



Le Quotidien

Statistique Canada

Le vendredi 4 juillet 2003

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Les parcours menant aux études postsecondaires chez les jeunes de 20 ans** 2
Quatre diplômés de l'école secondaire sur dix retardent leurs études postsecondaires d'au moins un an. À l'âge de 20 ans, deux diplômés de l'école secondaire sur dix ne se sont toujours pas inscrits à un programme d'enseignement postsecondaire.
- **Distribution de films cinématographiques, de vidéos et de productions audiovisuelles, 2000-2001** 4
Les distributeurs de films et les grossistes en vidéos au Canada ont réalisé un niveau sans précédent de recettes au cours de l'exercice 2000-2001. Cependant, les films et les vidéos canadiens n'ont toujours pas fait leur place sur un marché intérieur dominé par les produits étrangers.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Ventes intérieures de produits pétroliers raffinés, mai 2003	7
Acier en formes primaires, données hebdomadaires, semaine se terminant le 28 juin 2003	7
Prix des produits agricoles, mai 2003	8
Production d'oeufs et de volaille, mai 2003	8
Charbon et coke, avril 2003	8
Enquête sur les dépenses des familles : fichier repondéré de microdonnées à grande diffusion, 1996	8

NOUVEAUX PRODUITS

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS : 7 au 11 juillet



COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

Les parcours menant aux études postsecondaires chez les jeunes de 20 ans

Quatre diplômés de l'école secondaire sur dix retardent leurs études postsecondaires d'au moins un an. À l'âge de 20 ans, deux diplômés de l'école secondaire sur dix ne se sont toujours pas inscrits à un programme d'enseignement postsecondaire.

L'étude *Qui poursuit des études postsecondaires et à quel moment : parcours choisis par les jeunes de 20 ans* s'appuie sur les données de l'Enquête auprès des jeunes en transition (EJET), une enquête longitudinale parrainée par Développement des ressources humaines Canada. Elle examine les parcours choisis par les diplômés de l'école secondaire à l'âge de 20 ans et les facteurs liés au choix d'un parcours plutôt qu'un autre. Elle révèle des différences importantes entre ceux qui commencent immédiatement leurs études postsecondaires (59 % de l'ensemble des diplômés) et ceux qui n'en commencent pas ou qui les retardent.

Pour les besoins de l'étude, on considère que les diplômés de l'école secondaire qui ont entrepris un programme d'enseignement postsecondaire moins d'un an après avoir terminé leurs études secondaires sont des diplômés qui sont passés directement aux études postsecondaires.

Certains facteurs familiaux et scolaires sont liés à la décision de ne pas poursuivre des études

Deux diplômés de l'école secondaire sur dix n'avaient pas continué leurs études à l'âge de 20 ans. Ils différaient de ceux qui sont passés directement aux études postsecondaires sous plusieurs aspects, notamment les caractéristiques personnelles, les antécédents familiaux, les résultats scolaires, ainsi que l'emploi pendant les études secondaires.

Les diplômés de sexe masculin et les diplômés avec un enfant étaient les moins enclins à poursuivre leurs études.

Les diplômés de l'école secondaire qui n'ont pas poursuivi leurs études avaient généralement des parents qui n'avaient pas terminé d'études postsecondaires. En particulier, les chances de ne pas aller dans un établissement d'enseignement postsecondaire étaient trois fois supérieures chez ce groupe que chez les diplômés dont les parents avaient un grade universitaire.

Note aux lecteurs

Le rapport Qui poursuit des études postsecondaires et à quel moment : parcours choisis par les jeunes de 20 ans s'appuie sur les données de la cohorte des jeunes âgés de 18 à 20 ans de l'Enquête auprès des jeunes en transition, une enquête longitudinale entreprise conjointement par Statistique Canada et Développement des ressources humaines Canada.

Cette enquête vise à examiner les principales transitions dans la vie des jeunes, particulièrement en ce qui a trait aux études, à la formation et au travail. Le rapport se fonde sur les données du premier cycle de l'enquête, qui a eu lieu de janvier à avril 2000. Plus de 22 000 jeunes âgés de 18 à 20 ans répartis dans les 10 provinces ont participé à cette enquête.

