



# Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 11 décembre 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

---

## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

---

- **Ventes de véhicules automobiles neufs, octobre 2003**

Les visites chez les concessionnaires ne se sont pas traduites par plus de ventes de véhicules neufs en octobre, celles-ci ayant reculé de 2,3 %. Il s'agit du troisième repli en autant de mois.

2
  - **Achats en ligne : magasinage des ménages sur Internet, 2002**

En 2002, les ménages canadiens ont acheté en ligne toutes sortes de choses, allant des billets d'avion aux livres. Ces achats se sont chiffrés à un peu plus de 2,4 milliards de dollars, en hausse de 35 % par rapport à 2001.

5
- 

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

- Étude : La période des Fêtes pour les détaillants, 2002

7
  - Dépenses de l'administration fédérale en ce qui a trait aux activités scientifiques et technologiques, 2003-2004

7
  - Programmes et services de justice réparatrice en matière pénale : sommaire des consultations

8
  - L'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire, 1981 à 1996

8
- 

## NOUVEAUX PRODUITS

---

10





En octobre, le nombre de camions neufs vendus a chuté de 3,2 % par rapport à septembre pour s'établir à 65 972 véhicules. Cette baisse, la troisième d'affilée, s'ajoute à une série de baisses qui est survenue à la suite d'une hausse importante enregistrée en juillet (+19,0 %).

Les ventes de voitures particulières neuves suivent un mouvement à la baisse depuis l'automne 2002, alors que pour la même période, les ventes de camions n'ont pas affiché la même faiblesse. Auparavant, les ventes des deux catégories de véhicules s'étaient stabilisées durant 2002, à la suite d'un parcours à la hausse amorcé au début de 2001.

### Baisse des ventes dans la plupart des provinces

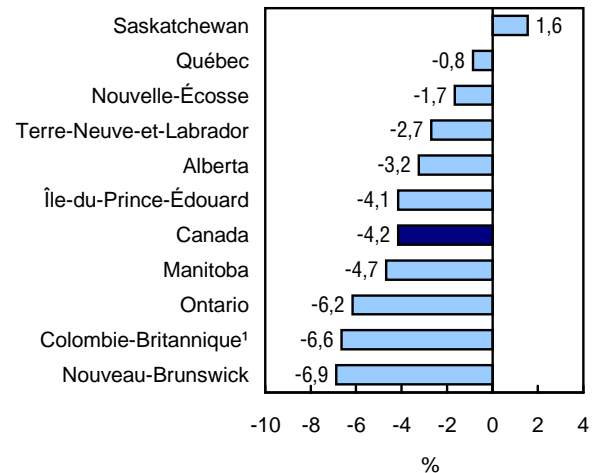
Les ventes de véhicules automobiles neufs ont reculé dans la plupart des provinces en octobre par rapport à septembre, à l'exception de la Nouvelle-Écosse (+13,5 %), de l'Île-du-Prince-Édouard (+8,4 %) et de Terre-Neuve-et-Labrador (+0,9 %). Le rebond des ventes enregistré en octobre dans ces trois provinces leur a permis, soit d'annuler les pertes encourues en septembre, soit d'en récupérer une partie.

L'Ontario (-4,0 %), le Manitoba (-3,3 %) et la région formée de la Colombie-Britannique et des territoires (-2,4 %) ont été les provinces à avoir enregistré des baisses en deçà de la moyenne nationale (-2,3 %) en octobre. Les ventes en Ontario suivent généralement un mouvement à la baisse depuis le début de l'année, après s'être maintenues à un niveau élevé tout au long de 2002. Au Manitoba, la tendance des ventes est à la baisse depuis le printemps 2002, à la suite d'une période de forte croissance amorcée au début de 2001.

Quant aux ventes cumulatives de véhicules automobiles neufs pour les dix premiers mois de 2003, elles ont reculé dans toutes les provinces par rapport à celles de la même période en 2002, sauf en Saskatchewan (+1,6 %).

