



Le Quotidien

Statistique Canada

Le lundi 15 décembre 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Indicateurs avancés, novembre 2003**

L'indicateur avancé composite a augmenté de 0,8 % en novembre, soit un taux de progression semblable à celui d'octobre (+0,7 %) et de septembre (+0,8 %). Il s'agit des trois hausses consécutives les plus marquées depuis le début de 2002.

2

- **Distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles, 2001-2002**

Les recettes des distributeurs de films et des grossistes en vidéos au Canada ont encore une fois atteint un niveau sans précédent au cours de l'exercice 2001-2002. Toutefois, le taux de croissance des recettes a ralenti par rapport aux années précédentes, les ventes de films et de vidéos canadiens à l'étranger ayant chuté pour la première fois en dix ans.

4

AUTRES COMMUNIQUÉS

| | |
|--|---|
| Régimes de pension d'employeurs (caisses de retraite en fiducie), deuxième trimestre de 2003 | 7 |
| Enquête annuelle des services de prospection, d'arpentage et de cartographie, 2002 | 7 |
| Revenus et dépenses des entreprises publiques locales, exercice se terminant le 31 décembre 2001 | 8 |
| Projet d'innovation en emploi communautaire, 2001 | 8 |
| Fil d'acier et certains produits de fil métallique, octobre 2003 | 8 |
| Charbon et coke, septembre 2003 | 9 |

NOUVEAUX PRODUITS

10



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

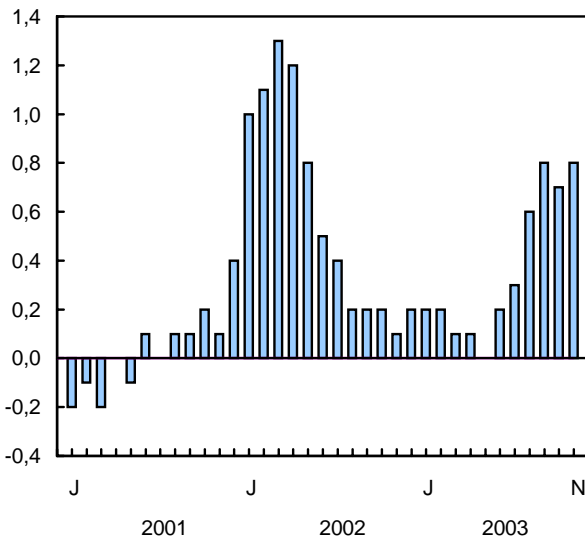
Indicateurs avancés

Novembre 2003

L'indicateur avancé composite a augmenté de 0,8 % en novembre, soit un taux de progression semblable à celui d'octobre (+0,7 %) et de septembre (+0,8 %). Il s'agit des trois hausses consécutives les plus marquées depuis le début de 2002. Les composantes reliées à la demande des entreprises ont pris la tête. L'indicateur avancé des États-Unis, quant à lui, a gardé le cap. Il n'y a eu qu'une seule des dix composantes à la baisse.

Indice composite

Variations lissées en %



La demande des entreprises au Canada a donné ses signes d'amélioration les plus marqués et les plus étendus depuis de nombreux mois. Entraînées par les biens d'investissement, les nouvelles commandes auprès des fabricants ont enregistré une deuxième croissance en trois mois qui, à cause de son ampleur (+2 %), a permis de rattraper une grande partie des pertes de l'année. Le ratio des livraisons aux stocks de produits finis a affiché une première hausse en 14 mois. Face à cette force de la demande, les

fabricants ont mis fin à cinq mois de baisse de la durée hebdomadaire moyenne de travail tout en augmentant l'emploi. Les services aux entreprises ont été à l'origine du relèvement de l'emploi dans les services ces trois derniers mois.

