



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 19 novembre 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Indice des prix à la consommation, octobre 2003**

De septembre à octobre, l'Indice des prix à la consommation a diminué de 0,2 %. Cette diminution mensuelle conjuguée à la hausse de 0,3 % entre septembre et octobre 2002 a eu pour effet de réduire l'augmentation sur 12 mois de l'Indice des prix à la consommation, laquelle est passée de 2,2 % en septembre à 1,6 % en octobre. Il s'agit de la plus faible hausse enregistrée depuis juin 2002. Ce ralentissement est entièrement attribuable aux prix de l'énergie.

3
- **L'image de soi à l'adolescence et la santé à l'âge adulte, 1994-1995 à 2000-2001**

Les adolescents dont l'image de soi était positive (une bonne estime de soi et un sentiment de contrôle) et qui n'étaient pas obèses en 1994-1995 étaient nettement moins susceptibles d'être obèses six ans plus tard que ceux et celles dont l'image de soi était négative.

7

AUTRES COMMUNIQUÉS

Voyages entre le Canada et les autres pays, septembre 2003	9
Indice des taux de salaires syndicaux dans la construction, octobre 2003	10
Enquête mensuelle sur les grands détaillants, septembre 2003	11

(suite à la page 2)

Tableaux thématiques du Recensement de 2001, divers échelons géographiques

Des tableaux thématiques supplémentaires pour les thèmes «Composition linguistique du Canada», «Population active du Canada : travail rémunéré» et «Peuples autochtones du Canada» sont maintenant accessibles pour divers échelons géographiques. À partir de la page du *Recensement*, choisissez *Données*, puis *Tableaux thématiques*.

Ces tableaux sont offerts gratuitement, ou pour un coût qui varie selon l'échelon géographique, en format Beyond 20/20 par l'entremise du centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.



NOUVEAUX PRODUITS	13
--------------------------	----

CENTRES DE CONSULTATION RÉGIONAUX	15
--	----

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

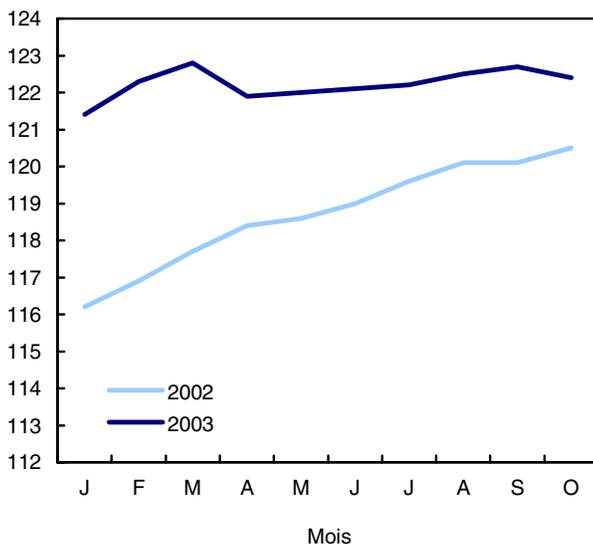
Indice des prix à la consommation

Octobre 2003

De septembre à octobre 2003, l'Indice des prix à la consommation (IPC) a diminué de 0,2 %, principalement en raison des baisses importantes des prix de l'essence et du gaz naturel. Cette diminution mensuelle conjuguée à la hausse de 0,3 % entre septembre et octobre 2002 (effet de base) a eu pour conséquence de réduire l'augmentation sur 12 mois de l'IPC, laquelle est passée de 2,2 % en septembre à 1,6 % en octobre. Il s'agit de la plus faible hausse enregistrée depuis juin 2002. Ce ralentissement est entièrement attribuable aux prix de l'énergie, puisque la hausse sur 12 mois de l'IPC sans l'énergie d'octobre est identique à celle de septembre, soit 1,9 %.

Indice d'ensemble

Indices (1992=100)



Facteurs influençant l'augmentation de l'IPC entre octobre 2002 et octobre 2003

Les facteurs importants qui ont contribué à l'augmentation de 1,6 % de l'IPC entre octobre 2002 et octobre 2003 comprenaient les primes d'assurance de véhicules automobiles, le gaz naturel, les frais scolaires, le coût de remplacement par le propriétaire, les primes d'assurance de propriétaire et les repas au restaurant. Les prix plus faibles des véhicules automobiles, de l'électricité, de l'essence, des vêtements et de

Effet de base :

La variation sur 12 mois de l'Indice des prix à la consommation (IPC) 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 diminuer d'un mois à l'autre du seul fait que la base servant de comparaison a augmenté.

l'hébergement pour voyageurs ont exercé une certaine pression à la baisse sur l'augmentation sur 12 mois de l'IPC.