### Ventes cumulatives de véhicules automobiles neufs

(Premiers dix mois de 2003 par rapport à la même période en 2002)



<sup>1</sup> Inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut

Données stockées dans CANSIM : tableaux 079-0001 et 079-0002.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2402.

Le numéro d'octobre 2003 de *Ventes de véhicules automobiles neufs* (63-007-XIB, 14 \$ / 133 \$) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les produits*.

Les données de novembre 2003 sur les ventes de véhicules automobiles neufs seront diffusées le 15 janvier 2004.

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 Clérance Kimanyi au (613) 951-6363, Division de la statistique du commerce.

□

**Ventes de véhicules automobiles neufs**

	Octobre 2002	Septembre 2003 <sup>r</sup>	Octobre 2003 <sup>p</sup>	Octobre 2002 à octobre 2003	Septembre à octobre 2003
données désaisonnalisées					
	nombre de véhicules			var. en %	
<b>Véhicules automobiles neufs</b>	<b>147 192</b>	<b>139 412</b>	<b>136 193</b>	<b>-7,5</b>	<b>-2,3</b>
Voitures particulières	78 608	71 268	70 221	-10,7	-1,5
Amérique du Nord <sup>1</sup>	54 073	50 077	49 539	-8,4	-1,1
Outre-mer	24 535	21 191	20 681	-15,7	-2,4
Camions, fourgonnettes, autobus	68 584	68 144	65 972	-3,8	-3,2
<b>Véhicules automobiles neufs</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	2 231	2 024	2 043	-8,4	0,9
Île-du-Prince-Édouard	424	394	427	0,7	8,4
Nouvelle-Écosse	4 043	3 535	4 013	-0,7	13,5
Nouveau-Brunswick	3 355	3 109	3 057	-8,9	-1,7
Québec	38 609	36 033	35 378	-8,4	-1,8
Ontario	57 413	54 472	52 284	-8,9	-4,0
Manitoba	4 098	3 937	3 808	-7,1	-3,3
Saskatchewan	3 430	3 567	3 546	3,4	-0,6
Alberta	17 000	16 703	16 375	-3,7	-2,0
Colombie-Britannique <sup>2</sup>	16 589	15 636	15 261	-8,0	-2,4
données non désaisonnalisées					
	nombre de véhicules			var. en %	
<b>Véhicules automobiles neufs</b>	<b>137 951</b>	<b>141 988</b>	<b>124 427</b>	<b>-9,8</b>	
Voitures particulières	75 097	73 286	65 226	-13,1	
Amérique du Nord <sup>1</sup>	49 822	50 433	44 518	-10,6	
Outre-mer	25 275	22 853	20 708	-18,1	
Camions, fourgonnettes, autobus	62 854	68 702	59 201	-5,8	
<b>Véhicules automobiles neufs</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	1 847	2 101	1 655	-10,4	
Île-du-Prince-Édouard	372	421	377	1,3	
Nouvelle-Écosse	3 351	3 273	3 363	0,4	
Nouveau-Brunswick	2 789	2 996	2 514	-9,9	
Québec	35 550	37 287	31 122	-12,5	
Ontario	55 642	56 827	49 181	-11,6	
Manitoba	3 940	4 359	3 558	-9,7	
Saskatchewan	3 310	3 859	3 299	-0,3	
Alberta	16 164	16 555	15 574	-3,7	
Colombie-Britannique <sup>2</sup>	14 986	14 310	13 784	-8,0	

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

<sup>1</sup> Construits ou assemblés au Canada, aux États-Unis ou au Mexique.

<sup>2</sup> Inclut le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut.

