



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 22 mars 2005

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués principaux

- **Commerce de détail, janvier 2005**

Pour une deuxième année consécutive, les consommateurs ont augmenté leurs achats en janvier. Les ventes de Noël de décembre ont diminué au cours des deux dernières années, la popularité croissante des cartes-cadeaux pouvant avoir reporté certains achats à la nouvelle année.

2
 - **Étude : Population des groupes de minorités visibles au Canada en 2017**

Selon de nouvelles projections de la composition ethnoculturelle de la population, environ un Canadien sur cinq, soit entre 19 % et 23 % de la population du pays, pourrait appartenir à un groupe de minorités visibles d'ici 2017, au moment où le Canada célébrera son 150e anniversaire.

7
-

Autres communiqués

Étude : Les dépenses et l'endettement des ménages, 1982 et 2001	10
Étude : Le lien entre l'impôt foncier et le revenu, 2001	11
Étude : Des légumes technos : l'industrie en plein essor des légumes de serre, 1990 à 2004	12
Assurance-emploi, janvier 2005	12
Chargements ferroviaires, janvier 2005	14

Nouveaux produits	15
--------------------------	-----------



Communiqués principaux

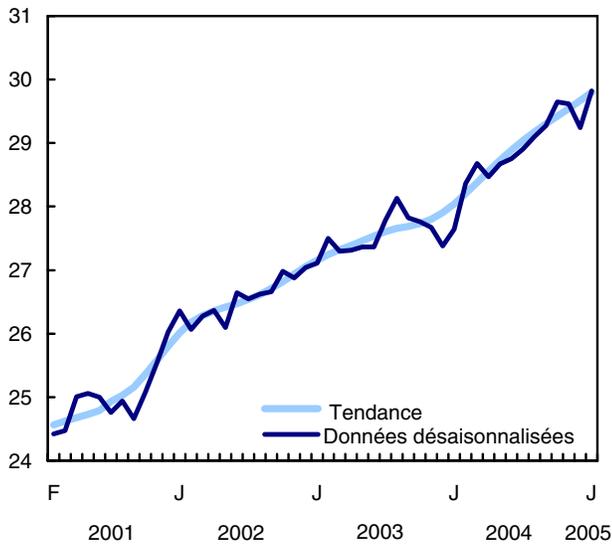
Commerce de détail

Janvier 2005

Pour une deuxième année consécutive, les consommateurs ont augmenté leurs achats en janvier. Les ventes de Noël de décembre ont diminué au cours des deux dernières années, la popularité croissante des cartes-cadeaux pouvant avoir reporté certains achats à la nouvelle année.

Forte hausse des ventes au détail en janvier

En milliards de dollars



Les ventes au détail ont connu une reprise de 2,0 % en janvier pour se chiffrer à 29,8 milliards de dollars, après avoir chuté de 1,2 % en décembre et être demeurées essentiellement inchangées en novembre (-0,1 %). Les résultats de janvier ont ramené les ventes à un niveau qui correspond davantage à la tendance haussière observée depuis le début de 2004.

En dollars constants, les ventes au détail ont bondi de 2,3 % en janvier, après avoir affiché des baisses pendant les deux mois précédents.

Si on exclut les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules d'occasion, de plaisance et de pièces, les ventes au détail ont grimpé subitement de 2,4 % en janvier.

Les consommateurs ont augmenté leurs dépenses dans tous les secteurs en janvier. La progression des ventes a été supérieure à 2,0 % dans cinq des

Note aux lecteurs

Le groupe de détaillants interrogés au sujet des cartes-cadeaux était celui des répondants habituels de l'Enquête mensuelle sur les grands détaillants, un panel d'environ 80 grands détaillants. L'enquête vise les plus grands détaillants du Canada dans les secteurs de l'alimentation, du vêtement, des articles d'ameublement, des appareils électroniques, des articles de sport ainsi que des marchandises diverses (grands magasins y compris). Ensemble, les ventes de ces détaillants représentent environ 35 % de toutes les ventes de détail annuelles, si l'on exclut les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules d'occasion, de plaisance et de pièces.