Seuls les diplômés de l'école secondaire âgés de 20 ans au moment de l'entrevue de l'Enquête auprès des jeunes en transition ont été inclus dans ce rapport.

Pour les besoins de cette étude, on a défini les programmes d'enseignement postsecondaire comme les programmes d'enseignement officiels postérieurs aux études secondaires dont la durée est de trois mois ou plus et qui se terminent avec la remise d'un diplôme, d'un certificat ou d'un grade de niveau supérieur aux études secondaires. Ces programmes comprennent l'université, les collèges universitaires (qui peuvent donner un grade universitaire), les collèges communautaires ou les cégeps au Québec, ou un autre programme d'enseignement postsecondaire.

Ceux qui n'ont pas poursuivi leurs études ont également déclaré que leurs parents croyaient que la poursuite des études après l'école secondaire n'était pas très importante. Leurs chances de ne pas poursuivre d'études postsecondaires étaient trois fois supérieures à celles des diplômés dont les parents croyaient que la poursuite des études était très importante.

Les diplômés de l'école secondaire qui n'ont pas poursuivi d'études postsecondaires sont également ceux qui avaient, en général, de plus faibles notes lors de leur dernière année au secondaire que les diplômés qui ont poursuivi leurs études immédiatement après le secondaire. En outre, ils avaient généralement des amis qui n'étaient pas intéressés à poursuivre leurs études après le secondaire.

Les diplômés de l'école secondaire qui n'ont pas poursuivi d'études postsecondaires étaient généralement ceux qui avaient un emploi rémunéré au cours de leur dernière année au secondaire, comparativement à ceux qui ont poursuivi leurs études immédiatement. En particulier, ceux qui travaillaient 30 heures ou plus par semaine étaient plus susceptibles de ne pas poursuivre leurs études que ceux qui travaillaient de 10 à 19 heures par semaine.

Dans certains cas, la province de résidence a été un facteur. Les chances que les diplômés de la Colombie-Britannique ne poursuivent pas d'études postsecondaires étaient plus de deux fois supérieures à celles de leurs homologues de l'Ontario. Par ailleurs, les diplômés de l'école secondaire au Québec, où les cégeps facilitent la poursuite d'études postsecondaires, étaient plus de quatre fois plus susceptibles de poursuivre leurs études après le secondaire que les diplômés de l'Ontario.

Les facteurs provinciaux et scolaires sont liés au report des études

Deux diplômés de l'école secondaire sur dix ont retardé leurs études postsecondaires d'au moins un an, mais y étaient inscrits avant ou à l'âge de 20 ans. Ils étaient différents de ceux qui les ont entrepris directement à plus d'un égard.

Dans trois provinces, soit Terre-Neuve-et-Labrador, le Manitoba et l'Alberta, les diplômés de l'école secondaire étaient plus susceptibles de retarder leurs études postsecondaires. Les diplômés de ces provinces étaient d'une et demie à deux fois plus susceptibles de retarder leurs études que les diplômés de l'Ontario. Par ailleurs, les diplômés de l'école secondaire au Québec étaient plus d'une fois et demie moins enclins à retarder leurs études que ceux de l'Ontario.

Les diplômés de l'école secondaire qui ont déclaré un faible engagement social au cours de leur dernière année au secondaire étaient près de deux fois plus susceptibles de retarder leurs études que les diplômés ayant un fort niveau d'engagement social. L'engagement social désigne l'appartenance et la participation d'un élève aux aspects sociaux de la vie scolaire, comme l'interaction avec les pairs et la participation aux activités parascolaires.

Si on les compare aux diplômés du secondaire ayant une moyenne de 90 % ou plus, les diplômés qui avaient de faibles notes étaient plus susceptibles de retarder leurs études postsecondaires. Les diplômés dont la moyenne variait de 70 % à 79 % étaient plus de deux fois plus susceptibles de retarder leurs études et ceux dont la moyenne était inférieure à 70 % étaient trois fois plus enclins à le faire.