## Achats en ligne : magasinage des ménages sur Internet

2002

Selon l'Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison en 2002, les ménages canadiens ont fait pour un peu plus de 2,4 milliards de dollars d'achats en ligne, se procurant toutes sortes de choses allant des billets d'avion aux livres. Ce total représente une hausse de 35 % par rapport au total de 1,8 milliard enregistré en 2001, soit un taux de croissance qui dépasse de beaucoup l'augmentation de 4 % du nombre des ménages qui ont eu accès à Internet à partir de divers endroits en 2002.

On estime à 2,8 millions le nombre de ménages canadiens qui ont activement participé au commerce électronique en 2002, comparativement à 2,2 millions en 2001. Ces ménages ont accédé à Internet à partir de divers endroits, et non pas seulement à partir de la maison. Au total, ils ont passé 16,6 millions de commandes.

Il est possible de faire des comparaisons directes avec les données de 2001, mais non avec celles des années précédentes. En 2001, le volet «Achats en ligne» de l'EUIM a été remanié afin de saisir les achats par Internet effectués par les ménages qui utilisaient régulièrement Internet à divers endroits, mais uniquement pour les fins du ménage. Au cours des années précédentes, les données sur les achats par Internet des ménages n'ont été recueillies que pour le magasinage en ligne effectué à la maison. Cette amélioration entraîne toutefois une discontinuité des séries chronologiques.

### Les achats en ligne ne représentent qu'une infime fraction des dépenses personnelles totales

La valeur des commandes par Internet (2,4 milliards de dollars) ne représente qu'une infime fraction du total des dépenses personnelles (656 milliards de dollars) faites au Canada l'année dernière. Cependant, les nouvelles données confirment que les ménages utilisent de plus en plus Internet pour acheter des produits auprès de fournisseurs canadiens ou étrangers.

En 2002, pour chaque tranche de 10 \$ dépensés par les ménages pour des achats en ligne, une somme de 6,36 \$ a été consacrée à des achats directs sur des sites Web canadiens. En 2002, les achats en ligne des Canadiens sur des sites Web non canadiens ont totalisé 884 millions de dollars.

Le volet «Achats en ligne» de l'enquête indique qu'au cours de l'année, le nombre estimatif de ménages qui ont fait du magasinage par Internet a atteint 4,5 millions (37 % du total). Par conséquent, ces ménages comptaient au moins un membre ayant utilisé Internet pour éclairer ses décisions d'achat,

#### Note aux lecteurs

Les données de ce rapport, dont les estimations ont été diffusées le 18 septembre, proviennent de l'Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison (EUIM) pour l'année 2002. L'enquête a été effectuée à l'aide d'un sous-échantillon de ménages compris dans l'Enquête sur la population active (EPA).

Étaient exclus les résidents du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest et du Nunavut, les personnes qui vivent dans des réserves indiennes, les membres à temps plein des Forces armées canadiennes et les détenus.

En 2002, 44 129 ménages pouvaient participer à l'EUIM. On en a interviewé 31 650, pour un taux de réponse de 72 %. Les résultats ont été pondérés en fonction de l'ensemble des ménages, à l'exception de ceux exclus de l'enquête.

Il s'agit de la sixième année pour laquelle Statistique Canada effectue l'EUIM, et de la quatrième année où on y retrouve des questions sur les achats en ligne.

Les **utilisateurs réguliers** sont ceux qui ont répondu par l'affirmative à la question : «Au cours d'un mois habituel, est-ce qu'un membre de votre ménage utilise Internet?».

Contrairement à l'EPA, pour laquelle les données sont recueillies auprès de chaque membre admissible du ménage individuellement, l'EUIM recueille des données sur l'ensemble du ménage. Un membre désigné du ménage a dressé la liste des caractéristiques des commandes en ligne effectuées par tous les membres du ménage au cours des 12 derniers mois.

soit en faisant du lèche-vitrines, soit en passant des commandes en ligne.

On estime que 2,8 millions (62 %) de ces 4,5 millions de ménages ne se sont pas contentés de faire du lèche-vitrines et ont passé des commandes en ligne. Environ quatre ménages sur cinq ont payé en ligne leurs articles, soit une proportion similaire à celle enregistrée en 2001.