Une carte-cadeau, aux fins de la présente analyse, est une carte de plastique, semblable à une carte de crédit, qui comprend une bande magnétique à laquelle on attribue la valeur monétaire désirée au moment de sa vente. Les cartes-cadeaux ne comprennent aucun chèque-cadeau en papier ni aucune carte d'appel en plastique ou carte-cadeau vendue par des centres commerciaux ou des émettrices de cartes de crédit.

huit secteurs de la vente au détail, soit le secteur des marchandises diverses (+4,9 %), le secteur de l'alimentation et des boissons (+3,0 %), les pharmacies (+2,6 %), le secteur des meubles et de l'électronique (+2,5 %) et le secteur des matériaux de construction (+2,4 %).

Des gains plus modérés ont été affichés par le secteur de l'automobile (+0,5 %), le secteur de l'habillement (+0,2 %) et les détaillants divers (+0,2 %). La catégorie des détaillants divers englobe les magasins de fournitures de bureau, d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies.

Emballer cette carte-cadeau

Une enquête menée récemment auprès de grands détaillants, représentant tout juste plus de 11 000 magasins en janvier 2005, a démontré que 68 % de ces magasins ont offert des cartes-cadeaux au cours de la période des fêtes de l'année 2004, par rapport à 53 % au cours de l'année précédente. Cette augmentation de 27,3 % du nombre de détaillants qui offrent des cartes-cadeaux est un signe de leur popularité croissante auprès des consommateurs.

Parmi leurs pairs, ce sont les grands magasins, les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers, les magasins de meubles et les autres magasins de marchandises diverses qui ont connu les plus hauts taux de pénétration des cartes-cadeaux au cours des deux dernières années. Plus de la moitié des magasins de vêtements et d'accessoires compris dans ce panel ont offert des

cartes-cadeaux pendant la période de Noël de l'année dernière, soit une augmentation d'environ 50 % par rapport à 2003. Approximativement 70 % de tous les supermarchés interrogés ont offert des cartes-cadeaux à leurs clients pendant la période des fêtes de l'année dernière. La gamme grandissante d'articles non alimentaires vendus dans les supermarchés rend les cartes-cadeaux de ces magasins encore plus attrayantes.

Taux de pénétration des cartes-cadeaux selon la catégorie de grands détaillants

Catégorie de grands détaillants	2003		2004		2003 à 2004 var. en %
	%		%		
Grands magasins	100	100			0,0
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	92	93			1,0
Magasins de meubles	84	85			1,2
Autres magasins de marchandises diverses	72	81			13,0
Autres magasins	54	80			49,4
Supermarchés	57	71			24,2
Magasins de vêtements et d'accessoires	36	54			50,2
Total - grands détaillants	53	68			27,3

Important redressement des ventes dans plusieurs secteurs de ventes au détail en janvier

Les magasins de marchandises diverses ont augmenté leurs ventes de 4,9 % en janvier, après les avoir diminués au cours des deux mois précédents. Dans l'ensemble, les magasins de marchandises diverses ont vu leurs ventes demeurer essentiellement inchangées tout au long de 2004.

Au sein du secteur des marchandises diverses, les ventes des grands magasins ont progressé en janvier, après deux mois de baisses. En effet, elles ont augmenté de 6,1 %, une montée partiellement attribuable à l'ouverture de nouveaux magasins durant la dernière semaine du mois, mais également à une augmentation des dépenses de consommation, qui ont été faibles au cours de la période des fêtes. Les autres magasins de marchandises diverses ont également profité d'une croissance de leurs ventes en janvier (+3,6 %), après deux replis mensuels d'affilée.

Les détaillants dans le secteur de l'alimentation et des boissons ont affiché une poussée de leurs ventes de 3,0 % en janvier, ayant ainsi compensé la chute de 2,4 % enregistrée en décembre. Les magasins de bière, de vin et de spiritueux (+12,5 %) ont enregistré

de loin le plus important gain du secteur, ayant en partie rattrapé le terrain perdu pendant les trois mois précédents, durant lesquels les ventes ont reculé de 16,0 %. Les supermarchés (+1,5 %) ont également observé une montée de leurs ventes en janvier, après avoir enregistré un recul de 0,7 % en décembre. En général, les ventes du secteur de l'alimentation et des boissons augmentent rapidement depuis le début de 2004.

Les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont affiché une croissance de 2,6 % de leurs ventes en janvier, après avoir enregistré une baisse de proportion semblable en décembre (-2,4 %). Le repli des ventes de décembre représentait la première régression mensuelle en cinq mois dans ces magasins.