La croissance de l'indicateur américain s'est maintenue à 0,4 % et le nombre de composantes en hausse est demeuré majoritaire (9 sur 10). La fabrication a réagi positivement à l'amélioration de la demande finale, les commandes ayant augmenté, tant au niveau de l'investissement que de la consommation. La durée hebdomadaire de travail commence à rattraper ses lourdes pertes des dernières années. Le marché de l'habitation est demeuré le haut lieu des dépenses de consommation, bien que les niveaux d'inoccupation soient demeurés élevés.

Au Canada, l'indice du logement est descendu légèrement de son sommet de 30 ans. C'est la seule des dix composantes à avoir diminué. Les ventes de meubles et d'articles ménagers ont pris la vedette pour ce qui est de la demande des ménages, ayant affiché une troisième hausse d'affilée dépassant 1 %. Les ventes de biens durables cumulent maintenant six hausses consécutives.

Données stockées dans CANSIM : tableau 377-0003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 1601.

Une analyse plus détaillée des composantes est offerte en ligne. À partir de la page *Le Canada en statistiques*, choisissez *Conjoncture économique*. Sur cette page, cliquez sur la publicité de *L'Observateur économique canadien*, puis sur *Numéros de l'OÉC et Indice composite*. Pour plus de renseignements sur l'économie, consultez le numéro de novembre 2003 de *L'Observateur économique canadien*, vol. 16, n° 11 (11-010-XIB, 19 \$ / 182 \$; 11-010-XPB, 25 \$ / 243 \$), qui 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 Francine Roy au (613) 951-3627(oecc@statcan.ca), Groupe de l'analyse de conjoncture. □

Indicateurs avancés

| | Juin 2003 | Juillet 2003 | Août 2003 | Septembre 2003 | Octobre 2003 | Novembre 2003 | Dernier mois de données disponibles var. en % |
|--|--------------|-----------------|--------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| Indicateur avancé composite (1992=100) | 181,2 | 181,8 | 182,8 | 184,3 | 185,5 | 186,9 | 0,8 |
| Indice du logement (1992=100) ¹ | 130,4 | 131,5 | 134,4 | 138,7 | 143,5 | 143,3 | -0,1 |
| Emploi dans les services aux personnes et aux entreprises (en milliers) | 2 626 | 2 626 | 2 620 | 2 620 | 2 627 | 2 629 | 0,1 |
| Indice du cours des actions S&P/TSX (1975=1 000) | 6 665 | 6 806 | 7 039 | 7 206 | 7 389 | 7 564 | 2,4 |
| Offre de monnaie, M1 (en millions de dollars de 1992) ² | 112 065 | 114 032 | 115 996 | 117 519 | 117 458 | 117 489 | 0,0 |
| Indice avancé composite des États-Unis (1992=100) ³ | 110,1 | 110,3 | 110,7 | 111,3 | 111,8 | 112,2 | 0,4 |
| Fabrication | | | | | | | |
| Heures hebdomadaires moyennes de travail | 39,1 | 39,0 | 38,9 | 38,8 | 38,7 | 38,7 | 0,0 |
| Nouvelles commandes - biens durables (en millions de dollars de 1992) ⁴ | 20 163 | 20 044 | 19 927 | 19 946 | 19 644 | 20 044 | 2,0 |
| Ratio des livraisons aux stocks de produits finis ⁵ | 1,73 | 1,71 | 1,69 | 1,67 | 1,67 | 1,69 | 0,02 ⁵ |
| Commerce de détail | | | | | | | |
| Meubles et articles ménagers (en millions de dollars de 1992) ⁴ | 1 852 | 1 862 | 1 876 | 1 895 | 1 919 | 1 939 | 1,1 |
| Ventes d'autres biens durables (en millions de dollars de 1992) ⁴ | 7 663 | 7 697 | 7 732 | 7 753 | 7 789 | 7 818 | 0,4 |
| Indicateur avancé composite non lissé | 182,6 | 184,2 | 185,5 | 187,9 | 187,2 | 189,7 | 1,3 |

¹ Indice composite des mises en chantier de logements (unités) et des ventes de maisons (service inter-agences).

² Données obtenues après déflation par l'Indice des prix à la consommation.

³ Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué, mais portent sur le mois précédent.