Les primes d'assurance de véhicules automobiles ont augmenté en moyenne de 18,9 % entre octobre 2002 et octobre 2003, tandis que les primes d'assurance de propriétaire ont progressé de 13,9 %. Les prix du gaz naturel ont bondi de 15,6 %, les hausses allant de 4,8 % au Québec à 24,1 % en Ontario. Les frais de scolarité, représentés par les frais universitaires, se sont accrus de 8,1 %. Le coût de remplacement par le propriétaire, qui est une mesure de la dépréciation d'une maison, estimée sur la base des changements dans le prix des logements neufs (excluant le terrain), a augmenté de 6,6 %. La hausse de 2,6 % du prix des repas au restaurant est attribuable surtout au coût plus élevé de certains aliments et à des augmentations des frais d'exploitation.

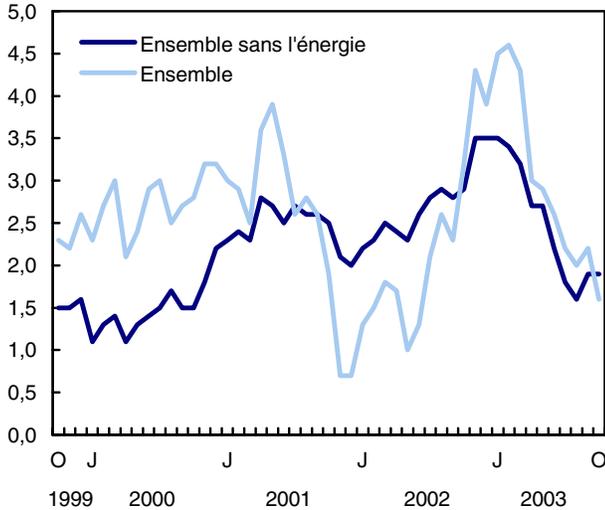
En octobre, les prix des véhicules automobiles étaient de 2,9 % inférieurs à ceux d'octobre 2002. L'indice de l'achat de véhicules automobiles, qui reflète seulement les variations pures de prix et non les variations de prix associés à des changements de qualité, est à son niveau le plus faible depuis octobre 1996.

L'indice de l'électricité a diminué de 5,6 %, les prix de l'Ontario ayant chuté de 13,0 % entre octobre 2002 et octobre 2003, à la suite du retour par le gouvernement provincial à un marché réglementé en décembre 2002. Durant la même période, les prix de l'essence ont reculé de 3,2 %, alors que ceux de l'habillement ont baissé de 2,9 %. Les prix de l'habillement montrent une tendance à la baisse depuis plus de deux ans.

Les prix de l'hébergement pour voyageurs affichent également une tendance à la baisse, la comparaison sur 12 mois étant négative depuis juin 2001. Ils ont baissé de 8,1 % entre octobre 2002 et octobre 2003. L'industrie du tourisme a été touchée par un bon nombre de facteurs, incluant le ralentissement économique aux États-Unis, une devise canadienne plus forte, l'instabilité mondiale et l'épidémie du SRAS (syndrome respiratoire aigu sévère).

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

Taux de variation en %



Léger recul de l'IPC entre septembre et octobre

L'IPC a diminué de 0,2 % entre septembre 2003 et octobre 2003, mettant un terme à sa lente progression des cinq mois précédents. Les prix plus bas de l'essence, du gaz naturel, de l'hébergement pour voyageurs et des véhicules automobiles ont exercé une pression à la baisse sur l'IPC d'ensemble. Des pressions à la hausse provenaient de l'augmentation des impôts fonciers, des prix du boeuf et de ceux de l'entretien et des réparations par le propriétaire. Excluant l'influence des prix de l'énergie, l'IPC est demeuré stable de septembre à octobre.

Les prix de l'essence ont chuté en moyenne de 6,6 % entre septembre et octobre. Les baisses des prix allaient de 2,2 % à l'Île-du-Prince-Édouard à 11,1 % au Manitoba. Des diminutions plus importantes ont été enregistrées dans les provinces de l'Ouest.

Après avoir augmenté en septembre, l'indice du gaz naturel a diminué de 8,3 % en octobre, principalement en raison de la pression exercée par les baisses des prix en Ontario et en Alberta. En Ontario, les entreprises de services publics ont rajusté leurs taux pour tenir compte des changements à la baisse aux prévisions de prix pour l'année à venir, tandis que dans le marché déréglementé de l'Alberta, les taux ont été rajustés pour tenir compte de la baisse des prix de gros du gaz.

Les prix de l'hébergement pour voyageurs ont diminué de 6,1 % en octobre. Cette baisse a fait suite

à celle de 4,5 % survenue en septembre, qui marquait la fin de la haute saison touristique.