Les dépenses de consommation dans le secteur des meubles, des accessoires de maison et des appareils électroniques ont crû de 2,5 % en janvier, trois des quatre catégories de magasins de ce secteur ayant enregistré une hausse des ventes. Les magasins de meubles (+5,5 %) ont de loin affiché la plus grande hausse des ventes, après deux reculs mensuels consécutifs. Quant à eux, les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers (+1,5 %) et les magasins d'ordinateurs et de logiciels (+1,5 %) ont profité de la deuxième croissance mensuelle consécutive de leurs ventes en janvier. En général, les ventes dans le secteur ont repris des forces depuis l'été 2004, après être demeurées pratiquement inchangées au cours de la première moitié de l'année.

Les ventes ont progressé de 2,4 % dans les magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison en janvier, après avoir baissé de 1,6 % en décembre. Malgré l'important gain de janvier, les ventes mensuelles de ces détaillants ont enregistré peu de changements depuis le mois d'août dernier.

Les détaillants du secteur de l'automobile ont signalé une hausse de leurs ventes pour la première fois depuis trois mois en janvier (+0,5 %). La progression de 1,3 % des ventes qu'on connue les concessionnaires d'automobiles neuves a été partiellement contrebalancée par un déclin de 2,5 % des ventes chez les concessionnaires d'automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces. Bien que les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves semblaient exceptionnellement bonnes (+9,9 %) par rapport à janvier 2003, elles n'étaient supérieures que de 1,1 % à celles observées au même mois il y a deux ans. Excluant les baisses subites affichées au deuxième semestre de 2003, les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves sont demeurées plus ou moins stables pendant les trois dernières années.

Les ventes du Québec retrouvent leur tendance à la hausse

Les détaillants du Québec ont enregistré une forte hausse de leurs ventes en janvier (+4,7 %), après avoir affiché des pertes de 3,4 % en décembre. Le gain de janvier, le plus important accroissement mensuel depuis presque quatre ans, a rétabli la tendance à la hausse des ventes observée au Québec depuis le début de 2004.

La progression des ventes au détail de janvier a également été importante au Manitoba (+2,7 %), en Ontario (+2,3 %) et en Alberta (+1,6 %). Toutefois, les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail dans chacune de ces provinces ont reculé pendant les deux derniers mois de 2004. Malgré tout, dans l'ensemble, les ventes dans ces provinces progressent depuis le début de 2004.

Indicateurs connexes pour février

Le total des emplois a augmenté de 0,2 % en février, ayant ainsi mis fin à trois mois de stagnation en matière de création d'emplois. Les mises en chantier ont augmenté de 5,3 % en février, s'étant en partie rétablies du repli de 13,7 % observé en janvier. Selon

les données provisoires de l'industrie automobile, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en février a progressé d'environ 10 % par rapport à janvier.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 080-0014 à 080-0017 et 076-0005.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2406 et 2408.

Le numéro de janvier 2005 de la publication *Commerce de détail* (63-005-XIF, 18 \$ / 166 \$) paraîtra sous peu.

Les données de février sur le commerce de détail seront diffusées le 21 avril.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (detaillantsinfo@statcan.ca). Pour des renseignements analytiques 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. □