Près de 1,7 million de ménages ont déclaré s'être servis d'Internet uniquement pour faire du lèche-vitrines, soit à peu près le même nombre qu'en 2001. Ce groupe, qui représentait 14 % de l'ensemble des ménages canadiens, a consulté des catalogues en ligne pour éclairer ses décisions, sans toutefois passer de commandes ni effectuer d'achats en ligne.

Parmi ces ménages qui ont fait du lèche-vitrines, la moitié environ ont affirmé avoir par la suite fait des achats directement auprès de fournisseurs, ce qui indique que les catalogues en ligne constituent un bon moyen d'attirer spontanément des clients au magasin ou d'obtenir des commandes téléphoniques.

### Beaucoup de ménages demeurent réticents à payer en ligne

En 2002, le nombre de ménages canadiens qui ont payé en ligne des biens et des services a augmenté. Cependant, les données ont révélé qu'un grand nombre d'entre eux entretenaient encore des réserves à cet égard.

Plus des trois quarts des 2,3 millions de ménages qui ont payé en ligne ont indiqué qu'ils étaient préoccupés ou très préoccupés à l'égard des transactions financières faites par Internet. Toutefois, le total des ménages ayant payé en ligne a augmenté de près d'un demi-million (+28 %) par rapport à 2001.

En fait, la proportion des ménages qui ont acquitté en ligne le coût de leur commande Internet est passée de 15 % en 2001 à près de 19 % en 2002.

### **Les livres et les magazines demeurent les achats les plus populaires**

En 2002, les imprimés (les livres, les magazines, les journaux, et autres) ont à nouveau représenté les achats en ligne les plus populaires. Environ 27 % des ménages qui ont fait des achats en ligne ont déclaré avoir acheté ce type d'articles, soit à peu près le même pourcentage qu'en 2001.

Cependant, les consommateurs ont de plus en plus recours à Internet pour préparer des voyages. En 2002, les voyages se sont classés au deuxième rang parmi les achats en ligne les plus populaires, délogeant les vêtements, les bijoux et les accessoires, qui ont glissé en troisième place.

En 2002, 18 % des ménages ont déclaré avoir préparé des voyages au moyen d'Internet, comparativement à 16 % en 2001. Plus d'un demi-million de ménages ont eu recours à Internet en 2002 pour préparer des voyages, soit 39 % de plus qu'en 2001.

Les vêtements, les bijoux et les accessoires ont capté l'attention d'un peu moins de 18 % des ménages qui ont fait des achats en ligne. Venait ensuite le matériel informatique, à 14 %.

Le nombre de ménages qui ont commandé en ligne de la musique est demeuré inchangé par rapport à 2001.

### **Augmentation des achats en ligne : l'Ontario se taille la part du lion**

En 2002, les dépenses moyennes des ménages qui ont fait des achats en ligne se sont chiffrées à 876 \$, la

valeur moyenne des commandes s'établissant à 146 \$. Les dépenses moyennes par ménage et la valeur moyenne des commandes ont été supérieures à la moyenne nationale dans toutes les provinces à l'ouest du Québec.

L'Ontario s'est taillée en 2002 la part du lion de l'augmentation des achats en ligne, représentant près de la moitié (49 %) de la valeur totale (2,4 milliards de dollars) de ces achats, comparativement à 47 % en 2001. Les ménages ontariens ont passé près de la moitié de l'ensemble des commandes en ligne.

La Colombie-Britannique a été le deuxième marché en importance au Canada pour le commerce en ligne. Les ménages de cette province ont consacré environ 424 millions de dollars aux achats par Internet, soit près de 18 % du total à l'échelle nationale.

### **Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4432.**

Des tableaux de données supplémentaires relatifs aux renseignements présentés dans cette série sont accessibles en ligne. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Communications et Utilisation de l'Internet au Canada*.