⁴ Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué, mais portent sur le deuxième mois avant.

⁵ Différence par rapport au mois précédent.



Distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles

2001-2002

Les recettes des distributeurs de films et des grossistes en vidéos au Canada ont encore une fois atteint un niveau sans précédent au cours de l'exercice 2001-2002. Toutefois, le taux de croissance des recettes a ralenti par rapport aux années précédentes, les ventes de films et de vidéos canadiens à l'étranger ayant chuté pour la première fois en dix ans.

Les recettes de l'industrie ont atteint un sommet sans précédent de 3,0 milliards de dollars, en hausse de 7,9 % par rapport à l'année précédente. En 2000-2001, les recettes des distributeurs ont augmenté de 13,1 % par rapport à 1999-2000.

Les films américains et les autres films étrangers, surtout pour le marché de la télévision et le marché commercial, sont venus en tête en 2001-2002 (91 % des ventes intérieures), demeurant à peu près stables par rapport à 2000-2001 (90 %).

Parallèlement, les produits canadiens ont perdu de leur part de marché intérieur de la télévision générale (qui exclut la télévision payante). En 2001-2002, le contenu canadien représentait 14 % des recettes du marché de la télévision générale, en baisse par rapport à 16 % en 2000-2001.

De plus, les exportations à l'étranger, qui représentaient une large part des ventes de films et de vidéos canadiens, ont diminué en 2001-2002. Il s'agit de la première baisse depuis 1991. La distribution à l'étranger de productions cinématographiques et vidéo canadiennes a rapporté 173,9 millions de dollars, en baisse de 2 % par rapport à 2000-2001. (Ce chiffre exclut les productions distribuées directement à des clients étrangers par les producteurs.)

En incluant les recettes de la distribution de films non canadiens, les exportations totales se sont chiffrées à 204,7 millions de dollars en 2001-2002, en baisse par rapport au sommet de 222,3 millions de dollars atteint en 2000-2001. Il y a dix ans, seulement 30,0 millions de dollars provenaient des ventes à l'étranger.

Les marchés étrangers ont continué de représenter la majeure partie des ventes de produits canadiens. Près de 62 % des recettes de la distribution de productions canadiennes en 2001-2002 provenaient des exportations, en légère baisse par rapport à l'année précédente (64 %). En 1991, le tiers des productions cinématographiques et vidéo canadiennes provenaient des exportations.

Les productions canadiennes ont tiré le reste (48 %) de leurs recettes du marché intérieur. Cependant, les productions canadiennes ne représentaient que 9 %

Note aux lecteurs

Le présent communiqué présente les résultats d'une enquête menée auprès des 217 distributeurs et grossistes de films cinématographiques, de vidéos et de productions audiovisuelles au Canada.

Les intérêts particuliers et les choix des distributeurs et des grossistes de vidéos canadiens influencent fortement ce que les Canadiens sont en mesure de voir au petit et au grand écran.

Les distributeurs de films cinématographiques sont les entreprises dont l'activité principale est la distribution de productions cinématographiques et de vidéos aux cinémas, aux stations de télévision et aux exploitants commerciaux. Ils agissent à titre d'intermédiaires au sein de l'industrie cinématographique, assurant la liaison entre les réalisateurs et les exploitants. Les distributeurs obtiennent des droits de commercialisation et de distribution de films cinématographiques et de vidéos.

Les grossistes en vidéos sont les sociétés dont l'activité principale est la vente en gros de vidéocassettes préenregistrées, de vidéodisques et de DVD à des points de vente au détail, qui les louent ou les vendent au public.

Les vidéos comprennent les vidéocassettes, les vidéodisques et les DVD.

Le marché de la vidéo domestique est celui de la location ou de la vente de vidéos pour la présentation au moyen d'un lecteur à usage domestique.

Sauf indication contraire, les recettes sont en dollars courants.

de l'ensemble des recettes de distribution du marché intérieur, y compris les productions canadiennes et étrangères. On constate donc une baisse graduelle, étant donné qu'on avait enregistré 10 % en 2000-2001 et 13 % en 1999-2000.

