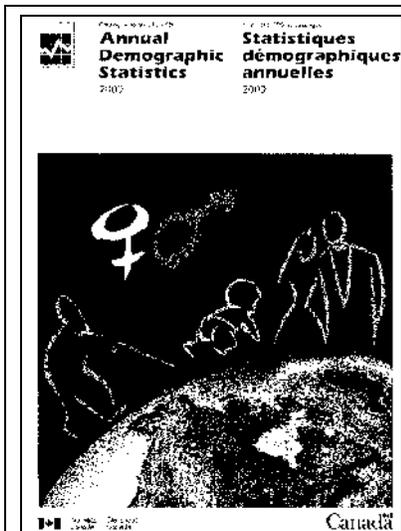
COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

● Commerce électronique et technologie, 2000

3

La valeur totale des ventes du secteur privé par Internet, avec ou sans paiement en ligne, a augmenté considérablement en 2000, alors que le pourcentage des entreprises vendant des biens et services en ligne a régressé. Les entreprises canadiennes ont reçu des commandes de clients par Internet pour une valeur de 7,2 milliards de dollars en 2000, soit 73,4 % de plus qu'en 1999. Toutefois, seulement 6 % des entreprises ont indiqué vendre des biens et services en ligne, comparativement à 10 % en 1999.

(suite à la page 2)



Statistiques démographiques annuelles 2000

L'édition de 2000 de la publication *Statistiques démographiques annuelles* comprend les plus récentes estimations et projections (jusqu'en 2005) de population par groupe d'âge et par sexe ainsi que des statistiques sur les naissances, les décès et les migrations. Il présente l'information par province et territoire, région métropolitaine de recensement et division de recensement. Il comprend aussi des statistiques sur les familles de recensement ainsi que sur les mariages et les divorces.

Un CD-ROM, inclus dans la publication, renferme encore plus de données que l'édition de l'année dernière. Les séries chronologiques des estimations remontent à 1971 pour ce qui est des provinces et territoires et à 1986 pour ce qui est des régions métropolitaines et des divisions de recensement. Le CD-ROM comprend des projections démographiques ainsi que des pyramides d'âge animées qui donnent un aperçu du vieillissement démographique.

Ces séries sont faciles à saisir et à réorganiser pour réaliser des analyses démographiques personnalisées dans un chiffrier électronique. Les estimations de population peuvent être utilisées pour calculer des taux par habitant pour des analyses de marché, des recherches quantitatives ou de la planification.

L'édition de 2000 de la publication *Statistiques démographiques annuelles* (91-213-XPB, 125 \$, incluant le CD-ROM) est maintenant en vente. La version électronique (91-213-XIB, 56 \$, sans CD-ROM) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les produits*. Pour plus de renseignements, communiquez avec Lise Champagne au (613) 951-2320 (chamlis@statcan.ca), Division de la démographie. Télécopieur: (613) 951-2307.



AUTRES COMMUNIQUÉS

Statistiques démographiques annuelles, 1er juillet 2000	8
Transport du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés par pipeline, janvier 2001	8

NOUVEAUX PRODUITS	10
--------------------------	-----------

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Commerce électronique et technologie

2000

La valeur totale des ventes du secteur privé par Internet, avec ou sans paiement en ligne, a augmenté considérablement en 2000, alors que le pourcentage des entreprises vendant des biens et services en ligne a régressé.

Les entreprises canadiennes ont reçu des commandes de clients par Internet pour une valeur de 7,2 milliards de dollars en 2000, soit 73,4 % de plus que le chiffre correspondant de 1999 (4,2 milliards de dollars). Toutefois, seulement 6 % des entreprises ont indiqué vendre des biens et services en ligne en 2000, comparativement à 10 % en 1999. Ces 6 % d'entreprises offrant des produits et services en ligne ont représenté le quart du revenu brut total des entreprises.