Les données de l'*Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison pour l'année 2002*, qui a été menée en janvier 2003 et qui portait sur la période allant de janvier à décembre 2002, sont maintenant offertes sur CD-ROM (56M0002XCB, 2 140 \$). L'enquête fournit des renseignements sur l'utilisation d'Internet par les ménages canadiens dans les dix provinces. Il s'agit du sixième fichier de microdonnées transversales diffusé dans la série qui a commencé par l'Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison pour l'année 1997.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Claire Simard au (613) 951-2183 ([claire.simard@statcan.ca](mailto:claire.simard@statcan.ca)), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. Télécopieur : (613) 951-9920. ■

---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

### Étude : La période des Fêtes pour les détaillants 2002

C'est le temps des réjouissances... C'est en tout cas ce que peuvent se dire les détaillants du Canada à l'arrivée de décembre. Il s'agit en effet du mois de l'année où les consommateurs dépensent le plus dans leurs établissements.

*Le Noël du consommateur*, le dernier article de la série *Analyse en bref*, est publié aujourd'hui et examine les tendances dans les ventes au détail durant la période des Fêtes entre 1998 et 2002. Les données sont tirées de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail et de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail.

En dépit des efforts déployés pour les attirer plus tôt dans les commerces, les consommateurs ont tendance à attendre à la dernière minute. Rien qu'en décembre 2002, ils ont dépensé 30 milliards de dollars dans les magasins de détail. Ce chiffre correspond à 10 % du total annuel des ventes au détail et est supérieur de 1,5 % point de pourcentage à la moyenne mensuelle.

L'incidence de la période des Fêtes varie selon le produit. Les ventes au détail de jouets, de bijoux, de parfums et d'enregistrements de musique montent en flèche en décembre.

Par contre, la période des Fêtes ne semble pas aussi réjouissante pour les concessionnaires de véhicules automobiles; en fait, leurs ventes diminuent au-dessous de la moyenne mensuelle en décembre.

Les enregistrements de musique ainsi que les vidéocassettes et les vidéodisques numériques sont devenus des produits très en demande à Noël. Au cours des trois derniers mois de 2002, on a enregistré 39 % du total annuel des ventes de ces articles.

Près de 40 % des ventes d'articles préenregistrés, comme des coffrets-cadeaux de DVD, de CD ou de bandes magnétiques, ont été réalisées dans des magasins de marchandises diverses.

Les Canadiens aiment également recevoir et donner en cadeau des produits cosmétiques et des parfums. Au total, au quatrième trimestre de 2002, les consommateurs ont acheté de ces articles pour une valeur de 732 millions de dollars. Ce montant représente un peu plus d'un tiers (34 %) du total annuel des ventes de ces produits. Un peu moins de la moitié (45 %) de ces achats ont été effectués dans des magasins de marchandises diverses, et environ deux cinquièmes (41 %), dans des pharmacies.

Les hommes renouvellent également leur garde-robe durant la période des Fêtes. D'octobre à décembre 2002, les consommateurs ont dépensé 2,3 milliards de dollars en vêtements et accessoires pour hommes. Ce montant représente près de 37 % des ventes totales annuelles de ces articles en un seul trimestre.

**Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2008 et 2406.**

L'article analytique *Le Noël du consommateur* (11-621-MIF2003007, gratuit) est maintenant offert en ligne dans la série *Analyse en bref*. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Entreprises commerciales*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul Gratton au (613) 951-3541, Division de la statistique du commerce. ■

### Dépenses de l'administration fédérale en ce qui a trait aux activités scientifiques et technologiques

2003-2004

Les dépenses de l'administration fédérale pour les activités scientifiques et technologiques devraient dépasser les 8,5 milliards de dollars pour l'année financière 2003-2004.

L'enquête sur les activités scientifiques et technologiques de l'administration fédérale révèle des dépenses totales dépassant les 8,5 milliards de dollars, en hausse de 7 % par rapport à 2002-2003. Ce total représente environ 4,9 % des dépenses totales de l'administration fédérale, comparativement à 3,7 % en 1993-1994.