Malgré tout, les ventes de produits canadiens ont continué de s'améliorer sur le marché de la télévision payante, malgré une part de marché plus faible. Elles ont augmenté de 19,6 % par rapport à 2000-2001, ce qui ne représentait toutefois que la moitié du taux de croissance enregistré pour les produits étrangers.

La télévision payante et la vidéo dominant le marché canadien

Les fortes hausses des recettes sur les marchés de la télévision payante et de la vidéo domestique ont largement contribué aux recettes record des distributeurs en 2001-2002. Les recettes réalisées sur le marché de la télévision payante ont augmenté de 36,1 % pour atteindre 110,5 millions de dollars, tandis que celles provenant du marché de la vidéo domestique ont progressé de 28,5 % pour s'établir à 213,0 millions de dollars. En outre, la distribution en gros de vidéocassettes préenregistrées et de DVD a apporté 7,8 % de plus en recettes.

La hausse des recettes sur le marché de la télévision payante reflète la popularité croissante de la

télévision payante et des stations spécialisées chez les Canadiens. Par exemple, la proportion de leur temps de visionnement est passée de 16 % en 1998 à 22 % en 2001, puis à 25 % en 2002. Cette tendance se poursuivra probablement, car un nombre croissant de Canadiens s'abonnent à la télévision payante et à la télévision par satellite.

Les recettes des vidéocassettes préenregistrées et des DVD ont atteint un sommet sans précédent en 2001-2002, soit 1,5 milliard de dollars. L'augmentation des ventes de vidéos préenregistrées peut être attribuable à la hausse des dépenses moyennes des ménages en vidéos et en vidéodisques.

En moyenne, chaque famille a dépensé 141 \$ en 2001 en vidéos, en bandes sonores et en disques compacts, en hausse de 23,7 % par rapport à 2000. Cette augmentation découlait des dépenses en vidéocassettes et en DVD, lesquelles représentaient le tiers de ce type de dépenses en 2001.

Selon l'Enquête sur l'enregistrement sonore, les ventes de bandes sonores et de disques compacts sont en baisse. Tandis que les dépenses à ce chapitre ont diminué (en raison de facteurs tels que le piratage et le partage de fichiers de musique sur Internet), les dépenses en vidéocassettes et en DVD ont augmenté, faisant gonfler les dépenses au chapitre de ces produits. On ne s'attend pas à ce que cette tendance s'atténue dans un avenir prochain.

Baisse du niveau de rentabilité parallèlement au ralentissement du taux de croissance des recettes et des dépenses

Le taux de croissance des recettes et des dépenses a ralenti pour une troisième année consécutive. Toutefois, le taux de croissance des recettes a diminué davantage que celui des dépenses, laissant les distributeurs à un niveau de rentabilité plus faible que l'année précédente.

Les distributeurs de films et de vidéos et les grossistes en vidéos ont déclaré au total 2,7 milliards de dollars de dépenses en 2001-2002, soit 9,8 % de plus qu'en 2000-2001, comparativement à un taux de croissance de 11,3 % l'année précédente et de plus de 29 % en 1998-1999.

Par conséquent, on a constaté la deuxième baisse des bénéfices en quatre ans. À 329,0 millions de dollars, les bénéfices étaient de 5,2 % plus faibles que l'année précédente. En 2001-2002, les bénéfices représentaient 11 % des recettes totales, comparativement à 12 % l'année précédente et 18 % en 1997-1998.

Les baisses du taux de croissance des coûts de la publicité et des promotions ont plus qu'épongé les

hausse des droits et des redevances et des coûts de distribution en gros de vidéocassettes.

L'augmentation de 6,6 % des paiements de droits et de redevances pour les produits étrangers par rapport à l'année précédente a été modeste comparativement au taux de croissance de 28,5 % observé en 1997-1998. Pour les produits canadiens, ces paiements ont augmenté de 2,7 %. Le montant payé pour les produits canadiens s'est hissé à 82,8 millions de dollars en 2001-2002.

