



Le Quotidien

Statistique Canada

Le vendredi 21 novembre 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Écoute de la télévision, automne 2002** 2
 La proportion de contenu canadien de la télévision payante et des services spécialisés canadiens a continué de croître, passant de 40 % à l'automne 1998 à 44 % à l'automne 2002. Au cours de la même période, la proportion de contenu canadien de la télévision conventionnelle canadienne a légèrement fléchi, passant de 57 % à 56 %.
-

AUTRES COMMUNIQUÉS

- La revue des céréales et des graines oléagineuses, septembre 2003 6
 - Production canadienne de pommes de terre, 2003 et 2002 6
 - Chargements ferroviaires mensuels, septembre 2003 6
 - Produits pétroliers raffinés, septembre 2003 7
-

NOUVEAUX PRODUITS 8

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS : 24 au 28 novembre 10



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Écoute de la télévision

Automne 2002

La proportion de contenu canadien de la télévision payante et des services spécialisés canadiens a continué de croître, passant de 40 % à l'automne 1998 à 44 % à l'automne 2002. Au cours de la même période, la proportion de contenu canadien de la télévision conventionnelle canadienne a légèrement fléchi, passant de 57 % à 56 %.

La croissance du contenu canadien des stations de la télévision payante et des services spécialisés canadiens a été observée dans tous les genres d'émissions (à des niveaux différents) à l'exception des émissions canadiennes de musique et de danse dont la part d'écoute a baissé de 4,5 % à 2,5 %.

Répartition des heures d'écoute de la télévision, selon l'origine et le genre d'émission - toutes personnes âgées de 2 ans et plus - télévision conventionnelle canadienne - toutes les stations de télévision Automne 2002

Genre d'émission	Emissions canadiennes		Total
	%		
	Emissions canadiennes	Emissions étrangères	
Actualités et affaires			
publiques	32,2	4,3	36,4
Documentaire	1,5	0,3	1,8
Instruction			
Académique	1,8	0,2	2,0
Sociale ou récréative	0,6	0,5	1,1
Religion	0,2	0,0	0,2
Sports	4,8	0,6	5,4
Variétés et jeux	5,6	8,5	14,1
Musique et danse	0,2	0,0	0,2
Comédie	2,3	7,7	10,0
Drame	6,9	21,7	28,6
Autre ou inconnu	0,0	0,1	0,1
Total	56,1	43,9	100,0

Note: Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Pour ce qui est des stations de la télévision conventionnelle canadienne, la baisse du contenu canadien est attribuable aux émissions canadiennes de sports (de 7,3 % à 4,8 %) et aux émissions canadiennes de variétés et de jeux (de 8,3 % à 5,6 %).

Cette popularité croissante des stations de la télévision payante et des services spécialisés canadiens est encore plus apparente au niveau de l'écoute totale. En effet, le temps d'écoute que les Canadiens ont consacré à ces dernières ne cesse d'augmenter d'année en année, étant passé de 16 % en 1998 à 25 %

Note aux lecteurs

Le projet *Télévision* du Programme de la statistique de la culture est une entreprise conjointe du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de Patrimoine canadien et de Statistique Canada.

La Banque de données sur l'écoute de la télévision de Statistique Canada provient de plusieurs sources. Les données de base sur l'écoute proviennent de Sondages BBM et comprennent les caractéristiques démographiques des répondants à l'enquête ainsi que la grille horaire de la plupart des stations de télévision dont le signal est capté au Canada.

Le CRTC code les caractéristiques des émissions, soit le contenu (nouvelles, émissions d'affaires publiques, dramatiques, émissions sur la religion, et autres), la langue, le pays d'origine et le pourcentage de contenu canadien. Le fichier définitif, conservé par Statistique Canada, indique également le réseau d'affiliation et l'emplacement géographique de chaque station de télévision.

L'enquête est menée par BBM auprès d'un échantillon de Canadiens âgés de deux ans et plus. Les données sont recueillies au moyen d'un questionnaire de type journal au cours de quatre semaines en octobre et en novembre 2002.

Un autre organisme, Nielsen Media Research, produit aussi des données sur l'écoute de la télévision. Ce dernier utilise des compteurs électroniques comme méthode de cueillette de données sur une base annuelle. Les résultats de cette méthodologie alternative peuvent produire des moyennes qui diffèrent des résultats de base produits par BBM.

en 2002, alors que le temps d'écoute consacré aux stations de la télévision conventionnelle canadienne a continué de baisser (de 56 % à 51 %) au cours de la même période.