Ventes au détail

	Janvier 2004	Octobre 2004 ^r	Novembre 2004 ^r	Décembre 2004 ^r	Janvier 2005 ^p	Décembre 2004 à janvier 2005	Janvier 2004 à janvier 2005
données désaisonnalisées							
	en millions de dollars					var. en %	
Automobile	8 920	10 119	10 085	9 900	9 950	0,5	11,6
Concessionnaires d'automobiles neuves	5 225	5 896	5 860	5 672	5 745	1,3	9,9
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 145	1 260	1 271	1 299	1 266	-2,5	10,5
Stations-service	2 549	2 963	2 954	2 930	2 939	0,3	15,3
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	1 967	2 065	2 032	2 048	2 099	2,5	6,7
Magasins de meubles	694	745	719	714	753	5,5	8,5
Magasins d'accessoires de maison	349	390	387	393	390	-0,6	11,9
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	157	148	149	153	156	1,5	-0,9
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	767	782	777	788	800	1,5	4,3
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 568	1 800	1 822	1 793	1 836	2,4	17,1
Centres de rénovation et quincailleries	1 213	1 406	1 429	1 431	1 445	1,0	19,1
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	355	394	393	362	391	7,8	10,1
Magasins d'alimentation et de boissons	6 617	6 958	7 023	6 857	7 060	3,0	6,7
Supermarchés	4 818	5 016	5 111	5 076	5 153	1,5	7,0
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	712	738	747	758	755	-0,3	6,1
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 087	1 203	1 165	1 023	1 151	12,5	5,9
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 868	1 950	1 958	1 912	1 962	2,6	5,0
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 656	1 676	1 678	1 703	1 706	0,2	3,1
Magasins de vêtements	1 245	1 278	1 283	1 290	1 323	2,6	6,3
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	411	398	396	413	383	-7,2	-6,8
Magasins de marchandises diverses	3 483	3 585	3 505	3 494	3 666	4,9	5,2
Grands magasins	1 809	1 857	1 791	1 792	1 902	6,1	5,1
Autres magasins de marchandises diverses	1 674	1 729	1 714	1 702	1 764	3,6	5,4
Détaillants divers	1 564	1 493	1 511	1 538	1 542	0,2	-1,4
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	736	725	740	766	757	-1,1	2,8
Magasins de détail divers	828	768	771	773	785	1,6	-5,2
Total des ventes au détail	27 643	29 646	29 614	29 245	29 820	2,0	7,9
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	21 272	22 490	22 483	22 275	22 809	2,4	7,2
Provinces et territoires							
Terre-Neuve-et-Labrador	481	486	489	494	481	-2,7	0,0
Île-du-Prince-Édouard	114	117	115	114	114	0,6	0,3
Nouvelle-Écosse	828	865	857	844	826	-2,0	-0,2
Nouveau-Brunswick	652	668	695	673	670	-0,4	2,8
Québec	6 357	6 729	6 756	6 528	6 837	4,7	7,5
Ontario	10 371	10 991	10 986	10 902	11 151	2,3	7,5
Manitoba	916	1 014	997	976	1 002	2,7	9,4
Saskatchewan	795	866	875	871	869	-0,2	9,3
Alberta	3 326	3 782	3 767	3 721	3 781	1,6	13,7
Colombie-Britannique	3 705	4 027	3 977	4 022	3 987	-0,9	7,6
Yukon	36	37	36	36	36	-0,2	-0,4
Territoires du Nord-Ouest	42	44	45	46	46	2,0	10,4
Nunavut	19	19	20	20	20	0,5	4,4

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Ventes au détail

	Janvier 2004	Décembre 2004 ^r	Janvier 2005 ^p	Janvier 2004 à janvier 2005
données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			var. en %
Automobile	7 370	8 788	7 881	6,9
Concessionnaires d'automobiles neuves	4 145	4 983	4 335	4,6
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	828	1 013	871	5,2
Stations-service	2 397	2 791	2 676	11,6
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	1 727	3 092	1 797	4,1
Magasins de meubles	599	832	637	6,4
Magasins d'accessoires de maison	287	515	312	8,9
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	159	177	153	-3,5
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	682	1 567	694	1,7
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 085	1 521	1 211	11,6
Centres de rénovation et quincailleries	860	1 225	971	12,9
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	225	296	240	6,4
Magasins d'alimentation et de boissons	6 464	8 047	6 488	0,4
Supermarchés	4 943	5 593	4 977	0,7
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	655	836	655	0,1
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	866	1 618	856	-1,2
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 839	2 297	1 885	2,5
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 250	2 917	1 272	1,7
Magasins de vêtements	941	2 130	994	5,6
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	309	787	278	-10,0
Magasins de marchandises diverses	2 678	5 496	2 803	4,7
Grands magasins	1 307	3 172	1 375	5,2
Autres magasins de marchandises diverses	1 371	2 324	1 428	4,2
Détaillants divers	1 352	2 347	1 329	-1,7
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	663	1 373	675	1,8
Magasins de détail divers	689	974	654	-5,1
Total des ventes au détail	23 764	34 504	24 665	3,8
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	18 792	28 508	19 459	3,6
Provinces et territoires				
Terre-Neuve-et-Labrador	384	580	365	-4,9
Île-du-Prince-Édouard	91	132	87	-3,7
Nouvelle-Écosse	713	1 013	671	-6,0
Nouveau-Brunswick	544	786	538	-1,2
Québec	5 336	7 239	5 500	3,1
Ontario	8 905	13 214	9 243	3,8
Manitoba	794	1 158	832	4,8
Saskatchewan	697	1 026	729	4,7
Alberta	2 903	4 432	3 191	9,9
Colombie-Britannique	3 314	4 809	3 422	3,2
Yukon	29	39	28	-3,5
Territoires du Nord-Ouest	37	53	40	8,5
Nunavut	17	24	17	2,9

^r Données révisées.