De plus, les diplômés de l'école secondaire qui n'avaient pas reçu de bourses d'études ou d'entretien pour financer leurs études postsecondaires étaient plus susceptibles de retarder leurs études que ceux qui en avaient reçu.

La présente analyse pose un premier regard sur la transition des jeunes après l'école secondaire. On a de nouveau interrogé ces jeunes deux ans après l'entrevue sur laquelle est fondée la présente étude. La prochaine série de renseignements donnera un aperçu à long terme du parcours scolaire des diplômés de l'école secondaire.

Définitions, sources de données et méthodes : 4435.

Le rapport *Qui poursuit des études postsecondaires et à quel moment : parcours choisis par les jeunes de 20 ans* (81-595-MIF2003006, gratuit) est maintenant accessible dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Gratuites*, puis *Éducation*.

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) 951-7608 ou composez sans frais le 1 800 307-3382 (educationstats@statcan.ca), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur : (613) 951-9040. ■

Distribution de films cinématographiques, de vidéos et de productions audiovisuelles 2000-2001

Les distributeurs de films et les grossistes en vidéos au Canada ont réalisé un niveau sans précédent de recettes au cours de l'exercice 2000-2001. Cependant, les films et les vidéos canadiens n'ont toujours pas fait leur place sur un marché intérieur dominé par les produits étrangers.

Les recettes de l'industrie ont atteint un sommet sans précédent de 2,8 milliards de dollars, en hausse de 13,1 % par rapport à 1999-2000 où elles avaient été de 2,5 milliards de dollars.

Les films étrangers, surtout pour le marché de la télévision et le marché commercial, sont venus en tête en 2000-2001, ayant représenté plus de 90 % des ventes intérieures, comparativement à 87 % l'année précédente.

Parallèlement, les produits canadiens ont perdu de leur part du marché commercial et du marché de la télévision générale au Canada. Ainsi, en 1999-2000, le contenu canadien représentait 25 % des recettes du marché de la télévision générale. Un an plus tard, cette part n'était plus que de 16 %.

Cependant, les entreprises canadiennes ont continué de profiter des marchés des exportations et de la télévision payante. La distribution de productions cinématographiques et vidéo canadiennes à d'autres pays a rapporté pas moins de 177,5 millions de dollars, en hausse de 2,7 % par rapport à l'année précédente. (Ce chiffre exclut les productions distribuées directement à des clients étrangers par les producteurs.)

Avec les recettes de la distribution de films non canadiens, les exportations totales se sont chiffrées à 222,3 millions de dollars en 2000-2001, comparativement au précédent sommet de 187,3 millions de dollars atteint en 1999-2000.

Les productions canadiennes étaient de plus en plus populaires sur les marchés étrangers. Près des deux tiers (64 %) de l'ensemble des recettes de la distribution de productions canadiennes en 2000-2001 sont venues des exportations, comparativement à 58 % l'année précédente. Cette proportion se compare à celle d'environ un tiers seulement observée au début des années 1990.

Sur le marché intérieur, d'où elles ont tiré le reste de leurs recettes, les productions canadiennes ont représenté un peu moins de 10 % de l'ensemble des recettes de la distribution, y compris celles de productions canadiennes et étrangères, en baisse par rapport à 13 % en 1999-2000.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué présente les résultats d'une enquête menée auprès des 216 distributeurs et grossistes de films cinématographiques, de vidéos et de productions audiovisuelles au Canada.

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 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 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.

Première hausse de bénéfices en trois ans

Le taux de croissance des dépenses a ralenti pour une deuxième année d'affilée. Conjugué à la progression des recettes, ce ralentissement a contribué à améliorer le résultat net des distributeurs.

Les distributeurs de films et de vidéos et les grossistes en vidéos ont déclaré un total de 2,5 milliards de dollars de dépenses en 2000-2001, soit 11,3 % de plus qu'en 1999-2000, comparativement à une hausse de 15,3 % l'année précédente, et à un taux de croissance de plus de 29 % en 1998-1999.

