



# Le Quotidien

## Statistique Canada

Le jeudi 3 octobre 2002

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

### COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Consommation modérée d'alcool et maladie cardiaque** 2  
D'après une nouvelle étude, la consommation modérée d'alcool est associée à une diminution des risques qu'un diagnostic de maladie cardiaque soit posé ou qu'un décès causé par cette maladie s'ensuive chez les femmes de 40 ans et plus, mais non chez les hommes du même âge.

### AUTRES COMMUNIQUÉS

- Ventes et stocks des grands magasins, août 2002 4
- Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, deuxième trimestre de 2002 4
- Acier en formes primaires, semaine se terminant le 28 septembre 2002 6

### NOUVEAUX PRODUITS 7

### CENTRES DE CONSULTATION RÉGIONAUX 9

#### Profils du Recensement de 2001, subdivisions de recensement dissoutes 2001

Des profils sont maintenant offerts pour les thèmes «Chiffres de population et des logements » et «Âge et sexe» à l'échelon des subdivisions de recensement (SDR) dissoutes. Le concept des SDR dissoutes permet de totaliser les données du recensement actuel, soit celui de 2001, pour les SDR telles qu'elles étaient délimitées lors du recensement précédent, soit celui de 1996.

Ces profils et une nouvelle option de cartes géographiques sont accessibles gratuitement dans le site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)). À la page d'accueil, choisissez *Profils des communautés*. Pour plus de renseignements, communiquez avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.



## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

### Consommation modérée d'alcool et maladie cardiaque

D'après une nouvelle étude, la consommation modérée d'alcool est associée à une diminution des risques qu'un diagnostic de maladie cardiaque soit posé ou qu'un décès causé par cette maladie s'ensuive chez les femmes de 40 ans et plus, mais non chez les hommes du même âge.

La cote exprimant le risque d'un diagnostic de maladie cardiaque ou d'un décès causé par une telle maladie au cours des quatre années de suivi variait selon la consommation d'alcool. Elle était plus de deux fois plus faible pour les femmes qui ont déclaré, en 1994-1995, qu'elles avaient consommé de deux à neuf verres d'alcool au cours de la semaine qui avait précédé l'interview que pour celles qui ont dit n'avoir jamais bu d'alcool au cours de leur vie.

Ces associations persistent même si l'on tient compte de l'effet d'autres facteurs influant sur le risque de maladie cardiaque. Étant donné la petite taille de l'échantillon d'enquête comparativement à d'autres études, il est notable que ces associations émergent après seulement quatre années de suivi.

Bien que des études précédentes aient révélé que la consommation modérée d'alcool avait un effet protecteur pour les hommes et les femmes, l'analyse des données de l'Enquête nationale sur la santé de la population (ENSP) n'a pas permis d'observer un tel effet pour les hommes.

#### Les habitudes de consommation d'alcool chez les hommes et les femmes diffèrent

La consommation déclarée d'alcool dans le cadre de l'ENSP variait considérablement selon le sexe. En 1994-1995, l'abstinence à vie était plus courante chez les femmes que chez les hommes (13 % contre seulement 6 %). Une plus forte proportion de femmes que d'hommes ont indiqué boire à l'occasion, tandis que les hommes étaient plus susceptibles que les femmes de déclarer une consommation modérée ou excessive d'alcool.

Chez les femmes âgées de 40 ans et plus, 11 % de celles qui n'avaient jamais consommé d'alcool de leur vie et 14 % des anciennes consommatrices ont eu un diagnostic de maladie cardiaque ou sont décédées d'une telle maladie de 1994-1995 à 1998-1999. Au cours de la même période, seulement 4 % des femmes dont

#### Note aux lecteurs

Le présent communiqué est fondé sur l'article intitulé «Consommation modérée d'alcool et maladie cardiaque» publié dans les Rapports sur la santé, vol. 14, n° 1. Cet article décrit le lien entre les habitudes de consommation d'alcool et la déclaration d'un diagnostic subséquent de maladie cardiaque ou un décès par maladie cardiaque.

L'analyse s'appuie sur les données longitudinales provenant des trois premiers cycles de l'Enquête nationale sur la santé de la population (ENSP) réalisés en 1994-1995, 1996-1997 et 1998-1999. La cause du décès a été établie d'après des renseignements extraits de la Base canadienne de données sur la mortalité.