Des entreprises qui ont répondu à l'enquête en 1999 et en 2000, pour deux entreprises qui ont commencé à vendre par Internet en 2000, cinq ont arrêté de le faire. La valeur des ventes de 1999 des entreprises qui, en 2000, se sont retirées de la vente en ligne représentait à peine plus de la moitié de la valeur des ventes des nouvelles entreprises vendant par Internet.

Malgré une forte progression, les ventes du commerce électronique n'ont constitué que 0,4 % des recettes d'exploitation totales en 2000, en légère hausse par rapport à 1999 (0,2 %). Les ventes par Internet ont représenté 2,6 % de toutes les recettes d'exploitation des services d'enseignement du secteur privé, ce qui constitue le pourcentage le plus élevé, suivis des transports et de l'entreposage (1,5 %).

Dans l'ensemble, 20 % des ventes par Internet ont été conclues avec des consommateurs. Ces derniers ont représenté 88 % des achats par Internet dans le secteur des arts, des spectacles et des loisirs et 73 % dans le secteur de l'hébergement et de la restauration, les deux pourcentages les plus élevés. En revanche, les consommateurs n'ont constitué que 49 % des ventes par Internet auprès des entreprises de détail.

Aussi, 17 % des ventes du commerce électronique ont été faites avec des clients (entreprises ou ménages) à l'extérieur du Canada. Cette situation varie énormément d'un secteur d'activité à l'autre. Plus de la moitié de toutes les ventes du commerce électronique dans les services professionnels et techniques, les arts, les spectacles et les loisirs ainsi que dans les services d'hébergement et de restauration étaient destinées à l'exportation. Par comparaison, seulement 3,2 % des

Note aux lecteurs

Les données du présent communiqué proviennent de l'Enquête sur les technologies de l'information et le commerce électronique de 2000. Cette enquête a porté sur l'ensemble de l'économie, exception faite de la construction, des administrations locales, de la production de cultures et d'animaux, de la pêche, de la chasse et du piégeage. Quelque 21 000 entreprises ont fait partie de l'échantillon.

Le commerce électronique se définit comme des ventes par Internet, avec ou sans paiement en ligne. On présente la valeur des commandes reçues par Internet, extranet et l'échange de données informatisées (EDI) par Internet. Étaient exclues les ventes de type EDI relevant de réseaux privés et d'autres réseaux électroniques. Les opérations relevant de guichets automatiques bancaires étaient exclues, comme l'étaient les opérations financières acheminées par Internet. Étaient compris les frais de gestion perçus pour l'exécution d'opérations par Internet.

ventes Internet effectuées par des détaillants ont été acheminées à l'extérieur du Canada.

Les grandes entreprises, qui étaient plus susceptibles de vendre par Internet, ont représenté un pourcentage important des ventes en ligne. En 2000, 31 % des entreprises commerciales comptant plus de 500 salariés ont vendu des biens ou services par Internet. En revanche, seulement 6 % des entreprises ayant un effectif de 1 à 19 salariés ont effectué des ventes en ligne. Les entreprises commerciales comptant plus de 500 salariés ont constitué 43 % des ventes par Internet.

Les fabricants ont fait augmenter les ventes par Internet

La valeur des ventes du commerce électronique a été plus élevée dans le secteur de la fabrication, suivi du commerce de gros, des transports et de l'entreposage et du commerce de détail.

Les fabricants ont vendu des biens et services par Internet pour une valeur de 1,3 milliard de dollars, ce qui correspond à 0,2 % de leurs recettes d'exploitation. La plupart des ventes du commerce électronique dans cette branche provenaient des fabricants de matériel de transport. Les consommateurs ont représenté seulement 3 % des ventes des fabricants, tandis que 23 % de leurs ventes en ligne ont été expédiées à l'extérieur du pays.