Par conséquent, les bénéfices ont connu une première augmentation en trois ans (+27,9 %), atteignant 347,2 millions de dollars. En 2000-2001, les bénéfices ont représenté 12 % des recettes totales, comparativement à 11 % l'année précédente et à 18 % en 1997-1998.

De fortes hausses des recettes sur les marchés de la télévision payante et de la vidéo domestique ont fortement contribué aux recettes records des distributeurs en 2000-2001.

Les recettes réalisées sur le marché de la télévision payante ont augmenté de 18,2 % pour atteindre 81,2 millions de dollars, tandis que celles provenant du marché de la vidéo domestique ont progressé de 12,3 % pour se situer à 165,8 millions de dollars. Les autres sources de recettes ont également crû, comme les subventions, les octrois, les droits de gestion et d'emballage, le revenu d'intérêts de placements et la distribution en gros de vidéocassettes préenregistrées.

Des ralentissements du taux de croissance des droits et redevances, et des coûts de distribution en gros des vidéocassettes, les deux principaux postes de dépenses, ont contribué au ralentissement de la croissance des coûts.

L'augmentation de 6,4 % des paiements de droits et de redevances pour les produits étrangers par rapport à l'année précédente était modeste au regard du taux de croissance de 28,5 % observé en 1997-1998. Pour les produits canadiens, ces paiements ont même diminué. Le montant payé pour les produits canadiens a fléchi de 1,7 % en 2000-2001 pour se fixer à 80,6 millions de dollars.

Sur les 806,7 millions de dollars du total des droits et des redevances versés, 10 % sont allés aux produits canadiens, soit un peu moins que l'année précédente.

Les rémunérations ont aussi ralenti. Elles ont augmenté de 6,6 %, passant à 144,6 millions de dollars, ce qui est nettement moins que le taux de croissance de 20,6 % enregistré l'année précédente. Cela reflète une chute de 4,9 % du nombre d'emplois à temps plein, qui n'était plus que de 3 045, et un accroissement de 29,5 % du nombre d'emplois à temps partiel, qui a atteint 518 en 2000-2001.

Une bonne part des nouveaux emplois à temps plein et à temps partiel ont été générés par des sociétés sous contrôle canadien. Ces dernières avaient plus de 87 % de l'emploi total, part qui est demeurée relativement stable au fil des ans. Les sociétés sous contrôle étranger, qui avaient 13 % de l'emploi total, ont représenté 21 % des 144,6 millions de dollars versés en rémunérations.

Les vidéos et les films étrangers dominant toujours le marché canadien

Les productions étrangères ont constitué plus de 90 % des 1,1 milliard de dollars de ventes sur le marché intérieur des films et des vidéos, en hausse comparativement à 87 % en 1999-2000. Cependant, dans certains secteurs de l'industrie, la domination étrangère a été beaucoup plus importante.

Sur le marché commercial (cinémas et cinéparcs commerciaux), les films étrangers ont représenté plus de 98 % des recettes des distributeurs, qui ont totalisé 390,6 millions de dollars en 2000-2001, et les films canadiens, moins de 2 %.

Si les marchés de la télévision générale et de la télévision payante ont aussi été dominés par les productions étrangères, le produit canadien en télévision payante a continué de prospérer, grâce à une hausse de recettes de 18,2 % par rapport à 1999-2000, ce qui les a portées à 81,2 millions de dollars. Sa part du marché de la télévision payante est demeurée inchangée par rapport à l'année précédente, se situant à 24 %,.

La part du produit canadien sur le marché de la télévision générale n'a pas fait aussi bonne figure. Après avoir atteint 25 % du marché en 1999-2000, elle est retombée à 16 % en 2000-2001, soit le même niveau qu'en 1997-1998.

Sur le marché des vidéos préenregistrés, les productions étrangères ont continué de connaître une immense popularité, représentant près de 98 % des 1,4 milliard de dollars de ventes en gros au Canada en 2000-2001.

Le contenu canadien obtient une plus grande part des recettes sur le marché non commercial

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 progressé de 21,8 % par rapport à l'année précédente. Il s'agit de la deuxième augmentation consécutive après plusieurs années de recul.