Des 857,0 millions de dollars du total des droits et des redevances versés, moins de 10 % sont allés aux produits canadiens, soit un peu moins que l'année précédente.

Distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles et distribution en gros de vidéocassettes selon le marché principal¹

| | 1997-1998 | 1998-1999 | 1999-2000 | 2000-2001 | 2001-2002 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| en million de dollars | | | | | |
| Recettes | | | | | |
| Distribution intérieure | 818,8 | 879,1 | 965,6 | 1 070,9 | 1 211,7 |
| Cinéma | 276,7 | 317,9 | 360,5 | 390,6 | 403,1 |
| Télévision payante | 59,8 | 56,9 | 68,7 | 81,2 | 110,5 |
| Télévision conventionnelle | 340,1 | 359,1 | 369,3 | 409,6 | 465,5 |
| Vidéo domestique | 125,1 | 129,5 | 147,6 | 165,8 | 213,0 |
| Hors commerce | 17,1 | 15,7 | 19,5 | 23,7 | 19,6 |
| Recettes de clients étrangers | 132,1 | 185,5 | 187,3 | 222,3 | 204,7 |
| Distribution totale | 950,9 | 1 064,7 | 1 152,9 | 1 293,1 | 1 416,3 |
| Distribution en gros de vidéocassettes | 812,2 | 1 110,9 | 1 252,1 | 1 399,4 | 1 508,3 |
| Autres recettes | 57,7 | 75,3 | 82,5 | 120,6 | 112,0 |
| Total des recettes | 1 820,8 | 2 250,9 | 2 487,5 | 2 813,1 | 3 036,6 |
| Dépenses | | | | | |
| Coûts relatifs aux droits (les redevances et d'autres frais) | 539,6 | 694,4 | 791,3 | 806,7 | 857,0 |
| Coûts de distribution en gros de vidéocassettes | 508,8 | 586,5 | 640,3 | 660,7 | 776,8 |
| Rémunération et avantages sociaux | 83,5 | 112,4 | 135,5 | 144,6 | 172,0 |
| Autres coûts | 354,0 | 528,2 | 648,8 | 853,9 | 901,8 |
| Dépenses totales | 1 485,9 | 1 921,5 | 2 216,0 | 2 465,9 | 2 707,6 |
| Marge bénéficiaire (% des recettes totales) | 18,4 | 14,6 | 10,9 | 12,3 | 10,8 |

¹ Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Amélioration des ventes des produits canadiens, mais non de leur part de marché

Les productions étrangères ont constitué 91 % du 1,2 milliard de dollars de ventes sur le marché intérieur des films et des vidéos, soit à peu près la même part qu'en 2000-2001. Les ventes de produits

canadiens ont continué d'augmenter, mais leur part de marché n'a pas augmenté de façon perceptible.

Sur le marché de la télévision payante, les produits canadiens ont continué de gagner du terrain. Toutefois, leur part de marché est tombée à 21 %, tandis que les produits étrangers ont acquis 79 % de l'ensemble du marché de la télévision payante (110,5 millions de dollars). L'année précédente, les produits canadiens détenaient 24 % du marché.

En 2001-2002, les ventes de diffusions canadiennes par télévision payante ont atteint 22,8 millions de dollars, en hausse de 19,6 % par rapport à l'année précédente. Toutefois, cette hausse ne représentait que la moitié du taux de croissance enregistré pour les produits étrangers.

Les ventes de produits canadiens sur le marché de la télévision générale ont augmenté de 1,6 %, mais la part de marché a diminué pour la deuxième fois en trois ans. Après avoir augmenté à 25 % en 1999-2000, leur part de marché est retombée à 16 % en 2000-2001. En 2001-2002, ces ventes représentaient seulement 14 % de 465,5 millions de dollars. Cette tendance à la baisse reflète un 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.