Dans le secteur du commerce de gros, les entreprises ont vendu des biens et services par Internet pour une valeur de 1,0 milliard de dollars en 2000, soit 0,3 % de toutes leurs recettes d'exploitation. Les

grossistes de machines, de matériel et de fournitures ont accaparé la plus grande partie des ventes en ligne de cette branche d'activité. Une proportion de 27 % de toutes les ventes du commerce électronique par les grossistes ont été faites directement avec des consommateurs, et 14 % de toutes les ventes ont été acheminées à l'extérieur du pays.

En 2000, les détaillants ont fait des ventes en ligne d'une valeur de 890 millions de dollars, ce qui représente 0,4 % de leurs recettes d'exploitation. Les marchands de véhicules et de pièces automobiles et les détaillants d'aliments ont constitué plus des deux tiers des ventes du commerce électronique. Les entreprises classées dans le groupe des magasins d'aliments et de boissons peuvent comprendre des établissements de gros qui approvisionnent leurs concessions ainsi que d'autres magasins d'aliments ou restaurants. Par conséquent, moins de 1 % des ventes du commerce électronique effectuées par ces entreprises de magasins d'aliments ont été conclues avec des consommateurs. Dans l'ensemble du commerce de détail, les consommateurs ont représenté 49 % des ventes en ligne.

Les entreprises qui achètent en ligne sont plus nombreuses

Même si le pourcentage d'entreprises qui vendent en ligne a été moins élevé en 2000, celui d'entreprises canadiennes qui achètent des biens ou services par Internet a progressé. Une proportion de 18 % ont acheté des biens ou services par Internet, en hausse par rapport à 1999 (14 %).

Le pourcentage d'entreprises effectuant des achats par Internet a progressé dans tous les secteurs, sauf pour les sociétés de portefeuille et les entreprises du secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien. La proportion d'entreprises faisant des achats par Internet a été plus élevée dans le secteur de l'information et des services culturels, se situant à 53 %. Ce secteur comprend des entreprises dont l'activité consiste à fournir des services de publication, de diffusion, de télécommunications, d'information et de traitement de données.

Achats par Internet

	1999	2000	Variation
% des entreprises utilisant Internet pour l'achat de biens ou de services			
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien	7,4	4,5	-2,9
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	19,3	20,4	1,1
Services publics	24,7	25,5	0,8
Fabrication	18,9	21,3	2,4
Commerce de gros	13,9	22,9	9,0
Commerce de détail	10,8	13,5	2,7
Transport et entreposage	10,7	15,0	4,3
Industrie de l'information et industrie culturelle	49,6	52,7	3,1
Finance et assurances	12,7	20,2	7,5
Services immobiliers et services de location et de location à bail	8,2	8,8	0,6
Services professionnels, scientifiques et techniques	30,0	35,8	5,8
Gestion de sociétés et d'entreprises	12,9	8,5	-4,4
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	13,4	22,5	9,1
Services d'enseignement privé	27,2	41,0	13,8
Soins de santé et assistance sociale privés	9,5	14,4	4,9
Arts, spectacles et loisirs	12,1	15,9	3,8
Hébergement et services de restauration	3,9	10,1	6,2
Autres services, sauf les administrations publiques	6,5	10,5	4,0
Tout le secteur privé	13,8	18,2	4,4

Parmi les entreprises qui n'ont ni acheté ni vendu par Internet, 56 % estimaient que leurs biens ou services ne se prêtaient pas à ce genre d'opération par Internet. Aussi, 36 % préféraient conserver leur modèle commercial actuel. Un pourcentage plus faible de ces entreprises ont invoqué des questions de sécurité (14 %) ou un coût trop élevé de développement et d'entretien (12 %).

Même si l'enquête a porté sur les opérations axées sur Internet, les entreprises peuvent vendre ou acheter des biens par des réseaux d'échange de données informatisées privés qui ne transitent pas par Internet. Dans l'ensemble, 10 % des entreprises ont recouru à des réseaux d'échange de données informatisées extérieurs à Internet en 2000, principalement les

services de santé du secteur privé (23 %), la finance et les assurances (18 %), les services publics (17 %), le commerce de gros (14 %) et la fabrication (14 %).