^p Données provisoires.



Étude : Population des groupes de minorités visibles au Canada en 2017

Selon de nouvelles projections de la composition ethnoculturelle de la population, environ un Canadien sur cinq, soit entre 19 % et 23 % de la population du pays, pourrait appartenir à un groupe de minorités visibles d'ici 2017, au moment où le Canada célèbrera son 150^e anniversaire.

Selon les scénarios considérés pour ces projections, le Canada pourrait compter entre 6,3 millions et 8,5 millions de personnes de minorités visibles d'ici 12 ans.

Selon le scénario de croissance utilisé, il s'agirait d'une augmentation allant de 56 % à 111 % par rapport à 2001, où le nombre de ces personnes était estimé à environ 4,0 millions. De son côté, l'augmentation projetée pour le reste de la population varierait de 1 % à 7 % seulement entre 2001 et 2017.

En 2001, 13 % de la population s'identifiait à un groupe de minorités visibles selon la définition de la *Loi sur l'équité en matière d'emploi*.

Les données des derniers recensements montrent que la population de minorités visibles augmente beaucoup plus rapidement que la population totale. Entre 1996 et 2001, la population totale a augmenté de 4 %, tandis que la population de minorités visibles s'est accrue de 25 %, soit six fois plus.

L'étude montre que, peu importe le scénario utilisé (faible croissance ou croissance élevée), la population de minorités visibles continuerait d'augmenter à un rythme plus rapide que le reste de la population d'ici 2017.

Il en irait de même pour les populations des immigrants, des allophones et des personnes de confessions religieuses autres que chrétiennes.

Par ailleurs, la diversité ethnoculturelle demeurerait concentrée dans un certain nombre de régions urbaines. Comme c'était le cas en 2001, près des trois quarts des personnes de minorités visibles vivraient, en 2017, dans l'une des trois plus grandes régions métropolitaines du Canada, soit Toronto, Vancouver et Montréal. Environ la moitié de la population de Toronto et de Vancouver pourrait appartenir à un groupe de minorités visibles.

L'immigration constitue le facteur le plus important

Parmi les facteurs qui expliquent la plus forte croissance de la population de minorités visibles, les plus importants sont sans conteste l'immigration soutenue et le fort pourcentage de personnes de minorités visibles parmi les nouveaux arrivants.

Les autres facteurs comprennent une plus forte fécondité et une structure par âge plus «jeune» qui

Note aux lecteurs

Ce rapport est le résultat d'un projet lancé en 2004 par les responsables de la Direction générale du Multiculturalisme et des droits de la personne du ministère du Patrimoine canadien. Il vise à dresser un portrait de la diversité ethnoculturelle de la population canadienne en 2017, année qui marquera le 150^e anniversaire de la Confédération.

L'un des volets de ce projet consistait à produire des projections de la population devant servir à établir le profil démographique du Canada sur la base de variables comme le statut de minorité visible, le statut d'immigrant, la confession religieuse et la langue maternelle. En vertu de la Loi sur l'équité en matière d'emploi, «font partie des minorités visibles les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche». Les dix groupes visés comprennent les Chinois, les Sud-Asiatiques, les Noirs, les Philippins, les Latino-Américains, les Asiatiques du Sud-Est, les Arabes, les Asiatiques occidentaux, les Japonais et les Coréens.

Ce rapport établit des projections de la diversité ethnoculturelle de la population canadienne selon cinq scénarios. Le scénario de faible croissance retient les hypothèses d'une immigration et d'une fécondité relativement faibles, tout en appliquant une migration interne conforme à celle observée dans le cadre du Recensement de 2001. Un scénario de forte croissance repose quant à lui sur des hypothèses de fécondité et d'immigration relativement fortes.

Un troisième scénario, le scénario de référence, reflète l'effet sur la population projetée des tendances récentes relatives aux composantes du changement démographique, tandis qu'un quatrième utilise des hypothèses légèrement différentes quant à la migration interne.