Sur le marché commercial (cinémas et cinéparcs commerciaux), les films étrangers ont représenté 98 % des recettes des distributeurs, qui ont totalisé 403,1 millions de dollars en 2001-2002. Les films canadiens ont représenté 2 %, même s'ils ont généré 12,4 % de plus en ventes que l'année précédente. En 2000-2001, les films canadiens ont représenté moins de 2 %.

Sur le marché des vidéos préenregistrées, les produits canadiens détenaient une part de 2 %. Les ventes en gros de vidéocassettes préenregistrées et de DVD au Canada se sont chiffrées à 1,4 milliard de dollars en 2001-2002.

Sur le marché non commercial, qui est formé essentiellement de productions destinées aux établissements d'enseignement, aux administrations publiques et aux sociétés privées, les recettes ont baissé de 17,3 % par rapport à 2000-2001. Il s'agissait

de la première baisse après deux hausses annuelles consécutives.

Part des recettes pour le contenu canadien et le contenu étranger sur le marché intérieur¹

| | 2000-2001 | | | 2001-2002 | | |
|--|------------------|------------------|--------------|------------------|------------------|--------------|
| | Contenu canadien | Contenu étranger | Total | Contenu canadien | Contenu étranger | Total |
| | % | | | | | |
| Distribution intérieure | 9,5 | 90,5 | 100,0 | 8,9 | 91,1 | 100,0 |
| Cinéma | 1,9 | 98,1 | 100,0 | 2,1 | 97,9 | 100,0 |
| Télévision payante | 23,5 | 76,5 | 100,0 | 20,7 | 79,3 | 100,0 |
| Télévision générale | 15,7 | 84,3 | 100,0 | 14,1 | 85,9 | 100,0 |
| Vidéo domestique | 2,9 | 97,1 | 100,0 | 2,1 | 97,9 | 100,0 |
| Hors commerce | 24,7 | 75,3 | 100,0 | 32,7 | 67,3 | 100,0 |
| Distribution intérieure en gros de vidéocassettes | 1,7 | 98,3 | 100,0 | 2,3 | 97,7 | 100,0 |

¹ Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 501-0001 à 501-0004.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2414.

Certaines données de l'Enquête sur la distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles et sur la distribution en gros de vidéocassettes sont offertes en ligne sous forme de tableaux (87F0010XIF, gratuit). Les données de cette enquête sont également disponibles selon la province et le territoire. Les chercheurs peuvent obtenir des totalisations spéciales contre recouvrement des coûts.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle en composant sans frais le 1 800 307-3382 (cult.tourstats@statcan.ca). Pour commander des tableaux personnalisés ou standard, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Fidel Ifedi au (613) 951-1569 (fidel.ifedi@statcan.ca), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur : (613) 951-1333. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Régimes de pension d'employeurs (caisses de retraite en fiducie)

Deuxième trimestre de 2003

Au deuxième trimestre, les caisses de retraite en fiducie ont enregistré leurs premiers flux de trésorerie positifs depuis plus d'un an.

D'avril à juin, ces caisses de retraite, administrées par des fiduciaires autorisés qui investissent les fonds sur les marchés financiers, ont vu leurs revenus s'établir à 14,9 milliards de dollars et leurs dépenses, à 11,3 milliards de dollars.

Leur revenu net a donc été de près de 3,7 milliards de dollars, c'est-à-dire le premier solde positif depuis le premier trimestre de 2002. Il y avait longtemps aussi que les caisses n'avaient pas fait de bénéfice plutôt qu'une perte lors de la vente d'actions.

La valeur de l'actif des caisses de retraite est passée de 518,2 milliards de dollars à 553,6 milliards de dollars au deuxième trimestre, en hausse de 6,8 %. Une proportion d'environ 38 % de cet actif était investie en actions et sujette aux variations du cours de ces dernières.

Généralement, la valeur de l'actif des caisses de retraite augmente ou diminue parallèlement à la croissance ou à la baisse du cours des actions, ce qui a été le cas lors du deuxième trimestre. Durant cette période, l'indice composé du Standard & Poor's/Toronto Stock Exchange (S&P/TSX) a augmenté de 10 %.