Obstacles au commerce électronique

	% des entreprises qui n'achètent pas ou qui ne vendent pas par Internet
Les biens ou services ne se prêtent pas à un achat ou à une vente par Internet	56,4
Préfèrent conserver le modèle d'affaires actuel	35,6
Questions de sécurité	13,9
Coût de développement et d'entretien trop élevé	11,8
Pénurie d'employés qualifiés	10,3
Incertitude quant aux avantages de la technologie	9,9
Les clients ne sont pas prêts à utiliser le commerce par Internet	9,6
Analyse éventuelle des renseignements de notre société par des concurrents	5,7
Les fournisseurs ne sont pas prêts à utiliser le commerce par Internet	5,6
Le service Internet à notre disposition est trop lent	3,6

Plus d'entreprises en ligne

Malgré la faible valeur des ventes par Internet, les entreprises ont été impatientes de se lancer sur Internet en 2000; 63 % d'entre elles ont recouru à Internet, en hausse par rapport aux 53 % enregistrés en 1999. De plus, 39 % des salariés du secteur privé ont eu accès à Internet en 2000.

Le pourcentage d'entreprises utilisant Internet a progressé dans presque toutes les branches d'activité, mais plus couramment dans les services d'information et les services culturels (93 %), les services d'enseignement privé (89 %) et les services professionnels et techniques (84 %). La foresterie, l'exploitation forestière et les activités de soutien ont connu le plus faible taux de pénétration sur Internet, leur pourcentage s'établissant à 42 %.

Parmi les entreprises qui ont utilisé Internet en 2000, 43 % l'ont fait pour consulter les banques de données de fournisseurs. Une proportion de 23 % ont recouru à Internet à des fins d'éducation et de formation, et 16 % des entreprises ont utilisé Internet pour consulter des bases de données de clients.

Six entreprises sur dix du secteur privé disposaient d'une fonction de courrier électronique

Internet et d'autres réseaux similaires ont continué de jouer un rôle important dans les communications. En 2000, 60 % des entreprises du secteur privé utilisaient le courrier électronique, par comparaison à 53 % en 1999. Sauf pour les services publics, où 83 % des entreprises disposaient du courrier électronique en 2000, tous les secteurs d'activité ont affiché une augmentation du pourcentage d'entreprises utilisant le courrier électronique.

Utilisation du courriel

	1999	2000	Variation
	% des entreprises utilisant le courriel		
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien	28,7	33,7	5,0
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	59,6	72,7	13,1
Services publics	83,9	82,9	-1,0
Fabrication	63,4	75,0	11,6
Commerce de gros	65,0	73,7	8,7
Commerce de détail	39,7	47,7	8,0
Transport et entreposage	38,8	51,1	12,3
Industrie de l'information et industrie culturelle	90,3	91,1	0,8
Finance et assurances	75,5	76,1	0,6
Services immobiliers et services de location et de location à bail	46,4	49,5	3,1
Services professionnels, scientifiques et techniques	78,9	85,0	6,1
Gestion de sociétés et d'entreprises	45,4	49,0	3,6
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	52,4	70,0	17,6
Services d'enseignement privé	78,3	83,6	5,3
Soins de santé et assistance sociale privés	46,4	59,3	12,9
Arts, spectacles et loisirs	51,6	62,5	10,9
Hébergement et services de restauration	29,1	40,1	11,0
Autres services, sauf les administrations publiques	42,6	48,1	5,5
Tout le secteur privé	52,6	60,4	7,8

Outre le courrier électronique, 12 % des entreprises possédaient un intranet, c'est-à-dire un réseau de communication interne fonctionnant avec le même protocole qu'Internet et permettant la communication au sein d'une organisation. Un plus faible pourcentage

(4 %) possédaient un extranet, c'est-à-dire un prolongement protégé d'un intranet qui permet à des utilisateurs de l'extérieur d'avoir accès à des parties de l'intranet d'une organisation.