Ce marché a atteint 23,7 millions de dollars au Canada en 2000-2001, dont une part de 25 % pour les productions à contenu canadien. Bien que leur part ait régressé légèrement par rapport à l'année précédente, les recettes des produits à contenu canadien sur ce marché ont augmenté de 15,1 % par rapport à 1999-2000.

La part des redevances pour les films et les vidéos canadiens n'a jamais été aussi faible

Le principal poste de dépenses était formé de 806,7 millions de dollars de paiements au chapitre des droits et des redevances à des détenteurs de droits d'auteur étrangers et canadiens.

Les films et les vidéos canadiens ont représenté 10 % de ces paiements. C'est moins que la part de 11 % qu'ils avaient en 1999-2000 et que celle de 13 % qu'ils avaient en 1994-1995. La valeur en dollars a aussi diminué de 1,7 % par rapport à 1999-2001.

Les dépenses liées aux activités de vente en gros de vidéos, y compris le coût de la reproduction, se sont élevées à 660,7 millions de dollars. Ces activités ont rapporté 1,4 milliard de dollars de recettes.

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 sous forme de tableaux dans la publication *Enquête sur la distribution et la vente en gros de films cinématographiques et de vidéos* (87F0010XDB, 50 \$) qui est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*. 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 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.

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

	1997-1998	1998-1999	1999-2000	2000-2001
	en million de dollars			
Recettes				
Distribution intérieure	818,8	879,1	965,6	1 070,9
Cinéma	276,7	317,9	360,5	390,6
Télévision payante	59,8	56,9	68,7	81,2
Télévision générale	340,1	359,1	369,3	409,6
Vidéos domestiques	125,1	129,5	147,6	165,8
Marché non commercial	17,1	15,7	19,5	23,7
Recettes de clients étrangers	132,1	185,5	187,3	222,3
Distribution totale	950,9	1 064,7	1 152,9	1 293,1
Distribution en gros de vidéocassettes	812,2	1 110,9	1 252,1	1 399,4
Autres recettes	57,7	75,3	82,5	120,6
Total des recettes	1 820,8	2 250,9	2 487,5	2 813,1
Dépenses				
Coûts relatifs aux droits (les redevances et les autres frais)	539,6	694,4	791,3	806,7
Coûts de distribution en gros de vidéocassettes	508,8	586,5	640,3	660,7
Rémunération et avantages sociaux	83,5	112,4	135,5	144,6
Autres coûts	354,0	528,2	648,8	853,9
Dépenses totales	1 485,90	1 921,5	2 216,0	2 465,9
Marge bénéficiaire (% des recettes totales)	18,4	14,6	10,9	12,3

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

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

	1999-2000			2000-2001		
	Contenu canadien	Contenu étranger	Total	Contenu canadien	Contenu étranger	Total
	%					
Distribution intérieure	13,1	86,9	100,0	9,5	90,5	100,0
Cinéma	2,7	97,3	100,0	1,9	98,1	100,0
Télévision payante	23,6	76,4	100,0	23,5	76,5	100,0
Télévision générale	24,7	75,3	100,0	15,7	84,3	100,0
Vidéos domestiques	2,8	97,2	100,0	2,9	97,1	100,0
Marché non commercial	26,2	73,8	100,0	24,7	75,3	100,0
Distribution intérieure en gros de vidéocassettes	1,3	98,7	100,0	1,7	98,3	100,0

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

AUTRES COMMUNIQUÉS

Ventes intérieures de produits pétroliers raffinés

Mai 2003 (données provisoires)

Les ventes de produits pétroliers raffinés ont totalisé 8 199 000 mètres cubes en mai, en hausse de 6,0 % par rapport à mai 2002. Les ventes ont augmenté dans six des sept principaux groupes de produits, entraînées par la hausse des ventes de carburant diesel (+157 000 mètres cubes ou +8,1 %). Les ventes de mazouts lourds ont augmenté de 113 300 mètres cubes ou de 21,1 % alors que celles de carburéacteur ont chuté de 16 900 mètres cubes (-3,4 %). Les ventes d'essence à moteur ont progressé de 72 100 mètres cubes (+2,2 %).