L'augmentation de la valeur de l'actif des caisses de retraite est également attribuable à l'augmentation de la valeur des obligations qu'elles détenaient, mais dans une moindre mesure que dans le cas des actions.

Les obligations représentaient 37 % de la valeur totale de l'actif des caisses de retraite. Depuis le quatrième trimestre de 1999, les administrateurs des caisses de retraite en fiducie ont progressivement modifié la composition de leur portefeuille de titres pour passer d'une proportion importante d'actions à une répartition plus équitable entre les actions et les obligations.

Environ 5,5 millions de travailleuses et de travailleurs canadiens participent à un régime de pension d'employeurs et, de ceux-ci, environ 4 millions participent à un régime de pension fiduciaire.

Les pensions des 1,5 million d'autres travailleuses et travailleurs sont couvertes par diverses modalités de financement des administrations fédérale et provinciales (principalement pour leurs fonctionnaires) et par des contrats d'assurance ou des rentes du gouvernement du Canada, habituellement achetées par les employeurs du secteur privé pour leurs employés qui approchent de la retraite.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 280-0002 à 280-0004.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2607.

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) 951-7355 ou composez sans frais le 1 888 297-7355 (revenu@statcan.ca), Division de la statistique du revenu. Télécopieur : (613) 951-3012. ■

Enquête annuelle des services de prospection, d'arpentage et de cartographie

2002

L'industrie des services de prospection, d'arpentage et de cartographie est composée principalement de deux activités différentes, soit l'activité de prospection et de levés géophysiques qui fournit des services à l'industrie des minéraux, du pétrole et du gaz naturel et l'activité d'arpentage (levés cadastraux). Cette industrie a généré 1,9 milliard de dollars de revenus d'exploitation en 2002, en hausse de 3,8 % par rapport à 2001.

Les revenus des services d'arpentage ont augmenté, alors que la mise en chantier de logements, qui a connu une croissance subite en 2002, a entraîné une demande croissante pour des services d'arpentage. En 2002, l'activité de l'arpentage a généré 738 millions de dollars en revenus d'exploitation, en forte hausse par rapport à 2001 (678 millions de dollars).

L'année 2002 a été caractérisée par un ralentissement dans les activités de prospection, de développement et de la production du pétrole et du gaz naturel. Ce ralentissement a résulté en une baisse marginale des revenus des services de prospection et de levés géophysiques qui sont passés à 1 015 millions de dollars en 2002, alors qu'ils étaient de 1 028 millions de dollars en 2001.

L'Alberta a continué de devancer toutes les autres provinces pour tous les services de prospection, d'arpentage et de cartographie, ayant représenté 64 % (1,2 milliard de dollars) des revenus d'exploitation en 2002. Il s'agit d'une diminution par rapport à 2001 (68 %), soit une baisse de 50 millions de dollars dans le total des revenus annuels.

Les activités de prospection et de levés géophysiques représentent le gagne-pain des compagnies basées en Alberta, qui génèrent 83 % de toutes les ventes des services de prospection et

de levés géophysiques au pays. Ceci incluait non seulement les travaux exécutés en Alberta, mais également les opérations de ces compagnies dans d'autres provinces et territoires, au large, et dans d'autres pays.

La marge bénéficiaire d'exploitation de l'industrie, avant impôts, était de 9,8 % en 2002, en légère baisse par rapport à 2001, alors qu'elle était de 11,1 %.

Comme les grandes compagnies de l'industrie fournissent des services de prospection et de levés géophysiques, un sous-secteur qui a connu un ralentissement en 2002, les dépenses sont demeurées relativement élevées à cause d'un maintien des salaires et traitements, tandis que les revenus ont diminué. Les 20 plus grandes compagnies ont généré seulement 37,5 % du revenu d'exploitation. Il s'agit d'une baisse importante en comparaison avec 2001, alors qu'elles en avaient généré 49,3 %. Ces compagnies étaient également à l'origine de 31,5 % des salaires versés par l'industrie et de 38,4 % de toutes les dépenses d'exploitation. Par contre, ces compagnies qui, en 2001, représentaient 56,1 % des profits d'exploitation ont vu ce pourcentage baisser fortement en 2002 (29,3 %).