Les prix des véhicules automobiles ont diminué de 0,7 % en octobre, certains fabricants désireux d'écouler leurs stocks de modèles 2003 offrant des incitatifs plus importants. L'IPC reflétera les prix des modèles 2004 à compter de novembre.

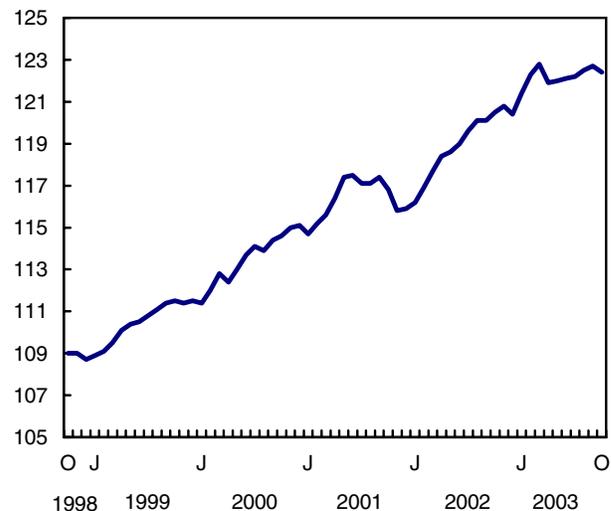
Les impôts fonciers ont augmenté de 2,8 %. Toutes les provinces ont affiché des hausses allant de 0,3 % à Terre-Neuve-et-Labrador et au Manitoba à 6,4 % en Alberta. La majeure partie de cette augmentation coïncidait avec des réévaluations immobilières plus élevées en Ontario, en Colombie-Britannique et en Alberta. Les changements dans les impôts fonciers sont reflétés dans l'IPC une fois l'an, en octobre.

Les prix du boeuf ont progressé de 4,7 % entre septembre et octobre 2003, après avoir reculé au cours des cinq mois précédents. Une plus forte demande en juillet et en août ainsi que la reprise partielle des exportations vers le Mexique et les États-Unis ont réduit l'offre excédentaire résultant du cas d'encéphalopathie spongiforme constaté en mai 2003, exerçant un effet à la hausse sur les prix.

Les prix de l'entretien et des réparations par le propriétaire ont augmenté de 1,3 % en octobre. Il s'agit d'une hausse qui a été entièrement attribuable aux prix plus élevés des matériaux, particulièrement la moquette.

Indice des prix à la consommation

Indice non désaisonnalisé (1992=100)



L'IPC désaisonnalisé est demeuré stable entre septembre et octobre 2003

Après correction pour tenir compte des influences saisonnières, l'IPC est demeuré inchangé entre septembre et octobre. L'effet attribuable à des indices désaisonnalisés plus faibles au chapitre des transports (-1,6 %) et de la santé et des soins personnels (-0,1 %) a été contrebalancé par les pressions à la hausse provenant des indices plus élevés du logement (+0,3 %), des loisirs, de la formation et de la lecture (+0,3 %), des dépenses et de l'équipement de ménage (+0,2 %), des aliments (+0,1 %), de l'habillement et des chaussures (+0,3 %), ainsi que des boissons alcoolisées et des produits du tabac (+0,2 %).

Ensemble sans les huit composantes les plus volatiles (définition de la Banque du Canada)

L'indice d'ensemble sans les huit composantes les plus volatiles, selon la définition de la Banque du Canada, a augmenté de 1,8 % entre octobre 2002 et octobre 2003. Cette augmentation suit une hausse sur 12 mois de 1,7 % en septembre et représente le quatrième mois consécutif d'augmentation au-dessous de la barre des 2,0 %. Les principaux facteurs expliquant l'augmentation en octobre sont les hausses des primes d'assurance de véhicules automobiles, des frais de scolarité, du coût de remplacement par le propriétaire, des primes d'assurance de propriétaire et des prix des repas au restaurant. Les prix plus faibles des véhicules automobiles, de l'électricité et des vêtements ont modéré l'effet de ces augmentations sur l'IPC d'ensemble.

Entre septembre et octobre, l'indice d'ensemble sans les huit composantes les plus volatiles, selon la définition de la Banque du Canada, a augmenté de 0,2 %. La pression à la hausse tenait surtout à la majoration des impôts fonciers, ainsi qu'à la hausse des prix du boeuf et des spectacles. Les diminutions des prix de l'hébergement pour voyageurs, des véhicules automobiles, des boissons non alcoolisées et des vêtements pour femmes ont exercé une certaine pression à la baisse sur l'indice.