Un cinquième met en lumière l'effet que pourrait avoir un niveau d'immigration plus élevé (équivalant à 1 % de la population totale) sur l'effectif, la structure par âge et la composition ethnoculturelle de la population canadienne.

entraînent un nombre moindre de décès et des taux de natalité plus élevés chez les personnes de minorités visibles que dans le reste de la population.

En 2001, la population de minorités visibles comptait environ 70 % de personnes nées à l'étranger. En dépit de l'augmentation rapide du nombre de personnes de minorités visibles nées au Canada, la proportion de personnes de minorités visibles nées à l'étranger se maintiendrait au-dessus des deux tiers d'ici 2017, selon l'étude.

Sur la base de la composition de l'immigration et des niveaux établis dans le cadre des divers scénarios de projection, la population immigrante du Canada atteindrait entre 7,0 millions et 9,3 millions de personnes en 2017.

Il s'agirait d'une hausse de l'ordre de 24 % à 65 % par rapport aux niveaux de 2001. Au cours de la même période, la population non immigrante connaîtrait une croissance beaucoup plus modeste de l'ordre de 4 % à 12 %.

Selon le scénario fondé sur la situation récente en matière d'immigration, de fécondité et de mortalité, les immigrants représenteraient 22 % de la population

en 2017, soit l'équivalent de la proportion la plus élevée observée au cours du XX^e siècle. En 2001, les immigrants représentaient environ 18 % de la population du Canada. Les projections fournies dans le reste du présent communiqué seront fondées sur ce scénario.

La population des Sud-Asiatiques pourrait rattraper celle des Chinois

Selon l'étude, la croissance de la population ne sera probablement pas répartie également entre les divers groupes de minorités visibles. Ainsi, la plus forte croissance du groupe des Sud-Asiatiques, d'ici 2017, pourrait lui permettre de voir ses effectifs devenir aussi importants que ceux des Chinois, le groupe de minorités visibles le plus peuplé en 2001. Le groupe des Sud-Asiatiques a un taux de fécondité plus grand que celui des Chinois et représente une part presque aussi importante de l'immigration.

Peu importe le scénario utilisé, environ la moitié de toutes les minorités visibles au Canada appartiendraient à deux groupes en 2017 : les Sud-Asiatiques ou les Chinois. Les projections montrent que la population de chaque groupe pourrait se situer autour de 1,8 million.

En 2001, les Chinois et les Sud-Asiatiques constituaient déjà les groupes de minorités visibles les plus importants au Canada, mais l'importance relative de leur population était différente.

Au Recensement de 2001, 1 029 000 personnes s'identifiaient comme Chinois, et elles représentaient 26 % de la population de minorités visibles. En comparaison, les 917 000 Sud-Asiatiques représentaient 23 % de la population de minorités visibles.

Les projections montrent que la population de personnes noires pourrait continuer de former le troisième groupe de minorités visibles en importance. Elle atteindrait environ 1,0 million de personnes en 2017, comparativement à environ 662 000 au Recensement de 2001.

Les groupes de minorités visibles qui pourraient croître le plus rapidement d'ici 2017 sont ceux des Asiatiques occidentaux, des Coréens et des Arabes. Selon la plupart des scénarios de projection, la population de chacun de ces groupes pourrait plus que doubler.

Selon le scénario de référence, la population des Philippins, estimée à 309 000 au Recensement de 2001, pourrait atteindre 540 000 d'ici 2017. Elle dépasserait le demi-million dans quatre des cinq scénarios.

Toujours selon le scénario de référence, le nombre de personnes n'ayant ni l'anglais ni le français comme

langue maternelle atteindrait 7,6 millions d'ici 2017, ou 22 % de la population totale. Ce nombre était estimé à environ 5,2 millions au Recensement de 2001, soit 18 % de la population.

La grande majorité devrait vivre dans des régions métropolitaines

Selon tous les scénarios élaborés pour ces projections, près de 95 % des personnes de minorités visibles habiteraient dans les régions métropolitaines de recensement du Canada d'ici 12 ans.

Comme c'était le cas en 2001, près de 75 % des personnes de minorités visibles résideraient dans l'une des trois plus importantes régions métropolitaines de recensement au Canada en 2017, soit Toronto, Vancouver et Montréal. On retrouverait 45 % de toutes les personnes de minorités visibles à Toronto, 18 %, à Vancouver et 11 %, à Montréal.

Selon quatre des cinq scénarios, plus de la moitié de la population de Toronto appartiendrait à un groupe de minorités visibles. La population de minorités visibles de Toronto se situerait entre 2,8 millions et près de 3,9 millions en 2017.