L'étude a porté sur 3 379 femmes et 2 635 hommes âgés de 40 ans et plus en 1994-1995 et qui ont déclaré, au moment de l'ENSP, qu'aucun diagnostic de maladie cardiaque les concernant n'avait été établi.

Les données sur la consommation d'alcool de ces personnes en 1994-1995 ont été étudiées par rapport à un diagnostic de maladie cardiaque ou à un décès attribuable à une maladie cardiaque au cours des quatre années suivantes.

la consommation d'alcool était légère et environ 3 % de celles qui buvaient modérément ont obtenu un diagnostic de maladie cardiaque ou sont décédées des suites d'une telle maladie.

#### D'autres facteurs influent sur la maladie cardiaque

Les facteurs qui ont été pris en compte dans le cadre de cette analyse sont les suivants: l'âge, le revenu du ménage, le niveau de scolarité, l'état de santé autoévalué, le diagnostic de diabète ou d'hypertension, les antécédents familiaux de maladie cardiaque, l'activité physique durant les loisirs, l'indice de masse corporelle, l'usage du tabac et, chez les femmes, l'hormonothérapie substitutive. Même si on tient compte de ces facteurs de risque, le lien entre la consommation modérée d'alcool, soit de deux à neuf verres par semaine, et le diagnostic de maladie cardiaque ou le décès attribuable à une maladie cardiaque persiste chez les femmes. Par contre, aucune association comparable n'est observée chez les hommes.

Un certain nombre d'autres facteurs se sont révélés être associés de façon significative à la maladie cardiaque. La cote exprimant le risque d'un diagnostic de maladie cardiaque ou d'un décès causé par une telle maladie était nettement plus élevée pour les hommes et les femmes de 55 à 69 ans ou de 70 ans et plus que pour ceux et celles de 40 à 54 ans.

Les antécédents familiaux représentaient un prédicteur important de la maladie cardiaque chez les hommes comme chez les femmes. En revanche, l'activité physique avait un effet protecteur.

La cote exprimant le risque d'un diagnostic de maladie cardiaque ou d'un décès causé par une maladie cardiaque était plus de deux fois plus élevée pour les hommes ayant déclaré être diabétiques en 1994-1995 que pour ceux qui ne l'étaient pas.

La cote exprimant le risque qu'on diagnostique subséquemment une maladie cardiaque ou de décéder d'une maladie cardiaque était plus élevée pour les hommes qui faisaient de l'embonpoint ou étaient obèses en 1994-1995 que pour ceux dont le poids se situait à un niveau acceptable. Par contre, la cote exprimant le risque d'un diagnostic de maladie cardiaque était plus faible pour les femmes faisant de l'embonpoint que pour celles dont le poids se situait à un niveau acceptable. De plus, aucun lien n'apparaît entre l'obésité et la maladie cardiaque chez les femmes.

L'analyse n'indique aucune association significative entre la maladie cardiaque et l'hormonothérapie substitutive, peut-être parce qu'on n'a pas fait la distinction entre les femmes prenant uniquement des oestrogènes et celles prenant une combinaison d'hormones, ou peut-être par manque d'efficacité statistique (seulement 14 % des femmes ont dit suivre une hormonothérapie substitutive).

**Information sur les méthodes et la qualité des données disponible dans la Base de métadonnées intégrée: numéro d'enquête 3225.**

L'article intitulé «Consommation modérée d'alcool et maladie cardiaque» est maintenant disponible

dans la publication *Rapports sur la santé*, vol. 14, n° 1 (82-003-XIF, 15 \$ / 44 \$; 82-003-XPf, 20 \$ / 58 \$). Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Kathryn Wilkins au (613) 951-1769 ([kathryn.wilkins@statcan.ca](mailto:kathryn.wilkins@statcan.ca)), Division de la statistique de la santé.

Ce numéro de *Rapports sur la santé* renferme deux autres articles. Le premier, intitulé «Hôpitaux de l'Ontario, fusions, séjours abrégés et réhospitalisations», montre que les caractéristiques de l'hôpital qui pouvaient témoigner d'une restructuration – une récente fusion administrative ou une diminution de la durée moyenne de séjour – ne sont aucunement liées à la réhospitalisation de patients atteints de pneumonie ou ayant fait un infarctus aigu du myocarde dans les 30 jours suivant leur congé. Pour plus de renseignements, communiquez avec Claudio E. Pérez au (613) 951-1733, Division de la statistique de la santé.