Énergie

Les prix de l'énergie ont reculé de 1,0 % entre octobre 2002 et octobre 2003. Cette baisse marque la fin d'un an d'augmentations sur 12 mois. Elle est attribuable principalement à l'affaiblissement des prix de l'électricité (-5,6 %) et de l'essence (-3,2 %), ainsi qu'au fléchissement des prix du mazout (-8,0 %). La hausse de 15,6 % des prix du gaz naturel a toutefois partiellement atténué ces pressions à la baisse.

Entre septembre et octobre, les prix de l'énergie ont fléchi de 4,5 %. Cette diminution a été principalement attribuable à la chute des prix de l'essence (-6,6 %) et du gaz naturel (-8,3 %). Les prix du mazout ont également faibli (-3,8 %), tandis que ceux de l'électricité ont légèrement augmenté (+0,3 %).

Données stockées dans CANSIM : tableaux 326-0001, 326-0002, 326-0009, 326-0012 et 326-0016 à 326-0018.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2301.

Paraît à 7 h dans notre site Web sous *Aujourd'hui dans Le Quotidien*, puis *Dernier communiqué de l'Indice des prix à la consommation*.

Le numéro de septembre 2003 de *L'indice des prix à la consommation* (62-001-XIB, 9 \$ / 83 \$; 62-001-XPB, 12 \$ / 111 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

L'Indice des prix à la consommation de novembre 2003 sera diffusé le 19 décembre.

Pour plus de renseignements, 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 Charles Bérubé au (613) 951-6065, Division des prix. Télécopieur : (613) 951-1539.

□

**Indice des prix à la consommation et composantes principales
(1992=100)**

	Octobre 2003	Septembre 2003	Octobre 2002	Septembre à octobre 2003	Octobre 2002 à octobre 2003
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Ensemble	122,4	122,7	120,5	-0,2	1,6
Aliments	121,1	121,3	118,5	-0,2	2,2
Logement	118,2	117,9	115,8	0,3	2,1
Dépenses et équipement du ménage	115,1	115,1	113,9	0,0	1,1
Habillement et chaussures	105,0	105,0	107,1	0,0	-2,0
Transports	139,7	141,9	137,9	-1,6	1,3
Santé et soins personnels	117,7	117,6	116,2	0,1	1,3
Loisirs, formation et lecture	128,3	128,9	127,7	-0,5	0,5
Boissons alcoolisées et produits du tabac	137,0	137,1	131,2	-0,1	4,4
Ensemble (1986=100)	156,8				
Pouvoir d'achat du dollar à la consommation, (en cents) par rapport à 1992	81,7	81,5	83,0		
Agrégats spéciaux					
Biens	116,8	117,9	117,3	-0,9	-0,4
Services	128,5	128,1	124,1	0,3	3,5
Ensemble sans les aliments et l'énergie	121,1	120,9	118,9	0,2	1,9
Énergie	137,0	143,4	138,4	-4,5	-1,0
Ensemble sans les huit composantes les plus volatiles ¹	123,4	123,2	121,2	0,2	1,8

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)**

	Octobre 2003	Septembre 2003	Octobre 2002	Septembre à octobre 2003	Octobre 2002 à octobre 2003
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Terre-Neuve-et-Labrador	120,3	121,4	119,2	-0,9	0,9
Île-du-Prince-Édouard	122,0	122,2	120,3	-0,2	1,4
Nouvelle-Écosse	123,5	124,1	122,0	-0,5	1,2
Nouveau-Brunswick	122,2	123,0	120,6	-0,7	1,3
Québec	118,3	118,2	116,7	0,1	1,4
Ontario	123,6	123,9	121,5	-0,2	1,7
Manitoba	125,1	125,9	123,8	-0,6	1,1
Saskatchewan	126,6	127,2	125,1	-0,5	1,2
Alberta	129,6	130,1	127,3	-0,4	1,8
Colombie-Britannique	120,6	121,2	118,7	-0,5	1,6
Whitehorse	119,6	120,2	118,8	-0,5	0,7
Yellowknife	117,2	117,9	117,6	-0,6	-0,3
Iqaluit (déc. 2002=100)	100,5	100,3	...	0,2	...

... N'ayant pas lieu de figurer.

L'image de soi à l'adolescence et la santé à l'âge adulte

1994-1995 à 2000-2001

Selon une nouvelle étude fondée sur les données de l'Enquête nationale sur la santé de la population, les adolescentes ont tendance à avoir une moins bonne image de soi que les adolescents et elles sont particulièrement susceptibles d'être touchées par les effets de cette perception. Or, une image de soi positive (une bonne estime de soi et un sentiment de contrôle) semble être essentielle à l'acquisition d'un bon état de santé mentale et physique.