Pour chaque cent dollars qui seront dépensés en science et en technologie en 2003-2004, la majeure partie, soit environ 64 \$, sera investie dans la recherche et le développement.

Le montant de 5,5 milliards de dollars que l'administration fédérale prévoit consacrer à la recherche et au développement en 2003-2004 inclut l'exécution intra-muros (activités menées principalement par des employés du gouvernement fédéral) et le financement extra-muros (activités gérées et menées par des organismes non fédéraux).

En 2003-2004, l'administration fédérale prévoyait exécuter elle-même plus de la moitié (53 %) de ses travaux en activités scientifiques et technologiques et exécutera 40 % ou 2,2 milliards de dollars du total des dépenses en recherche et développement.

Le financement de la recherche et du développement du secteur de l'enseignement supérieur par l'administration fédérale devrait atteindre un peu plus de 2 milliards de dollars en 2003-2004.

#### **Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4212.**

Le bulletin de service *Statistique des sciences : Dépenses de l'administration fédérale au titre des activités scientifiques, 2003-2004*, vol. 27 n° 8 (88-001-XIF, 7 \$ / 64 \$) 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 Lloyd Lizotte au (613) 951-2188 ([lloyd.lizotte@statcan.ca](mailto:lloyd.lizotte@statcan.ca)) ou avec Antoine Rose au (613) 951-9919 ([antoine.rose@statcan.ca](mailto:antoine.rose@statcan.ca)), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. ■

#### **Programmes et services de justice réparatrice en matière pénale : sommaire des consultations**

Le nouveau rapport *Programmes et services de justice réparatrice en matière pénale : sommaire des consultations*, publié aujourd'hui, présente un sommaire des consultations liées à l'élaboration d'un répertoire de programmes et de services de justice réparatrice en matière pénale au Canada. Le sommaire traite des définitions, de la portée et des méthodes de l'enquête, ainsi que d'autres questions connexes.

Ce rapport comprend une description des sources de données provinciales et territoriales de même que des ressources de métadonnées, telles que des renseignements généraux, des compendiums et des répertoires, des renseignements sur les intervenants, des évaluations ainsi que d'autres renseignements connexes. Il présente un aperçu de la philosophie et des concepts de la justice réparatrice, ainsi que des recommandations en ce qui concerne les travaux futurs dans ce domaine.

Le rapport *Programmes et services de justice réparatrice en matière pénale : sommaire des consultations* (85-562-XIF2003001, gratuit) est maintenant offert en ligne. À la page *Nos produits*

et services, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Justice*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-9023 ([ccjsscsj@statcan.ca](mailto:ccjsscsj@statcan.ca)) ou composez sans frais le 1 800 387-2231, Centre canadien de la statistique juridique. ■

#### **L'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire**

1981 à 1996

D'après une nouvelle étude, la proportion des travailleurs du Canada employés dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire est demeurée stable entre 1981 et 1996, en dépit d'un important repli du nombre de fermes de recensement.

En 1996, tout juste moins de 15 % de l'effectif du pays, soit environ une personne sur sept, travaillait dans le secteur de l'agriculture ou de l'agroalimentaire. Il s'agit grosso modo de la même proportion que 15 ans auparavant.

Le Canada comptait 276 548 fermes de recensement en 1996, soit 13 % de moins qu'en 1981. Toutefois, pendant ces 15 années, l'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire a augmenté de 24 %, et l'effectif a dépassé la barre des 2,1 millions de personnes.

À titre de comparaison, l'effectif du pays a augmenté de près de 21 % pendant cette période de 15 ans.

La croissance de l'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire se situe entièrement dans le groupe de l'agroalimentaire, le secteur en aval de l'exploitation agricole. L'emploi en agriculture est demeuré pour ainsi dire inchangé, alors que l'emploi dans le secteur agroalimentaire a crû de 34 %.