Ce transfert de l'écoute et de son contenu canadien des stations de la télévision conventionnelle canadienne vers les stations de la télévision payante et des services spécialisés canadiens a été observé chez les deux groupes linguistiques.

La proportion du temps d'écoute que les francophones ont consacrée aux stations de télévision conventionnelle canadienne reste élevée (71 % dont près de 80 % est d'origine canadienne), mais a néanmoins baissé par rapport à 77 % enregistré à l'automne 1998. Chez les anglophones, cette proportion se situait à 45 % (dont 43 % est d'origine canadienne) comparativement à 49 % il y a cinq ans.

En ce qui concerne les stations de la télévision payante et des services spécialisés canadiens, les francophones leur ont consacré 22 % (dont 53 % est d'origine canadienne) de leur temps d'écoute par rapport à 13 % en 1998, alors que les anglophones leur

ont consacré 25 % (dont 41 % est d'origine canadienne) comparé à 16 % en 1998.

Répartition des heures d'écoute à la télévision, selon l'origine et le genre d'émission - toutes personnes âgées de 2 ans et plus - télévision payante et services spécialisés canadiens
Automne 2002

Genre d'émission	Emissions		Total
	canadiennes	étrangères	
	%		
Actualités et affaires publiques	10,5	1,8	12,3
Documentaire	2,7	3,3	6,0
Instruction			
Académique	2,9	2,5	5,3
Sociale ou récréative	0,4	1,2	1,6
Religion	0,5	0,5	1,0
Sports	12,4	4,3	16,8
Variétés et jeux	2,6	3,9	6,5
Musique et danse	2,5	0,7	3,3
Comédie	1,4	11,7	13,0
Drame	7,7	23,9	31,6
Autre ou inconnu	0,0	2,6	2,6
Total	43,6	56,4	100,0

Note: Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Dans l'ensemble, l'écoute d'émissions d'origine canadienne est restée relativement stable au cours des cinq dernières années, soit autour de 39 % de l'écoute totale, mais plus élevée que la proportion de 35 % enregistrée il y a dix ans.

Les émissions d'instruction académique étrangères et les documentaires canadiens sont de plus en plus populaires

Le temps d'écoute des émissions d'instruction académique a doublé au cours des cinq dernières années pour atteindre 3,6 % à l'automne 2002. Cette forte augmentation est en grande partie attribuable aux émissions étrangères qui sont passées de 0,7 % à près de 2 % de l'écoute totale. Les anglophones écoutent de plus en plus ce genre d'émissions étrangères, soit 2,4 % de leur temps d'écoute par rapport à seulement 0,8 % en 1998. Les francophones, quant à eux, consacrent plus de temps à l'écoute des émissions d'instruction académique canadiennes (3,1 % comparativement à 2,1 % il y a cinq ans).

Plus de 5 % de l'écoute de la télévision payante et des services spécialisés canadiens est consacrée aux émissions d'instruction académique comparativement à 2 % pour la télévision conventionnelle canadienne.

L'autre catégorie d'émissions qui a connu une bonne croissance est celle des documentaires canadiens, qui ont presque doublé leur part d'écoute pour atteindre 1,5 % en 2002. Cette croissance a été

observée tant chez les francophones que chez les anglophones.

Les documentaires occupent 6 % de l'écoute de la télévision payante et des services spécialisés canadiens comparativement à 1,8 % pour la télévision conventionnelle canadienne.

Répartition des heures d'écoute à la télévision, selon l'origine et le genre d'émission, et l'origine de la station - toutes personnes âgées de 2 ans et plus - toutes les stations de télévision
Automne 2002

Genre d'émission	Emissions		Total
	canadiennes	étrangères	
	%		
Actualités et affaires publiques	18,9	6,3	25,2
Documentaire	1,5	2,1	3,6
Instruction			
Académique	1,6	1,9	3,6
Sociale ou récréative	0,4	0,8	1,2
Religion	0,2	0,2	0,4
Sports	5,5	2,8	8,2
Variétés et jeux	3,5	8,1	11,5
Musique et danse	0,7	0,3	1,0
Comédie	1,5	9,9	11,4
Drame	5,5	21,6	27,1
Autre ou inconnu			
Magnétoscope	0,0	4,5	4,5
Autre	0,0	2,3	2,3
Total	39,3	60,7	100,0

Note: Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Les émissions étrangères de variétés et de jeux sont de plus en plus populaires (8,1 % de l'écoute totale par rapport à 5,6 % en 1998) au détriment de ce genre d'émissions d'origine canadienne (3,5 % par rapport à 5,6 % en 1998). Ceci est le résultat combiné de l'augmentation de l'écoute des émissions étrangères de variétés et de jeux chez les anglophones et de la baisse de l'écoute de ce genre d'émissions canadiennes chez les francophones.