L'« image de soi » est une combinaison d'estime de soi et de ce que l'on appelle le « contrôle », c'est-à-dire la mesure dans laquelle une personne a le sentiment d'exercer un contrôle sur les événements de sa vie. La tendance qu'ont les filles à avoir une moins bonne image de soi que les garçons peut s'expliquer en partie par les expériences différentes vécues au début de l'adolescence, au moment où les garçons et les filles commencent à être confrontés aux rôles stéréotypés assignés à chaque sexe.

Les filles sont plus susceptibles de faire une dépression et de juger leur état de santé médiocre

Selon l'étude, les filles ayant une image de soi négative en 1994-1995 courraient un plus grand risque que les autres de faire une dépression, de juger leur état de santé médiocre et d'être obèses six ans plus tard. Les garçons ayant une image de soi négative à l'adolescence étaient, quant à eux, plus susceptibles de devenir obèses ou physiquement inactifs.

Par contre, une image de soi positive à l'adolescence a des effets à long terme favorables sur l'autoévaluation de la santé chez les filles, mais pas chez les garçons.

L'autoévaluation de l'état de santé représente une mesure, ainsi qu'un prédicteur, fiable et valide de l'état de santé.

Avoir une image de soi positive influe sur le niveau d'activité des garçons

Chez les garçons jugés au moins modérément actifs en 1994-1995, une image de soi positive réduit la cote exprimant le risque de devenir inactif en 2000-2001. Par

Note aux lecteurs

Le présent article est le quatrième d'un groupe d'articles traitant de la santé des enfants canadiens qui seront diffusés cet automne dans la série intitulée *La santé de la population canadienne*, publiée à titre de supplément annuel à *Rapports sur la santé*. Les articles décrivent les facteurs qui concourent à réduire ou à accroître la possibilité pour les enfants de grandir en santé. Un recueil imprimé des articles sera diffusé en décembre.

Le présent article se fonde sur des données provenant des composantes transversale et longitudinale de l'Enquête nationale sur la santé de la population (ENSP). L'analyse vise les jeunes qui avaient de 12 à 19 ans en 1994-1995 et porte sur les associations entre l'image de soi, d'une part, et l'état de santé et les comportements qui influent sur la santé, d'autre part, au cours des six années suivantes.

L'ENSP contient des questions sur deux indicateurs de l'image de soi, à savoir l'estime de soi (l'évaluation par le sujet de sa valeur personnelle) et le contrôle (la mesure dans laquelle le sujet a le sentiment de contrôler son environnement).

contre, chez les filles, l'image de soi à l'adolescence n'a aucun effet à longue échéance sur le niveau d'activité.

Le lien entre l'image de soi et l'obésité ne varie pas selon le sexe

La situation est différente pour l'obésité. Aussi bien les garçons que les filles dont l'image de soi était positive et qui n'étaient pas obèses en 1994-1995 étaient nettement moins susceptibles d'être obèses six ans plus tard que ceux et celles dont l'image de soi était négative.

Il est généralement reconnu que les personnes qui se sentent bien dans leur peau sont plus susceptibles d'être actives, de mieux prendre soin d'elles-mêmes et d'éviter les comportements à risque. Cela pourrait expliquer la relation entre l'image de soi à l'adolescence et l'obésité subséquente qui se dégage de la présente analyse.

Les modalités de logement n'influent pas sur l'image de soi

L'analyse ne révèle aucune association entre l'image de soi des adolescents et le fait qu'ils vivaient avec un de leurs parents, les deux ou aucun. Cependant, elle indique que l'image de soi est d'autant plus forte que le soutien émotionnel perçu par l'adolescent est important.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 3225 et 3236.

L'article intitulé « L'image de soi à l'adolescence et la santé à l'âge adulte » (82-003-SIF, gratuit) est maintenant offert en ligne. Il est le quatrième de plusieurs articles qui seront diffusés cet automne dans la série intitulée *La santé de la population canadienne* publiée à titre de supplément annuel à *Rapports sur la santé* (82-003-XIF, 17 \$ / 48 \$; 82-003-XPF, 22 \$ / 63 \$)

Les autres articles de la série portent sur des sujets tels que l'autoévaluation de la santé, les enfants qui deviennent actifs, l'obésité juvénile et les effets de la violence dont sont témoins les enfants. Un recueil imprimé des articles sera diffusé en décembre 2003.

Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Jungwee Park au (613) 951-4598 (jungwee.park@statcan.ca), Division de la statistique de la santé. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Voyages entre le Canada et les autres pays Septembre 2003

Un nombre estimatif de 3,3 millions de visiteurs sont venus au Canada en septembre, en hausse de 10,7 % par rapport à août. La grande majorité de ces visiteurs provenaient des États-Unis. Le nombre de visiteurs d'outre-mer a également augmenté, alors que 282 000 voyages ont eu lieu en septembre, en hausse de 2,8 % comparativement à août. Malgré le gain enregistré en septembre, le nombre de voyages vers le Canada au cours des neuf premiers mois de cette année était le plus bas depuis 1984.