Le deuxième article intitulé «Arthroplastie de la hanche et du genou» montre que le nombre et les taux d'arthroplasties de la hanche et du genou chez les personnes âgées ont considérablement augmenté de 1981-1982 à 1998-1999, tandis que la durée de l'hospitalisation a diminué pour chaque intervention. Pour plus de renseignements, communiquez avec Wayne J. Millar au (613) 951-1631, Division de la statistique de la santé.

Pour plus de renseignements au sujet de la publication *Rapports sur la santé*, communiquez avec Marie P. Beudet au (613) 951-7025 ([beaumar@statcan.ca](mailto:beaumar@statcan.ca)), Division de la statistique de la santé. ■

## AUTRES COMMUNIQUÉS

### Ventes et stocks des grands magasins

Août 2002

En août, les ventes des grands magasins ont fléchi de 1,4 % pour atteindre 1,76 milliard de dollars (donnée désaisonnalisée) par rapport à juillet. De faibles ventes pour la rentrée scolaire, telles que déclarées par le secteur, ont pu contribuer à cette baisse, qui a fait suite à deux mois de croissance.

Depuis l'augmentation de 5,0 % observée en janvier, les ventes des grands magasins se sont stabilisées, variant d'un mois à l'autre de 1,77 milliard de dollars en moyenne. Auparavant, elles avaient été à la hausse depuis le printemps 2000.

### Ventes des grands magasins, incluant les concessions

|   | Août<br>2001              | Août<br>2002   | Août<br>2001<br>à<br>août<br>2002 | Janv.<br>à<br>août<br>2002 | Janv.-<br>août<br>2001<br>à<br>janv.-<br>août<br>2002 |
|---|---------------------------|----------------|-----------------------------------|----------------------------|---|
| données non désaisonnalisées  |                           |                |                                   |                            |   |
|   | en millions de<br>dollars |                | var.<br>en %                      | en millions<br>de dollars  | var.<br>en %  |
| <b>Canada</b>   | <b>1 631,0</b>            | <b>1 730,2</b> | <b>6,1</b>                        | <b>12 302,8</b>            | <b>8,0</b>  |
| Terre-Neuve-et-<br>Labrador et l'Île-<br>du-Prince-Édouard <sup>1</sup>                 | 40,9                      | 45,1           | 10,1                              | 287,3                      | 13,7  |
| Nouvelle-Écosse   | 48,4                      | 56,1           | 15,9                              | 368,9                      | 15,3  |
| Nouveau-Brunswick   | 39,7                      | 42,2           | 6,3                               | 272,4                      | 7,1   |
| Québec  | 291,4                     | 313,7          | 7,6                               | 2 315,1                    | 10,8  |
| Ontario   | 692,2                     | 724,8          | 4,7                               | 5 176,5                    | 7,0   |
| Manitoba  | 66,2                      | 68,2           | 3,1                               | 490,4                      | 5,0   |
| Saskatchewan  | 57,1                      | 63,5           | 11,2                              | 438,9                      | 7,6   |
| Alberta   | 201,4                     | 218,1          | 8,3                               | 1 527,2                    | 8,5   |
| Colombie-Britannique,<br>Yukon, Territoires<br>du Nord-Ouest et<br>Nunavut <sup>1</sup> | 193,7                     | 198,6          | 2,5                               | 1 426,1                    | 5,0   |

<sup>1</sup> Pour des raisons de confidentialité, les données de Terre-Neuve-et-Labrador et de l'Île-du-Prince-Édouard sont regroupées, comme le sont celles de la Colombie-Britannique, du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut.

En août, les ventes moyennes des grands magasins par emplacement ont atteint 2,39 millions de dollars et sont demeurées pratiquement inchangées par rapport à janvier. Cependant, les ventes moyennes par emplacement ont augmenté de 5,3 % comparativement à août 2001. Il y avait 739 points de vente en août 2002, contre 731 en août 2001.

À l'échelon national, les ventes des grands magasins (données non désaisonnalisées) ont progressé de 6,1 % en août par rapport à août 2001. Au

cours de la même période d'un an, les ventes se sont accrues dans toutes les provinces. La Nouvelle-Écosse, le groupe formé de Terre-Neuve-et-Labrador et de l'Île-du-Prince-Édouard et la Saskatchewan ont chacun enregistré une augmentation de 10 % ou plus. L'Alberta, le Québec et le Nouveau-Brunswick ont affiché une progression d'au moins 6,0 %. Les autres provinces ont affiché une croissance de leurs ventes de moins de 5,0 % d'une année à l'autre.