L'avènement de la télé-réalité peut en partie expliquer la popularité des émissions étrangères de variétés et de jeux. En effet, 35 % de ces dernières va à l'écoute de la télé-réalité.

Contrairement aux documentaires et aux émissions d'instruction académique, la proportion d'écoute d'émissions de variétés et de jeux est plus grande dans les stations de la télévision conventionnelle canadienne (14 %) que dans les stations de la télévision payante et de services spécialisés canadiens (6,5 %).

Dans l'ensemble, les comédies et les drames, combinés, occupent la plus grande proportion (38,5 %) de l'écoute totale des Canadiens, suivis des émissions d'actualité et d'affaires publiques (25,2 %).

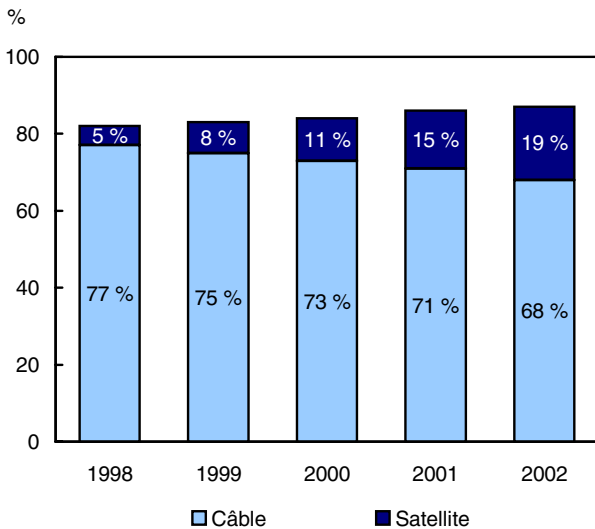
Cette prédominance des comédies et des drames existe sur les stations des deux catégories de la

télévision canadienne. Cependant, sur les stations de la télévision payante et des services spécialisés canadiens, les sports occupent la deuxième place (17 %), alors que sur les stations de la télévision conventionnelle canadienne, on retrouve, suivant de très près, les émissions d'actualités et d'affaires publiques (36 %). Dans les deux catégories de télévision, les comédies et les drames d'origine étrangère ainsi que les sports, les émissions d'actualités et d'affaires publiques d'origine canadienne dominant.

Augmentation substantielle du taux de pénétration des antennes paraboliques au cours des cinq dernières années

Le taux de pénétration des antennes paraboliques a connu une croissance remarquable depuis 1998, et ce, dans toutes les provinces. Il a atteint 19 % à l'automne 2002 par rapport à seulement 5 % il y a cinq ans. Par province, la Saskatchewan affiche le taux le plus élevé (35 %) et la Colombie-Britannique, le plus bas (15 %).

Le taux de pénétration des satellites a connu une croissance remarquable au cours des cinq dernières années



Parallèlement, le taux de pénétration du câble n'a cessé de baisser pour atteindre 68 % comparativement à 77 % en 1998. Cette baisse a été observée dans toutes les provinces. Contrairement aux antennes paraboliques, c'est en Colombie-Britannique que le câble est le plus populaire, affichant un taux de

pénétration de 78 %, alors qu'en Saskatchewan, on observe le taux le plus bas (51 %).

L'Enquête annuelle sur la télédistribution confirme aussi ce nouveau visage de la télédiffusion avec le nombre d'abonnés à la télévision par satellite qui ne cesse d'augmenter et celui à la télévision par câble qui continue de baisser.