Le nombre de voyages au Canada en provenance des États-Unis a bondi de 11,5 % en septembre. Il s'agit de la deuxième hausse en quatre mois alors que le nombre de voyages vers le Canada et en provenance du Canada a connu des hausses dans toutes les catégories. Le nombre de voyages des résidents canadiens à l'étranger a également augmenté pour le cinquième mois consécutif, ayant atteint son niveau le plus élevé depuis près d'un an. (À moins d'avis contraire, les données du présent communiqué sont désaisonnalisées).

En septembre, l'augmentation du nombre de voyages au Canada en provenance des États-Unis a été notée pour tous les types de voyage. Le nombre de voyages avec nuitées des Américains au Canada a augmenté de 5,3 %, des hausses ayant été enregistrées pour tous les moyens de transport. Le nombre de voyages de même jour au Canada a augmenté considérablement et le nombre de voyages de même jour en automobile était 10,9 % supérieur à ce qu'il était en août. L'Ontario a enregistré une hausse considérable, alors que 18,3 % plus d'Américains sont entrés par cette province en septembre, faisant suite à un mois d'août mémorable pour sa panne d'électricité.

En septembre, seulement 3 des 12 principaux marchés d'outre-mer au Canada ont connu des baisses mensuelles du nombre de voyages d'une journée et d'une nuit ou plus. Le nombre de visiteurs en provenance de la Chine a chuté de 11,2 %, suivi d'une baisse de 8,0% pour les voyageurs en provenance de la Suisse et d'une diminution de 2,0 % pour ceux en provenance de l'Allemagne. D'autre part, le nombre de visiteurs de Taïwan a augmenté de 16,0 %, suivi

du Japon et du Mexique qui ont affiché des hausses de 11,8 %. De façon générale, le nombre de voyages en provenance de pays d'outre-mer est en progression depuis le printemps 2003.

Le nombre de voyages vers les États-Unis a progressé de 1,5 %, alors qu'un nombre estimatif de 2,9 millions de résidents canadiens ont voyagé au sud de la frontière en septembre. Le nombre de voyages avec nuitées vers les États-Unis a augmenté du même pourcentage. Le nombre de voyages avec nuitées en automobile a augmenté de 1,0 % tandis que le nombre de voyages avec nuitées en avion a crû de 2,4 %. Le nombre de voyages de même jour en automobile a également augmenté (+3,5 %) en septembre. Ceci coïncidait avec une hausse mensuelle de 2,4 % de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain. Depuis septembre 2001, la valeur du dollar canadien a augmenté de 15,7 % par rapport au dollar américain.

Le nombre de voyages en provenance du Canada vers les pays autres que les États-Unis a augmenté pour le cinquième mois consécutif en septembre. Un nombre estimatif de 420 000 résidents canadiens ont entrepris des voyages vers des pays d'outre-mer, en hausse de 1,9 % par rapport à août. Il s'agit du niveau le plus élevé depuis décembre 2002 et du quatrième niveau mensuel le plus élevé à avoir été enregistré.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 427-0001 à 427-0006.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 5005.

Le numéro de septembre 2003 de *Voyages internationaux, renseignements préliminaires*, vol. 19, n° 9 (66-001-PIF, 7 \$ / 59 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-7608 ou composez sans frais le 1 800 307-3382 (*cult.tourstats@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez Danielle Shaienks au (613) 951-5095 (*danielle.shaienks@statcan.ca*), Culture, tourisme et centre des statistiques sur l'éducation. Télécopieur : (613) 951-2909. □