Ventes de produits pétroliers raffinés

	Mai 2002 ^r	Mai 2003 ^p	Mai 2002 à mai 2003 var. en %
en milliers de mètres cubes			
Total, tous les produits	7 734,1	8 199,0	6,0
Essence à moteur	3 336,2	3 408,3	2,2
Carburant diesel	1 952,8	2 110,2	8,1
Mazouts légers	268,5	277,3	3,3
Mazouts lourds	538,0	651,3	21,1
Carburéacteurs pour turboréacteurs	493,0	476,1	-3,4
Charges pétrochimiques ¹	361,7	430,2	18,9
Tous les autres produits raffinés	783,9	845,5	7,9

	Janv. à mai 2002 ^r	Janv. à mai 2003 ^p	Janv.-mai 2002 à janv.-mai 2003 var. en %
en milliers de mètres cubes			
Total, tous les produits	37 519,1	39 365,2	4,9
Essence à moteur	15 703,6	15 985,3	1,8
Carburant diesel	8 978,6	9 465,1	5,4
Mazouts légers	2 665,3	2 999,6	12,5
Mazouts lourds	2 497,5	3 219,0	28,9
Carburéacteurs pour turboréacteurs	2 318,8	2 274,5	-1,9
Charges pétrochimiques ¹	1 856,0	1 862,1	0,3
Tous les autres produits raffinés	3 499,3	3 559,6	1,7

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

¹ Matières produites par les raffineries et utilisées par l'industrie pétrochimique dans la fabrication des produits chimiques, du caoutchouc synthétique et d'une variété de plastiques.

Les ventes d'essence ordinaire sans plomb ont augmenté de 2,7 %, mais celles d'essence des catégories intermédiaires (-11,5 %) et super (-0,7 %) ont chuté par rapport à mai 2002.

Les ventes cumulatives de produits pétroliers raffinés à la fin de mai ont progressé de 4,9 % par rapport à la même période en 2002. Les ventes ont augmenté dans six des sept principaux groupes de produits, l'augmentation la plus prononcée ayant été celle des mazouts lourds (+721 500 mètres cubes ou +28,9 %). De janvier à mai 2003, le total des ventes d'essence à moteur s'est accru de 281 700 mètres cubes ou de 1,8 % par rapport à la même période en 2002.

Données stockées dans CANSIM : tableau 134-0004.

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. ■

Acier en formes primaires, données hebdomadaires

Semaine se terminant le 28 juin 2003 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 28 juin a atteint 288 815 tonnes métriques, en baisse de 4,5 % par rapport à la production de 302 402 tonnes de la semaine précédente et de 6,8 % comparativement à la production de 309 846 tonnes de la semaine correspondante en 2002.

Le total cumulatif au 28 juin était de 7 861 301 tonnes, en baisse de 3,3 % comparativement aux 8 129 966 tonnes produites au cours de la même période en 2002.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2131.

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. ■

Prix des produits agricoles

Mai 2003

Il est maintenant possible d'obtenir les données de mai sur les prix que les agriculteurs ont reçus pour les céréales, les oléagineux, les cultures spéciales, les fruits, les légumes, les bovins, les porcs, la volaille, les oeufs et les produits laitiers.

En mai, le prix des bouillons pour l'abattage en Alberta, qui s'est établi à 102,28 \$ pour 100 livres, a chuté de 1 % par rapport à avril, mais il était tout de même supérieur de 13 % au prix de 90,29 \$ atteint en mai 2002.

Le prix de l'avoine en Ontario en mai, s'étant fixé à 186,45 \$ la tonne métrique, a chuté de 8 % par rapport à avril, mais il était tout de même nettement supérieur au bas prix de 144,49 \$ atteint en juillet 2002.