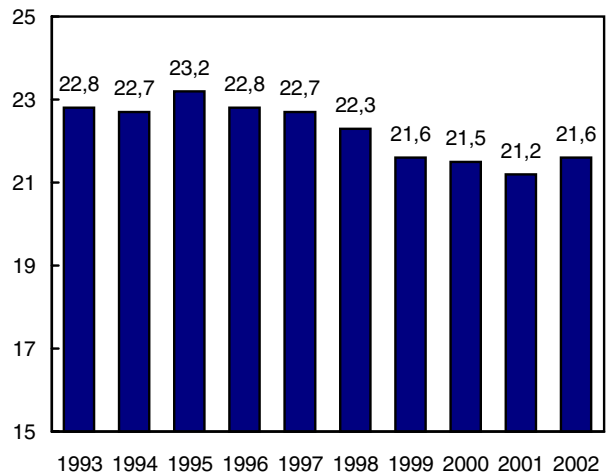
Les francophones du Québec sont champions au chapitre de l'écoute de la télévision

C'est au Québec qu'on écoute le plus la télévision (23,8 heures par semaine), soit plus de deux heures de plus que la moyenne nationale. Cet écart est plus prononcé chez les 35 ans et plus.

Les francophones du Québec passent encore plus de temps devant le petit écran (24,5 heures par semaine) alors que les anglophones du Québec sont pour la première fois ceux qui regardent le moins la télévision au pays.

Le temps d'écoute est demeuré stable au cours des quatre dernières années

Heures par semaine (par personne)



Les enfants et les adolescents passent de moins en moins de temps devant le petit écran, soit deux heures de moins par semaine qu'il y a cinq ans. Les hommes âgés de 18 à 24 ans continuent de représenter le groupe le moins intéressé par l'écoute de la télévision avec seulement 12,6 heures par semaine. À l'autre extrême, les femmes âgées de 60 ans et plus regardent le plus la télévision (près de 36 heures par semaine).

Dans l'ensemble, les Canadiens consacrent toujours une bonne partie de leur temps à l'écoute de la télévision, soit 21,6 heures par semaine. Le nombre d'heures d'écoute de la télévision a été relativement stable au cours des quatre dernières années.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 502-0001 à 502-0005.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 3114.

Des données de l'*Enquête sur l'écoute de la télévision* sont offertes en ligne sous forme de tableaux

(87F0006XIF, gratuits). Les données de cette enquête sont également disponibles selon la province. On peut obtenir des totalisations spéciales contre recouvrement des coûts.

Pour plus de renseignements, ou pour obtenir des totalisations spéciales ou des tableaux standards, communiquez avec les Services à la clientèle au 1 800 307-3382 (*cult.tourstats@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Lotfi Chahdi au (613) 951-3136 (*lotfi.chahdi@statcan.ca*), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur : (613) 951-1333.

Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire, par province et par groupes d'âge et sexe
Automne 2002

	Canada	T.-N.-L.	I.-P.-E.	N.-E.	N.-B.	Québec			Ont.	Man.	Sask.	Alb.	C.-B.
						Anglais	Français	Total					
Population totale	21,6	22,7	21,5	23,7	23,3	19,4	24,5	23,8	20,6	21,6	21,2	20,0	20,8
Hommes:													
18 ans et plus	21,0	22,1	21,0	23,0	21,8	18,5	23,8	23,0	20,0	20,9	20,8	19,4	20,9
18 à 24 ans	12,6	16,7	12,2	14,6	10,8	9,4	13,7	13,3	12,0	11,8	12,2	12,7	12,8
25 à 34 ans	16,6	18,6	17,3	18,3	16,7	15,1	17,3	16,8	16,1	16,8	17,5	15,9	17,2
35 à 49 ans	18,9	21,7	20,3	21,0	18,9	16,5	21,3	20,6	18,0	18,9	18,4	18,2	18,2
50 à 59 ans	22,7	23,0	23,6	24,7	23,9	19,9	26,5	25,7	21,1	21,4	21,3	21,3	22,4
60 ans et plus	31,9	28,0	27,6	32,4	33,1	28,0	37,4	35,7	30,4	32,5	31,0	29,6	31,1
Femmes													
18 ans et plus	25,8	26,6	25,1	27,8	28,4	23,6	29,9	28,9	24,5	26,3	25,4	24,3	24,3
18 à 24 ans	16,3	20,0	16,5	16,4	17,2	14,2	17,7	17,0	16,1	16,2	16,2	17,2	13,7
25 à 34 ans	21,7	25,7	24,8	24,5	24,9	19,8	23,4	22,8	20,7	25,0	22,5	22,6	19,9
35 à 49 ans	22,7	26,0	22,3	26,3	26,5	19,7	26,2	25,1	21,3	22,3	22,2	21,3	21,1
50 à 59 ans	27,5	26,3	26,0	28,7	29,8	25,7	32,5	31,6	26,5	27,3	24,3	25,0	23,9
60 ans et plus	35,9	31,1	31,9	35,3	35,8	32,4	42,4	40,5	33,8	35,4	34,7	34,4	35,8
Adolescents													
12 à 17 ans	13,7	13,7	15,7	15,9	13,4	12,2	14,6	14,4	13,8	13,9	12,3	12,4	12,5
Enfants													
2 à 11 ans	14,6	17,0	15,7	16,1	16,3	11,9	15,1	14,7	14,5	15,0	16,0	14,2	13,1