Voyages entre le Canada et les autres pays

	Août 2003 ^r	Septembre 2003 ^p	Août à septembre 2003	Septembre 2003	Septembre 2002 à septembre 2003
	données désaisonnalisées			données non désaisonnalisées	
	en milliers		var. en %	en milliers	var. en %
Voyages des Canadiens à l'étranger¹	3 256	3 306	1,5	3 224	-1,9
Vers les États-Unis	2 844	2 886	1,5	2 860	-2,8
Vers les autres pays	412	420	1,9	363	5,5
Voyages de même jour en automobile aux États-Unis	1 718	1 777	3,5	1 765	1,0
Total des voyages d'une nuit ou plus États-Unis ²	1 462	1 486	1,7	1 413	-5,1
Automobile	1 050	1 066	1,5	1 050	-8,3
Avion	623	629	1,0	658	-9,0
Autre moyen de transport	341	350	2,4	273	-3,6
Autres pays ³	85	87	1,9	119	-14,2
	412	420	1,9	363	5,5
Voyages au Canada¹	2 982	3 301	10,7	3 454	-13,4
En provenance des États-Unis	2 708	3 019	11,5	3 062	-13,1
En provenance des autres pays	274	282	2,8	392	-15,2
Voyages de même jour en automobile des États-Unis	1 483	1 644	10,9	1 616	-15,2
Total des voyages d'une nuit ou plus États-Unis ²	1 372	1 434	4,5	1 644	-12,1
Automobile	1 101	1 160	5,3	1 263	-11,1
Avion	694	732	5,5	742	-13,5
Autre moyen de transport	281	291	3,7	318	-4,9
Autres pays ³	126	136	7,8	203	-11,0
	271	274	1,4	381	-15,1
Principaux marchés d'outre-mer⁴					
Royaume-Uni	49	53	7,6	82	-10,1
France	22	22	0,0	35	-19,3
Allemagne	23	22	-2,0	42	-16,4
Japon	19	21	11,8	38	-45,5
Corée du Sud	13	14	9,3	16	6,2
Australie	13	14	6,0	19	1,2
Mexique	11	13	11,8	13	-6,7
Pays-Bas	8	9	8,3	13	-2,3
Hong Kong	8	9	5,3	9	-10,7
Taiwan	7	8	16,0	9	-8,1
Chine	7	6	-11,2	9	-23,1
Suisse	7	6	-8,0	9	-17,2

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

¹ Les totaux dépassent la somme des données sur les voyages de même jour en automobile et le «total des voyages d'une nuit ou plus parce qu'ils comprennent l'ensemble des voyages de même jour.

² Les estimations pour les États-Unis comprennent les entrées par automobile et par autocar, et des estimations pour les arrivées par avion, par train, par bateau et par d'autres moyens.

³ Les données pour les autres pays n'excluent que les entrées du même jour par voie terrestre via les États-Unis.

⁴ Incluent les voyages de même jour et les voyages d'une nuit ou plus.

Indice des taux de salaires syndicaux dans la construction

Octobre 2003

L'indice total des taux de salaires syndicaux dans la construction (y compris les suppléments) pour le Canada est demeuré inchangé en octobre par rapport à son niveau de 128,0 en septembre (1992=100). L'indice

composite a augmenté de 2,3 % par rapport à l'indice d'octobre 2002.

Les taux de salaires syndicaux sont publiés pour 16 métiers dans 20 régions métropolitaines tant pour les taux de base que pour les taux incluant certains paiements supplémentaires. Des indices (1992=100) sont calculés pour les mêmes régions métropolitaines

et sont publiés pour celles où une majorité des métiers est couverte par les conventions collectives actuelles.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 327-0003 et 327-0004.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2307.

Le numéro du quatrième trimestre de 2003 de *Statistiques des prix des immobilisations* (62-007-XPB, 26 \$ / 85 \$) paraîtra en avril 2004. 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 Rebecca McDougall au (613) 951-3357 (*infounit@statcan.ca*), Division des prix. Télécopieur : (613) 951-1539. ■

Enquête mensuelle sur les grands détaillants
Septembre 2003

En septembre, chaque grand groupe de produits a affiché une hausse dans le groupe des grands détaillants comparativement à septembre 2002, à l'exception de celui des articles de sport et de loisirs. La plus forte croissance des ventes a été observée dans les articles de santé et de soins personnels, les articles d'ameublement et les appareils électroniques, ainsi que la quincaillerie et les produits pour la pelouse et le jardin.

Globalement, les ventes se sont élevées à 7,0 milliards de dollars, soit 4,9 % de plus qu'en septembre 2002 pour le groupe des grands détaillants. Pour les neuf premiers mois de 2003, les ventes se sont accrues de 4,6 % comparativement à la même période en 2002. Il s'agit d'une progression plus lente que la croissance annuelle de 6,1 % observée en 2002.

Les ventes d'articles de sport et de loisirs pour le groupe des grands détaillants ont connu un deuxième ralentissement d'une année à l'autre en 2003. Les ventes d'articles de sport, qui étaient en progression de 3,4 % comparativement à septembre 2002, ont été tempérées par la baisse des ventes d'articles de loisirs. Les ventes de jouets, de jeux et d'articles de passe-temps, qui représentent le quart des ventes d'articles de sport et de loisirs, ont chuté de 7,2 % en septembre. Les CD, les DVD et les bandes vidéo et audio préenregistrés, qui forment près de 20 % des ventes d'articles de sport et de loisirs, ont accusé un net repli de 10,8 % comparativement à septembre 2002.