En outre, un pourcentage plus élevé d'entreprises avaient un site Web en 2000. Dans l'ensemble, 25 % des entreprises possédaient un site Web, contre 22 % en 1999. Dans le secteur privé, les entreprises oeuvrant dans les services d'enseignement étaient

plus susceptibles de posséder un site Web (70 %). Plus de la moitié des entreprises dans les branches de l'information et de la culture disposaient d'un site Web.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Greg Peterson au (613) 951-3592 (greg.peterson@statcan.ca), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique.

Utilisation d'Internet et présence d'un site Web

	1999	2000	Variation	1999	2000	Variation
	% des entreprises utilisant Internet			% des entreprises ayant un site Web		
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien	32,8	42,3	9,5	5,7	4,7	-1,0
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	60,6	78,0	17,4	27,6	22,6	-5,0
Services publics	82,4	80,8	-1,7	27,3	31,3	4,0
Fabrication	63,7	77,5	13,8	31,7	38,0	6,3
Commerce de gros	63,0	75,3	12,3	26,1	34,3	8,2
Commerce de détail	40,5	52,7	12,2	16,0	22,9	6,9
Transport et entreposage	43,8	57,5	13,7	17,6	12,9	-4,8
Industrie de l'information et industrie culturelle	89,1	92,7	3,6	61,7	54,5	-7,2
Finance et assurances	65,9	75,9	10,0	27,2	34,4	7,2
Services immobiliers et services de location et de location à bail	46,3	51,2	4,9	18,4	21,9	3,5
Services professionnels, scientifiques et techniques	77,5	84,0	6,5	27,6	30,0	2,4
Gestion de sociétés et d'entreprises	47,0	52,9	5,9	9,9	16,9	7,0
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	55,4	75,0	19,6	29,5	32,7	3,2
Services d'enseignement privé	74,5	89,2	14,7	44,0	69,7	25,7
Soins de santé et assistance sociale privés	46,2	61,7	15,5	10,0	15,6	5,6
Arts, spectacles et loisirs	51,0	69,2	18,2	29,7	36,0	6,3
Hébergement et services de restauration	32,0	44,0	12,0	17,4	18,5	1,1
Autres services, sauf les administrations publiques	44,5	51,8	7,3	19,3	22,3	3,0
Tout le secteur privé	52,8	63,4	10,6	21,7	25,7	4,0

Valeur des ventes par Internet

	1999	2000	Variation	2000	2000	2000	2000
	% des entreprises utilisant Internet pour la vente de biens ou de services			Ventes par Internet avec ou sans paiement en ligne	Ventes par Internet comme % des recettes d'exploitation totales	% des ventes par Internet aux consommateurs	% des ventes par Internet aux clients à l'extérieur du Canada
	millions de \$						
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien	1,1	1,6	0,5	0,0	21,1
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	7,1	0,4	-6,7	x	x	0,0	2,7
Services publics	9,2	4,6	-4,6	x	x	0,0	0,0
Fabrication	14,9	8,2	-6,7	1 304,8	0,2	3,1	23,1
Commerce de gros	13,6	13,5	-0,1	1 041,2	0,3	26,8	13,6
Commerce de détail	10,9	8,7	-2,2	889,9	0,4	48,5	3,2
Transport et entreposage	10,1	2,0	-8,2	990,2	1,5	17,5	22,6
Industrie de l'information et industrie culturelle	20,1	18,9	-1,2	273,9	0,5	27,7	..
Finance et assurances	14,7	7,3	-7,4	634,5	0,3	19,2	11,4
Services immobiliers et services de location et de location à bail	9,5	4,8	-4,7	137,0	0,4	61,2	17,0
Services professionnels, scientifiques et techniques	11,5	7,2	-4,4	334,6	0,6	14,4	56,4
Gestion de sociétés et d'entreprises	8,0	1,4	-6,6	7,2	..	52,7	34,0
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	17,3	6,4	-10,9	63,5	0,1	18,7	7,4
Services d'enseignement privé	17,3	15,6	-1,7	71,4	2,6	54,5	15,2
Soins de santé et assistance sociale privés	3,1	1,3	-1,8	3,1	..	25,8	0,6
Arts, spectacles et loisirs	10,1	5,3	-4,8	10,5	0,2	88,3	52,1
Hébergement et services de restauration	7,9	5,1	-2,8	175,3	0,6	72,5	50,2
Autres services, sauf les administrations publiques	3,7	3,5	-0,2	x	x	1,6	0,0
Tout le secteur privé	10,1	6,4	-3,7	7 245,6	0,4	20,0	16,6