Données stockées dans CANSIM : tableau 360-0006.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4715.

Les données de l'Enquête annuelle des services de prospection, d'arpentage et de cartographie pour l'année 2002 sont maintenant disponibles. Des tableaux détaillés à l'échelon provincial pour une gamme de caractéristiques du secteur qui fournissent une répartition des revenus et des dépenses sont aussi inclus dans le document relié aux données diffusées.

Pour obtenir votre copie gratuite du document relié aux données diffusées, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Michel Savard au (613) 951-3175 (michel.savard@statcan.ca), Division des industries de service. Télécopieur : (613) 951-6696. ■

Revenus et dépenses des entreprises publiques locales

Exercice se terminant le 31 décembre 2001

Il est maintenant possible d'obtenir les données de 2001 sur les estimations relatives aux revenus et aux dépenses des entreprises publiques locales.

Données stockées dans CANSIM : tableau 385-0015.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 1725.

Les données sont fournies sous forme de totalisations spéciales. Elles sont présentées par province et territoire et par secteur pour l'ensemble du pays et portent sur la période allant de 1995 à 2001.

Pour plus de renseignements sur les produits et services de la Division des institutions publiques, communiquez avec Joanne Rice au (613) 951-0767 (joanne.rice@statcan.ca). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Guy Ladouceur au (613) 951-1847 (guy.ladouceur@statcan.ca), Division des institutions publiques. ■

Projet d'innovation en emploi communautaire

2001

Il est maintenant possible de consulter les données concernant l'étape de mise en oeuvre du Projet d'innovation en emploi communautaire (PIEC).

Le PIEC est un projet pilote à long terme qui se déroule actuellement au Cap-Breton. Il est conçu pour mesurer les effets, tant sur les individus que sur les collectivités, de l'offre de possibilités d'emplois communautaires faite aux chômeurs de longue durée. Financé par Développement des ressources humaines Canada, le projet est géré par la Société de recherche sociale appliquée (SRSA) et est mené en collaboration avec Statistique Canada.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec la SRSA au (613) 237-4311, avec les Services à la clientèle au (613) 951-3321, ou composez sans frais le 1 800 461-9050 (des@statcan.ca), Division des enquêtes spéciales. Télécopieur : (613) 951-4527. ■

Fil d'acier et certains produits de fil métallique

Octobre 2003

Il est maintenant possible d'obtenir les données d'octobre sur la production de fil d'acier et de certains produits de fil métallique.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0010.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2106, 2116 et 2184.

Le numéro d'octobre 2003 de *Fil d'acier et certains produits de fil métallique*, vol. 58, n^o 10 (41-006-XIB, 6 \$ / 51 \$) 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 l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (manufact@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Charbon et coke

Septembre 2003

Il est maintenant possible de consulter les données de septembre sur le charbon et le coke.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0016.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2003 et 2147.

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

Fil d'acier et certains produits de fil métallique,
octobre 2003, vol. 58, n° 10
Numéro au catalogue : 41-006-XIB (6 \$/51 \$).

**Distribution de productions cinématographiques,
vidéo et audiovisuelles : tableaux de données,**
Numéro au catalogue : 87F0010XIF
(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 infostats@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.

Le Quotidien
Statistique Canada

Le jeudi 19 juin 1997
Pour être diffusé à 8 h-10 h

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** Malgré la pénurie associée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recouru. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 46 déplacements par semaine (par les autobus de transport urbain, soit le réseau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années). 2
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** Au foyer de la croissance de l'économie et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 s'est avérée encore une fois relativement faible. 5

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice des offres d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les anticipations à court terme 10
- Adaptation des personnes atteintes de handicap le 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12

Statistique Canada / Statistiek Canada

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.