Parmi les personnes de minorités visibles vivant à Toronto, plus d'un million seraient des Sud-Asiatiques, et plus de 735 000, des Chinois. Cela signifie que plus de la moitié des Sud-Asiatiques du Canada, et environ 40 % des Chinois du Canada vivraient à Toronto en 2017.

À Vancouver, la majorité de la population pourrait elle aussi être constituée de personnes de minorités visibles en 2017, selon trois des cinq scénarios utilisés pour ces projections. Près de la moitié de sa population de minorités visibles pourrait appartenir au groupe des Chinois.

La population de minorités visibles de Montréal pourrait être assez différente de celle de Toronto ou de Vancouver, du fait de la proportion élevée de personnes noires et arabes. En 2017, les Noirs pourraient représenter 27 % de la population de minorités visibles de Montréal, et les Arabes, 19 %.

À l'échelon provincial, la population de minorités visibles serait surreprésentée dans deux provinces, l'Ontario et la Colombie-Britannique, en 2017, comme c'était déjà le cas en 2001, comparativement à la moyenne nationale.

L'Ontario compterait une population de minorités visibles de près de 4,1 millions de personnes, soit 57 % du total, tandis que la Colombie-Britannique compterait 1,4 million de personnes de minorités visibles, soit 20 % du total. Près d'une personne sur trois vivant en Colombie-Britannique appartiendrait à une minorité visible en 2017.

La population de minorités visibles demeurerait plus jeune

Dans 12 ans, la population de minorités visibles continuerait d'être plus jeune que le reste de la population. Toutefois, il s'agirait aussi d'une population vieillissante comptant proportionnellement moins de jeunes et davantage de personnes âgées.

Les projections montrent que l'âge médian de la population de minorités visibles devrait se situer autour de 35,5 ans en 2017, soit environ quatre ans de plus qu'en 2001. En comparaison, l'âge médian du reste de la population serait de 43,4 ans, soit plus de six ans de plus qu'en 2001.

La structure par âge différente pourrait avoir des répercussions sur la population en âge de travailler.

En 2017, pour chaque tranche de 100 personnes de minorités visibles en âge de quitter la population active,

c'est-à-dire des personnes âgées de 55 à 64 ans, on en trouverait 142 en âge d'y entrer. Il s'agit du groupe des personnes âgées de 15 à 24 ans.

Dans le reste de la population, le nombre d'entrants potentiels se situerait à seulement 75 pour chaque tranche de 100 sortants potentiels.

La publication *Projections de la population des groupes de minorités visibles, Canada, provinces et régions, 2001-2017* (91-541-XIF, gratuite) est maintenant accessible en ligne. 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 notre ligne info-médias au (613) 951-4636 (ligneinfomedias@statcan.ca). ■

Autres communiqués

Étude : Les dépenses et l'endettement des ménages

1982 et 2001

Les ménages canadiens ont dépensé plus et économisé moins au cours des deux dernières décennies, selon une nouvelle étude.

En effet, presque la moitié des ménages (47 %) ont dépensé plus que le montant de leur revenu avant impôt en 2001, en hausse comparativement à 39 % en 1982. Et ce sont les ménages qui se trouvent dans leurs années de préretraite qui ont affiché la plus grande transformation des habitudes de dépense.

En 1982, 34 % des ménages qui sont dans leurs années de préretraite (45 à 64 ans) ont vu leurs dépenses excéder leur revenu, contre 45 % en 2001. La proportion des «dépensiers» a aussi augmenté chez les ménages plus jeunes et plus âgés, mais légèrement.

Les ménages peuvent financer le déficit de leurs dépenses en puisant dans leurs économies ou en vendant leurs actifs financiers, mais les données montrent que l'emprunt est plus étroitement lié à l'augmentation des dépenses.

La dette par habitant a doublé entre 1982 et 2001, à la suite de la hausse considérable des dettes hypothécaires et de consommation.

L'emprunt a tendance à suivre une courbe qui correspond au cycle de vie dans lequel les jeunes empruntent de l'argent pour financer leurs études et fonder un foyer. Au fur et à mesure que le revenu augmente, les ménages remboursent leurs dettes et s'appliquent à économiser en vue de la retraite.