La majorité de cette croissance dans le secteur agroalimentaire est attribuable à une augmentation du nombre d'emplois dans le secteur des services de restauration.

En 1981, le nombre de personnes qui travaillaient à la ferme était plus élevé que celles dans les restaurants, les bars et les brasseries. Toutefois, en 1996, l'emploi dans le secteur des services de restauration dépassait de 63 % l'emploi dans les exploitations agricoles.

Près de 1,7 million de personnes travaillaient dans l'agroalimentaire en 1996, soit environ les trois quarts de l'effectif total du secteur.

L'étude montre que la nature de l'emploi dans l'agroalimentaire et le lieu de travail évoluent. L'emploi



en agriculture et en agroalimentaire est surtout présent dans les régions rurales. Toutefois, cette concentration diminue, en raison de l'intensité décroissante de l'emploi sur les fermes dans les régions essentiellement rurales.

Dans l'agroalimentaire, l'emploi pendant la période de 15 ans a augmenté, surtout dans le secteur des services de restauration, où se sont créés 336 000 nouveaux emplois, en hausse de 74 %.

En revanche, en 1996, le secteur de la transformation des aliments au Canada employait environ 15 000 personnes de moins, mais la quantité d'aliments transformés était en hausse. La mécanisation est l'un des principaux facteurs expliquant cette baisse.

Les régions rurales adjacentes aux régions urbaines ont montré une augmentation de la part de l'emploi dans la transformation des aliments. Les régions

essentiellement rurales ont également vu augmenter la proportion des emplois dans les restaurants, les bars et les brasseries.

L'étude *Au-delà de l'agriculture proprement dite : l'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire dans les régions rurales et urbaines du Canada* est maintenant offerte dans la série *Bulletin d'analyse - Régions rurales et petites villes du Canada* (21-006-XIF, gratuite). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Population et démographie*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Ray D. Bollman au (613) 951-3747 ([ray.bollman@statcan.ca](mailto:ray.bollman@statcan.ca)), Division de l'agriculture. ■

## NOUVEAUX PRODUITS

**Analyse en bref : Le Noël du consommateur**, n° 7  
Numéro au catalogue : 11-621-MIF2003007  
(gratuit).

**Bulletin d'analyse, régions rurales et petites villes du Canada : L'emploi dans le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire dans les régions rurales et urbaines du Canada**, 1981 à 1996, vol. 4, n° 8  
Numéro au catalogue : 21-006-XIF  
(gratuit).

**Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison**, 2002  
Numéro au catalogue : 56M0002XCB (2140 \$).

**Exportations par pays**, janvier-septembre 2003, vol. 60, n° 3  
Numéro au catalogue : 65-003-XMB (67 \$/221 \$).

**Exportations par pays**, janvier-septembre 2003, vol. 60, n° 3  
Numéro au catalogue : 65-003-XPB (133 \$/441 \$).

**Rapports sur la santé - supplément : La santé de la population canadienne, rapport annuel**, 2003  
Numéro au catalogue : 82-003-SIF  
(gratuit).

**Rapports sur la santé - supplément : La santé de la population canadienne, rapport annuel**, 2003  
Numéro au catalogue : 82-003-SPF (22 \$).

**Programmes et services de justice réparatrice en matière pénale : sommaire des consultations**,  
Numéro au catalogue : 85-562-XIF2003001  
(gratuit).

**Statistique des sciences : Dépenses de l'administration fédérale au titre des activités scientifiques**, 2003-2004, vol. 27, n° 8  
Numéro au catalogue : 88-001-XIF (7 \$/64 \$).

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


**Pour commander par la poste, écrivez à :** Gestion de la circulation, Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

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 [infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://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 (Angl.) 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** 7  
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 s'est avérée encore une fois relativement faible.

**AUTRES COMMUNIQUÉS**

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les marchés 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, 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.