### Données stockées dans CANSIM: tableaux 076-0001 à 076-0003.

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](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Louise Généreux au (613) 951-7386 ([louise.geneureux@statcan.ca](mailto:louise.geneureux@statcan.ca)), Division de la statistique du commerce. ■

### Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail

Deuxième trimestre de 2002

Les dépenses de consommation dans les magasins de détail ont augmenté pour tous les principaux groupes de marchandises sauf un au deuxième trimestre comparativement au deuxième trimestre de 2001. Ce sont les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques qui ont le plus progressé d'une année à l'autre.

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques ont fait un bond de 11,6 % pour atteindre 5,6 milliards de dollars. À l'exception du premier trimestre de 2000, il s'agit de l'augmentation la plus marquée depuis le début de l'enquête en 1997. Le solide marché de l'habitation a continué d'alimenter les ventes dans cette catégorie, les consommateurs ayant acheté des articles pour la maison.

D'une année à l'autre, les ventes de carburants, d'huile et d'additifs pour véhicules automobiles ont reculé pour un quatrième trimestre consécutif. Ces diminutions sont essentiellement attribuables à la baisse des prix à la pompe.

Les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires ont connu la plus faible progression (+2,7 %), mais il s'agit tout de même de la plus forte

augmentation de ces ventes d'une année à l'autre enregistrée en un an. Les prix des vêtements ont légèrement fléchi par rapport à ceux observés au deuxième trimestre de 2001.

Dans l'ensemble, les consommateurs ont acheté des biens et services pour une valeur 80,4 milliards de dollars d'avril à juin, en hausse de 5,6 % par rapport au deuxième trimestre de 2001.

### Ventes par marchandises, ensemble des magasins de vente au détail

|   | Deuxième trimestre de 2001 <sup>r</sup> | Premier trimestre de 2002 <sup>r</sup> | Deuxième trimestre de 2002 <sup>p</sup> | Deuxième trimestre de 2001 au deuxième trimestre de 2002 |
|---|---|--|---|--|
| données non désaisonnalisées                            |   |  |   |  |
|   | en millions de dollars                  |  |   | var. en %  |
| <b>Marchandises</b>                                     |   |  |   |  |
| Aliments et boissons                                    | 16 068                                  | 15 286                                 | 16 533                                  | 2,9  |
| Articles de santé et de soins personnels                | 5 167                                   | 5 414                                  | 5 673                                   | 9,8  |
| Vêtements, chaussures et accessoires                    | 6 479                                   | 4 943                                  | 6 657                                   | 2,7  |
| Articles d'ameublement et appareils électroniques       | 5 004                                   | 5 073                                  | 5 583                                   | 11,6   |
| Véhicules automobiles, pièces et services               | 24 019                                  | 19 724                                 | 26 042                                  | 8,4  |
| Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles | 5 995                                   | 4 709                                  | 5 700                                   | -4,9   |
| Tous les autres biens et services                       | 13 412                                  | 10 375                                 | 14 212                                  | 6,0  |
| <b>Total</b>  | <b>76 145</b>                           | <b>65 524</b>                          | <b>80 400</b>                           | <b>5,6</b>   |

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques se sont accrues de 14,3 % dans les magasins spécialisés, et de 5,5 % dans les magasins de marchandises diverses. Dans le passé, la part de marché des magasins spécialisés par rapport aux magasins de marchandises diverses avait augmenté pour les ventes de ces marchandises. De tous les articles d'ameublement et les appareils électroniques vendus au deuxième trimestre dans les magasins de détail, 65,1 % ont été achetés dans les magasins spécialisés, comparativement à 60,9 % au deuxième trimestre de 1998. La part de marché des magasins de marchandises diverses était de 24,7 % au deuxième trimestre de 2002, en baisse par rapport à 28,6 % au deuxième trimestre de 1998.

Dans ce groupe de marchandises, les ventes de gros appareils ménagers ont crû de 16,2 %. Il s'agit de la plus forte hausse observée depuis le début de l'enquête. La croissance des ventes de meubles

d'intérieur (+11,3 %) a également été forte. Les ventes d'appareils électroniques, d'ordinateurs (incluant les logiciels), de caméras et de téléphones se sont accrues de 9,6 %. Il s'agit de la progression la plus élevée d'une année à l'autre depuis le troisième trimestre de 2000. Les ventes de téléviseurs et de matériel audio-vidéo représentaient la majeure partie de cette augmentation. Par ailleurs, les achats d'ordinateurs et de logiciels étaient en hausse de 12,7 %. (Pour des raisons historiques, les magasins spécialisés dans la vente d'ordinateurs ont été classés dans le commerce de gros et ne sont donc pas inclus dans ces estimations.)