Définitions, sources de données et méthodes : 2305.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul Murray au (613) 951-0065 (paul.murray@statcan.ca), Division de l'agriculture. Télécopieur : (613) 951-3868. ■

Production d'oeufs et de volaille

Mai 2003 (données provisoires)

La production d'oeufs était estimée à 48,7 millions de douzaines en mai, soit un chiffre inchangé par rapport à mai 2002.

La production de viande de volaille a atteint 94,7 millions de kilogrammes en mai, en hausse de 2,0 % par rapport à mai 2002.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 003-0022, 003-0038 and 003-0039.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 3425 et 5039.

Le numéro de mai 2003 de la publication *Production d'oeufs* (23-003-XIB, gratuite) sera accessible sous peu dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet* choisissez *Gratuites*, puis *Agriculture*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Debbie Dupuis au (613) 951-2553 (debbie.dupuis@statcan.ca), Division de l'agriculture. ■

Charbon et coke

Avril 2003

Il est maintenant possible de consulter les données d'avril sur le charbon et le coke.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 303-0016 and 303-0017.

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. ■

Enquête sur les dépenses des familles : fichier repondéré de microdonnées à grande diffusion

1996

Le fichier repondéré de microdonnées de l'Enquête sur les dépenses des ménages de 1996, qui est en vente aujourd'hui, comprend les poids d'enquête mis à jour basés sur les projections démographiques du Recensement de 1996.

Les pondérations fournies dans ce fichier ont été révisées de façon à refléter les chiffres de la population et des ménages obtenus dans le cadre du Recensement de 1996 (au lieu du Recensement de 1991) et de façon à inclure les répartitions des revenus provenant des données de l'Agence des douanes et du revenu du Canada sur les déclarants. Toutes les données comprises dans ce fichier sont les mêmes que celles diffusées dans la version 2.1 en mars 2000, à l'exception de ces pondérations révisées.

Définitions, sources de données et méthodes : 3504.

Le CD-ROM *Enquête sur les dépenses des familles, fichier de microdonnées à grande diffusion - repondération*, 1996 (62M0001UCB, 3 000 \$) est

maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour obtenir plus de renseignements au sujet des résultats de l'enquête et des produits et services connexes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données de l'Enquête sur

les dépenses des familles (maintenant nommé l'Enquête sur les dépenses des ménages), communiquez avec les Services aux clients 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. ■

NOUVEAUX PRODUITS

Infomat, revue hebdomadaire, 4 juillet 2003
Numéro au catalogue : 11-002-XIF (3 \$/109 \$).

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

Enquête sur les dépenses des familles,
fichier de microdonnées à grande diffusion -
repondération, 1996
Numéro au catalogue : 62M0001UCB (3 000 \$).

Éducation, compétences et apprentissage -
documents de recherche : Qui poursuit des études
postsecondaires et à quel moment : parcours
choisis par les jeunes de 20 ans, n° 6
Numéro au catalogue : 81-595-MIF2003006
(gratuit).

Enquête sur la distribution et la vente en gros de
films cinématographiques et de vidéos, 2000-2001
Numéro au catalogue : 87F0010XDB (50 \$).

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) 11-001-XIF (français)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 4 juin 1997
Nouvelles editions 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 en moyenne quelque 65 déplacements au travail par les services de transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'emploi et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises manufacturières en 1996 fut, contrairement à ce qui se passe habituellement, stable.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipations à court terme 10
- Aide de l'Agence immobilière, septembre-hors-trimestre 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 10

Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, Ottawa, K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à lstproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

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

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS : 7 AU 11 JUILLET

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

Date de parution	Titre	Période de référence
7	Permis de bâtir	Mai 2003
7	L'enregistrement sonore	2000
8	Diplômes et certificats universitaires	2000
9	Commerce international de biens culturels	1996 à 2002
9	Contrôle et vente des boissons alcoolisées	2002
10	Indice des prix des logements neufs	Mai 2003
10	Investissement en construction de bâtiments non résidentiels	Deuxième trimestre de 2003
10	Enquête sur le milieu de travail et le employés : régimes de retraite	2001
11	Enquête sur la population active	Juin 2003
11	Commerce international de marchandises du Canada	Mai 2003