Note: Pour le Québec, la classification selon la langue est basée sur la langue parlée à la maison. Le total inclut les répondants qui n'ont pas répondu à cette question ou qui ont indiqué une langue autre que l'anglais ou le français.



AUTRES COMMUNIQUÉS

La revue des céréales et des graines oléagineuses

Septembre 2003

Les données du numéro de septembre 2003 de *La revue des céréales et des graines oléagineuses* sont maintenant disponibles. Le numéro de ce mois-ci comprend le supplément sur les prix en 2002-2003.

Le rapport de situation d'octobre, qui présente un aperçu de la conjoncture actuelle du marché, tant au Canada qu'à l'étranger, est également inclus dans le numéro de septembre 2003 de *La revue des céréales et des graines oléagineuses* (22-007-XIB, 12 \$ / 120 \$; 22-007-XPB, 17 \$ / 160 \$), qui 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 Karen Gray au (204) 983-2856 (karen.gray@statcan.ca), Division de l'agriculture. ■

Production canadienne de pommes de terre

2003 (données provisoires) et 2002 (données révisées)

Les données de 2003 pour la superficie ensemencée, la superficie récoltée, le rendement et la production de pommes de terre par province sont maintenant disponibles. Les estimations révisées pour la superficie et la production de 2002 ainsi que les données pour la quantité commercialisée et la valeur pour 2002 sont également disponibles.

La récolte de 2002 a été la récolte de pomme de terre dont la valeur a été la plus importante dans l'histoire canadienne, ce qui est le résultat d'une production record et des prix plus élevés que d'habitude. Ceci place la valeur de la récolte à tout près d'un milliard de dollars, soit à 972 868 000 \$.

Mené par le secteur des frites qui a exporté au-delà de 700 millions de dollars de produit en 2002, la superficie de pommes de terre continue d'augmenter en 2003 pour s'établir à 456 500 acres (184 800 hectares). Cette augmentation ainsi que d'excellents rendements dans les provinces de l'ouest, ont résulté en une production record en 2003, soit 117 382 000 quintaux (5 324 300 tonnes métriques).

Données stockées dans CANSIM : tableau 001-0014.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 3401, 3407, 3446 et 3465.

Le numéro de novembre 2003 de la publication *Production canadienne de pommes de terres*, vol. 1, n° 2 (22-008-XIF, gratuit) est offert en ligne. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Agriculture*.

Pour plus de renseignements, composez sans frais le 1 800 216-2299. Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Bernadette Alain au (902) 893-7251 (bernadette.alain@statcan.ca), Division de l'agriculture. ■

Chargements ferroviaires mensuels

Septembre 2003

Septembre a été marqué par un accroissement important des chargements de grains céréaliers, de canola et de fruits et de légumes, en hausse de près de 0,9 million de tonnes métriques. Le secteur de l'automobile, qui a connu une baisse de sa production en août à la suite de la panne générale d'électricité qui a frappé l'est de l'Amérique du Nord, a enregistré une hausse de 20 %. Ce redressement ramène les chargements à un niveau comparable à celui observé en 2002. Pour ce qui est du secteur minier, on a observé la reprise des chargements en minerai de nickel par suite de la résolution d'un conflit de travail qui a duré près de trois mois. Les chargements de houille ont affiché un redressement de 30 %, après la baisse de 24 % enregistrée en août.

Les chargements de wagons de marchandises sur les chemins de fer canadiens (à l'exclusion des chargements de type intermodal) ont totalisé 259 milliers de wagons et 20,5 millions de tonnes métriques. Il s'agit d'une hausse de 5,0 % du tonnage par rapport à septembre 2002 et de 10,8 % par rapport à août 2003.

Le tonnage cumulatif des chargements de marchandises (à l'exclusion des chargements de type intermodal) s'est élevé à 171,2 millions de tonnes métriques pour les neuf premiers mois de 2003,

contre 179,3 millions de tonnes métriques durant la même période en 2002.