Les consommateurs ont dépensé 26,0 milliards de dollars en véhicules automobiles, en pièces et en services au deuxième trimestre, en hausse de 8,4 %. Les ventes ont fortement augmenté au cours des trois derniers trimestres, en partie en raison des programmes d'incitation offerts par les concessionnaires.

Les ventes de camions, de fourgonnettes et de véhicules utilitaires sport neufs se sont accrues de 12,0 %. Il s'agit d'un troisième trimestre consécutif de croissance supérieures à 10 % d'une année à l'autre, au chapitre des ventes. Les ventes de véhicules neufs ont crû de 6,8 % et celles de véhicules d'occasion, de 8,4 %.

Les dépenses pour les articles de santé et de soins personnels ont crû de 9,8 % au deuxième trimestre. Les ventes ont connu une forte hausse dans cette catégorie au cours de la dernière année et demie. Les ventes de médicaments (médicaments sur ordonnance et en vente libre) et de vitamines représentent plus de 60 % des ventes de cette catégorie.

Les consommateurs ont dépensé 12,6 % de plus qu'en 2001 pour l'achat de médicaments d'ordonnance, ce qui constitue une deuxième augmentation consécutive de cette ampleur d'une année à l'autre. Les ventes de médicaments en vente libre ont progressé de 9,1 %.

Les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires ont crû de 2,7 %. Il s'agit de la hausse la plus marquée en un an. Les prix des vêtements ont légèrement diminué par rapport au deuxième trimestre de 2001. L'accroissement des ventes dans cette catégorie est attribuable aux ventes de vêtements pour femmes (+3,6 %). Les ventes de vêtements pour hommes sont restées relativement stables et celles pour enfants ont légèrement augmenté (+0,7 %). Les ventes de chaussures étaient en hausse de 4,7 %.

**Nota:** L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail recueille les données sur les ventes au détail à l'échelon national selon la marchandise. Les données proviennent d'un sous-échantillon d'entreprises de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. Les données n'ont pas été désaisonnalisées.

Toutes les variations indiquées sous forme de pourcentages sont des variations d'une année à l'autre.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 080-0010.**

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](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Annie Côté-Steski au (613) 951-6590 ([annie.cote-steski@statcan.ca](mailto:annie.cote-steski@statcan.ca)), Division de la statistique du commerce. ■

**Acier en formes primaires**

Semaine se terminant le 28 septembre 2002 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 28 septembre a

atteint 324 364 tonnes métriques, en hausse de 10,7 % par rapport à la production de 292 911 tonnes de la semaine précédente et de 13,5 % comparativement à la production de 285 750 tonnes de la semaine correspondante en 2001.

Le total cumulatif au 28 septembre était de 11 968 884 tonnes, en hausse de 6,3 % comparativement aux 11 258 774 tonnes produites au cours de la même période en 2001.

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. ■

## NOUVEAUX PRODUITS

**Comptes nationaux des revenus et dépenses, estimations trimestrielles**, deuxième trimestre de 2002, vol. 50, n° 2

**Numéro au catalogue: 13-001-XIB** (33 \$/109 \$).

**Comptes nationaux des revenus et dépenses, estimations trimestrielles**, deuxième trimestre de 2002, vol. 50, n° 2

**Numéro au catalogue: 13-001-XPB** (44 \$/145 \$).

**Emploi, gains et durée du travail**, juillet 2002, vol. 80, n° 7

**Numéro au catalogue: 72-002-XIB** (24 \$/240 \$).

**Rapports sur la santé**, vol. 14, n° 1

**Numéro au catalogue: 82-003-XIF** (15 \$/44 \$).

**Rapports sur la santé**, vol. 14, n° 1

**Numéro au catalogue: 82-003-XPF** (20 \$/58 \$).

**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.

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 [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 *Nos produits et services*, puis *Publications payantes* (\$).

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

Catalogue 11-001-XIF (Anglais) 11-010-150-03000003



Le Quotidien  
Statistique Canada

Le jeudi 3 octobre 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 sur 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 marchés publics 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 [lstproc@statcan.ca](mailto:lstproc@statcan.ca). Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2002. 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<sup>e</sup> 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<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  
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<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

**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