.. Données indisponibles.

x Données confidentielles.



AUTRES COMMUNIQUÉS

Statistiques démographiques annuelles

1^{er} juillet 2000

Le taux de croissance de la population du Canada a augmenté légèrement dans les 12 mois précédant le 1^{er} juillet 2000, tout en restant inférieur au taux de 1 % pour la troisième année consécutive.

Le 1^{er} juillet 2000, la population était estimée à 30 750 000, en hausse de 0,8 % par rapport au 1^{er} juillet 1999. En nombre absolu, l'augmentation atteignait 256 700 en 1999-2000 contre 245 500 les 12 mois précédents.

Ce léger raffermissement de la croissance résultait exclusivement du nombre plus élevé d'immigrants. On estime à 205 000 le nombre de ceux arrivés au Canada entre le 1^{er} juillet 1999 et le 30 juin 2000 au lieu de 173 000 en 1998-1999.

L'Ontario, qui compte 38 % de la population du pays, a attiré près de 57 % des immigrants en 1999-2000 au lieu de 53 % l'année précédente. Des 32 000 immigrants supplémentaires acceptés par le Canada en 1999-2000, 25 000 se sont installés en Ontario. Ce fait explique largement le taux de croissance de 1,3 % de la population ontarienne, qui est le plus élevé de toutes les provinces.

L'Alberta, qui avait le taux de croissance le plus élevé en 1998-1999, a reculé au deuxième rang parce que son solde migratoire interprovincial a baissé de plus de la moitié, passant de 25 000 en 1998-1999 à moins de 12 000 en 1999-2000. La population de deux provinces – Terre-Neuve et la Saskatchewan – a baissé durant cette année.

Parmi les régions métropolitaines de recensement, Calgary a enregistré la croissance la plus élevée (+2,5 %). Elle les dépasse tant par son taux d'accroissement naturel (+0,7 %) que par son solde migratoire interprovincial (+1,3 %).

En 1998-1999, les régions essentiellement urbaines avaient la croissance la plus élevée (+1,1 %), suivies des régions intermédiaires (+0,9 %) et des régions rurales voisines des régions métropolitaines (+0,7 %). Les régions rurales non voisines des régions métropolitaines et les régions rurales du Nord ont enregistré des baisses de leur population.

Le solde migratoire international est le facteur clé de la croissance des régions essentiellement urbaines, composées des 11 plus importantes régions urbaines au pays. Ces régions ont aussi un accroissement naturel élevé, dépassé seulement par celui des régions

nordiques. À un degré moindre, leur croissance résulte également d'un solde migratoire interprovincial positif. Les régions rurales non voisines des régions métropolitaines et les régions nordiques ont des soldes migratoires négatifs. Comme leur accroissement naturel ne compense plus leurs déficits migratoires, elles sont en déclin démographique.