Les chargements de type intermodal, qui correspondent aux conteneurs sur wagons plats ainsi qu'aux remorques sur wagons plats, ont totalisé 2,2 millions de tonnes métriques, en hausse de 5,9 % par rapport aux chargements de septembre 2002. Ils ont aussi augmenté de 1,2 % par rapport à août 2003. Le tonnage cumulé de janvier à septembre a atteint 19,5 millions de tonnes métriques, contre 18,2 millions de tonnes métriques durant la même période en 2002.

Le total du trafic en provenance des États-Unis à destination du Canada ou des États-Unis s'est chiffré à 2,5 millions de tonnes métriques, en hausse de 13,1 % par rapport à août. Le total cumulé pour les neuf premiers mois de 2003 s'est établi à 22,3 millions de tonnes métriques, alors qu'il était de 19,6 millions de tonnes métriques au cours de la même période en 2002.

Données stockées dans CANSIM : tableau 404-0002.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2732.

Le numéro de septembre 2003 de *Chargements ferroviaires mensuels*, vol. 80, n° 9 (52-001-XIF, 9 \$ / 83 \$) 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 Jean-Robert Larocque au 1 866 500-8400 (statistiquesdutransport@statcan.ca), Division des transports. Télécopieur : (613) 951-0009. ■

Produits pétroliers raffinés

Septembre 2003 (données provisoires)

Il est maintenant possible de consulter les données de septembre sur la production, les stocks et les ventes intérieures de produits pétroliers raffinés. D'autres données choisies sur ces produits sont aussi disponibles.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2150.

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 (energ@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Infomat, revue hebdomadaire, 21 novembre 2003
Numéro au catalogue : **11-002-XIF** (3 \$/100 \$).

Infomat, revue hebdomadaire, 21 novembre 2003
Numéro au catalogue : **11-002-XPF** (4 \$/145 \$).

Production canadienne de pommes de terre,
novembre 2003, vol. 1, n° 2
Numéro au catalogue : **22-008-XIF**
(gratuit).

Chargements ferroviaires mensuels,
septembre 2003, vol. 80, n° 9
Numéro au catalogue : **52-001-XIF** (9 \$/83 \$).

Statistiques trimestrielles des télécommunications,
premier trimestre de 2003, vol. 27, n° 1
Numéro au catalogue : **56-002-XIF** (23 \$/43 \$).

Statistiques trimestrielles des télécommunications,
premier trimestre de 2003, vol. 27, n° 2
Numéro au catalogue : **56-002-XIF** (23 \$/43 \$).

Guide statistique de l'énergie, deuxième trimestre
de 2003
Numéro au catalogue : **57-601-XCB** (54 \$/161 \$).

Guide statistique de l'énergie, deuxième trimestre
de 2003
Numéro au catalogue : **57-601-XIF** (35 \$/107 \$).

**Programmes de revenu de retraite au Canada : un
aperçu statistique**, 1991 à 2001
Numéro au catalogue : **74-507-XCB** (195 \$).

L'écoute de la télévision : tableaux de données,
automne 2002
Numéro au catalogue : **87F0006XIF**
(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.

Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet : écrivez à order@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

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

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



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 6 juin 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 sans 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 a été, contrairement à ce qui se passe ailleurs, remarquable.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice des offres d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les marchés à court terme 10
- Aides en termes positifs, septembre 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 listproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2003. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source : Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire : Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001-XIF au catalogue, date et numéros de page.

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS : 24 AU 28 NOVEMBRE

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

Date de parution	Titre	Période de référence
24	Commerce de gros	Septembre 2003
24	Commerce de détail	Septembre 2003
25	Revenu agricole net	2002
25	Indicateurs avancés	Octobre 2003
25	Recettes monétaires agricoles	Troisième trimestre de 2003
26	Indices des prix des produits industriels et des matières brutes	Octobre 2003
26	Compte des voyages internationaux	Troisième trimestre de 2003
26	Caractéristiques des voyageurs internationaux	Deuxième trimestre de 2003
27	Statistiques financières trimestrielles des entreprises	Troisième trimestre de 2003
27	Balance des paiements internationaux	Troisième trimestre de 2003
27	Assurance-emploi	Septembre 2003
27	Emploi, rémunération et heures de travail	Septembre 2003
28	Produit intérieur brut par industrie	Septembre 2003
28	Comptes économiques et financiers nationaux	Troisième trimestre de 2003