Les articles de santé et de soins personnels ont affiché la plus forte croissance des ventes en

septembre, en hausse de 11,0 % comparativement à septembre 2002. Les ventes ont été propulsées par la vigueur soutenue des ventes de médicaments sur ordonnance et en vente libre (qui comprennent les vitamines, les plantes médicinales et les autres suppléments de santé). Les ventes de produits de toilette et d'articles de soins personnels (à l'exception des produits cosmétiques et des parfums) ont également été vigoureuses en septembre, ayant affiché une augmentation de 9,7 %.

Ventes, par marchandises, du groupe des grands détaillants

	Août 2003 ^r	Septembre 2002	Septembre 2003 ^p	Septembre 2002 à septembre 2003
données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			var. en %
Marchandises				
Aliments et boissons	2 429	2 153	2 233	3,7
Vêtements, chaussures et accessoires	1 361	1 282	1 320	2,9
Articles d'ameublement et appareils électroniques	1 179	1 007	1 101	9,4
Articles de santé et de soins personnels	705	615	682	11,0
Articles et fournitures pour la maison	371	321	338	5,5
Articles de sport et loisirs	347	296	288	-2,6
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	273	211	232	10,2
Autres biens et services	946	821	842	2,6
Total	7 610	6 705	7 037	4,9

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Le marché de l'habitation en pleine effervescence a continué d'avoir un effet positif sur les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques pour les grands détaillants, tout comme la croissance importante du nombre de magasins nouveaux ou agrandis dans ce secteur au cours de la dernière année. Depuis septembre 2002, il y a eu un bond de 15,5 % des ventes d'appareils électroniques comme les téléviseurs, le matériel audio-vidéo, les ordinateurs, les téléphones et le matériel de bureau à la maison. Les ventes appareils ménagers ont aussi été beaucoup plus robustes, notamment grâce à une augmentation de 17,0 % du côté des gros appareils ménagers. Cependant, les ventes de meubles d'intérieur n'ont pas semblé en profiter autant, demeurant à peu près au même niveau que l'année précédente.

Les ventes de la catégorie des autres biens et services ont connu une modeste progression de 2,6 % en septembre dans le groupe des grands détaillants. Le gros de la croissance est attribuable aux ventes de carburants, d'huile et d'additifs pour

véhicules automobiles, qui ont fait un bond de 17,3 % comparativement à septembre 2002, en partie grâce à une hausse de 5,3 % des prix à la pompe. Par ailleurs, les ventes de produits du tabac ont eu un effet négatif sur la croissance, ayant dégringolé de 12,3 % d'une année à l'autre, malgré une augmentation de 8,0 % des prix à la caisse.

Nota : L'enquête vise les grands détaillants principalement dans les secteurs de l'alimentation, de l'habillement, des articles d'ameublement et des appareils électroniques, des articles de sport et des marchandises diverses. Ce groupe de détaillants représente environ 38 % du total annuel des ventes au détail, à l'exclusion des concessionnaires de véhicules automobiles et de véhicules récréatifs. Les données du présent communiqué ne sont pas désaisonnalisées et les pourcentages représentent des variations d'une année à l'autre.

Données stockées dans CANSIM : tableau 080-0009.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 5027.

Il est possible de consulter en ligne un tableau de données dans le module *Le Canada en statistiques* de notre site Web.

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 en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Annie Côté-Steski au (613) 951-6590, Division de la statistique du commerce. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Liens de parenté entre sociétés, troisième trimestre de 2003

Numéro au catalogue : **61-517-XCB** (375 \$/1 065 \$).

L'indice des prix à la consommation, octobre 2003, vol. 82, n° 10

Numéro au catalogue : **62-001-XIB** (9 \$/83 \$).

L'indice des prix à la consommation, octobre 2003, vol. 82, n° 10

Numéro au catalogue : **62-001-XPB** (12 \$/111 \$).

Voyages internationaux, renseignements préliminaires, septembre 2003, vol. 19, n° 9

Numéro au catalogue : **66-001-PIF** (7 \$/59 \$).

Rapports sur la santé - supplément : L'image de soi à l'adolescence et la santé à l'âge adulte, 2003

Numéro au catalogue : **82-003-SIF** (gratuit).

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 ou -XDF, la version électronique sur disquette et -XCB ou -XCF, 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 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-XIF (Anglais) 11-001-XIF (Français)



Statistique Canada

Le jeudi 6 juin 1997
Nouvelles 8h à 9h 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, la hausse de la productivité des entreprises manufacturières en 1996 fut considérablement ralentie.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les anticipatifs à court terme 10
- Ajuster les termes pertinents, septembre 1997 à la 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^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 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, 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

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, Territoires du Nord-Ouest
et Nunavut**

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