De 1995 à 2000, la population âgée de 65 ans et plus s'est accrue de 9,6 %, passant de 3,51 millions à 3,85 millions. Si la tendance actuelle persiste, elle augmentera de 9,3 % de 2000 à 2005. La population âgée de 80 ans et plus a progressé de 16,6 % de 1995 à 2000, passant de 780 000 à 910 000. De 2000 à 2005, elle pourrait augmenter de 25,8 % et atteindre 1,15 million.

Cependant, la population âgée de moins de 15 ans est en déclin. Elle a baissé de 1,8 % de 1995 à 2000 pour se situer à 5,87 millions. Les projections montrent qu'elle pourrait perdre encore 4,3 % de 2000 à 2005.

Données stockées dans CANSIM: matrice 8151.

Le document *Statistiques démographiques annuelles* (91-213-XPB, 125 \$, incluant le CD-ROM) est maintenant en vente. La version électronique (91-213-XIB, 56 \$, sans CD-ROM) paraîtra bientôt. 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 François Nault au (613) 951-9582, Division de la démographie. ■

Transport du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés par pipeline

Janvier 2001

Les arrivages nets par pipelines de pétrole brut et d'équivalents ont augmenté de 8,2 % par rapport à janvier 2000, pour atteindre 14 111 981 mètres cubes. Les arrivages nets de gaz de pétrole liquéfiés et de produits pétroliers raffinés ont diminué de 0,6 % par rapport à janvier 2000, pour s'établir à 6 830 324 mètres cubes.

Les exportations de pétrole brut par pipelines se sont accrues de 2,4 % par rapport à janvier 2000 pour atteindre 6 252 261 mètres cubes. Les importations par pipelines ont atteint 2 362 967 mètres cubes, en hausse de 21,7 %.

En janvier, les livraisons par pipelines de pétrole brut aux raffineries canadiennes ont atteint 6 223 751 mètres cubes, en hausse de 6,9 % par rapport à janvier 2000. Les livraisons de gaz de pétrole liquéfié et de produits pétroliers raffinés ont fléchi pour se situer à 529 566 mètres cubes, en baisse de 11,6 %.

Données stockées dans CANSIM: matrices 181 et 591 à 595.

Le numéro de janvier 2001 de *Transport du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés par pipeline* (55-001-XIB, 9 \$ / 86 \$) 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 Eleonore Harding au (613) 951-5708 (hardele@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Statistiques du charbon et coke, janvier 2001
Numéro au catalogue: **45-002-XIB** (9\$/85\$).

Transport du pétrole brut et des produits pétroliers raffinés par pipeline, janvier 2001
Numéro au catalogue: **55-001-XIB** (9\$/86\$).

Statistiques démographiques annuelles, 2000
Numéro au catalogue: **91-213-XPB** (125\$).

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

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

Pour commander les produits

Pour commander les produits par téléphone:

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

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

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

Pour commander par Internet: écrivez à order@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous les rubriques *Produits et services* et *Publications payantes* (\$).

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

Page 1 de 1 Page 11 (11-001F) (11-001F)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le 3 avril 2001
Pour 81¢ plus 5¢ HST

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- ◆ **Transport aérien, 1998** 7
Après le pic de 2000, le transport aérien canadien a été de plus en plus affecté par la baisse de trafic à l'échelle mondiale, la fermeture des routes de transport ainsi que la réduction des dépenses de dépenses de dépenses.
- ◆ **Productivité, réajustement horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 6
À l'issue de la période de réajustement de 1996, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 est comparable à celui de 1995.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice composite d'emploi, mai 2001 10
- Épargne et les obligations à court terme 10
- Qualité de l'emploi, septembre 2000 à la 31 mai 1997 11
- Partis de l'Ontario, 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12




Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F.

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

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

Rédactrice: Julie Bélanger (613) 951-1187, julie.belanger@statcan.ca
 Chef de la Diffusion officielle: Madeleine Simard (613) 951-1088, madeleine.simard@statcan.ca

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