La moitié des jeunes ménages (avec une personne repère de moins de 45 ans) ont dépensé plus que leur revenu en 2001, contre 44 % en 1982. Cependant, une plus forte augmentation des dépenses chez les ménages âgés et ceux qui sont à la préretraite a donné lieu à une courbe du cycle de vie qui était moins distincte en 2001 qu'en 1982.

Le faible revenu est un autre facteur clé en matière de dépenses. En 2001, près de 66 % des ménages dont le revenu annuel était de moins de 20 000 \$ ont dépensé plus que leur revenu avant impôt, contre 57 % deux décennies plus tôt.

La proportion des «dépensiers» a aussi augmenté dans les autres tranches de revenu, tout comme l'écart entre les dépenses et le revenu. Par exemple, en bas de l'échelle, les ménages dont le revenu était de moins de 20 000 \$ ont dépensé 54 % de plus que leur revenu en 2001, comparativement à seulement 34 % de plus en 1982.

Les ménages qui ont dépensé plus que le montant de leur revenu avant impôt avaient aussi plus tendance à être locataires ou propriétaires-occupants avec hypothèque.

En général, les ménages dont les dépenses excédaient le revenu avant impôt dépensaient autant que les ménages qui économisaient, c'est-à-dire ceux dont les dépenses étaient égales ou inférieures à leur revenu.

La grande différence est survenue dans les dépenses consacrées aux automobiles. Les ménages qui ont dépensé plus que leur revenu avant impôt ont déboursé des milliers de dollars par an pour l'achat de voitures.

En 1982, les ménages dont les dépenses excédaient le revenu ont dépensé 43 % de plus en matière de transport que les ménages dont les dépenses étaient inférieures au revenu. Vers 2001, la différence avait atteint 54 %.

En 2001, les ménages qui dépensaient plus que le montant de leur revenu ont déboursé 15 200 \$ en moyenne pour l'achat de voitures, contre seulement 9 000 \$ pour les ménages dont les dépenses étaient inférieures au revenu.

Les ménages dont les dépenses excédaient le revenu ont acheté davantage de biens et de services dans la plupart des catégories que ne l'ont fait les ménages épargnants, mais les différences sont beaucoup plus faibles que pour les dépenses d'achat d'automobiles.

Plusieurs facteurs ont contribué aux dépenses financées par emprunt. Les taux d'intérêts ont fortement chuté au cours de cette période, le taux d'escompte étant passé de 13,96 % à 4,31 % entre 1982 et 2001, ce qui a créé un climat propice à l'emprunt. Parallèlement, une part plus importante du revenu avant impôt a été consacrée à l'impôt sur le revenu ainsi qu'aux primes des régimes de pension du Canada et du Québec et de l'assurance-emploi, ce qui a réduit le revenu disponible pour l'épargne et les dépenses personnelles de consommation.

D'autres études montrent qu'une richesse financière croissante, notamment la valeur nette du logement, stimule les dépenses des ménages. L'envolée des prix de l'immobilier qui a eu lieu dans bon nombre de régions du pays a peut-être donc incité les propriétaires-occupants à desserrer les cordons de leur bourse.

À ce chapitre, il est intéressant de noter les estimations des comptes nationaux selon lesquelles le ratio de la dette par rapport à l'avoir des ménages est

resté dans une fourchette serrée de 16 % à 19 % au cours des 14 dernières années, bien que le ratio de la dette au revenu ait atteint des sommets sans précédent.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 3508.

L'article intitulé «Dépenser ou épargner?» figure dans le numéro en ligne de mars 2005 de *L'emploi et le revenu en perspective*, vol. 6, n° 3 (75-001-XIF, 6 \$ / 52 \$) 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 Ted Wannell au (613) 951-3546 (ted.wannell@statcan.ca), Division de l'analyse des enquêtes auprès des ménages et sur le travail. ■

Étude : Le lien entre l'impôt foncier et le revenu
2001

Les propriétaires-occupants à faible revenu consacrent une part plus élevée de leur revenu à l'impôt foncier que leurs homologues à haut revenu, et ce, dans chacune des 342 municipalités examinées dans une nouvelle étude sur le sujet.

Quand la proportion du revenu allouée au paiement de certains impôts diminue à mesure que le revenu augmente, ces impôts sont communément appelés «régressifs».

Une précédente étude de Statistique Canada, faite à partir de l'Enquête sur la sécurité financière, a établi la nature régressive des impôts fonciers résidentiels. La présente étude, qui paraît aujourd'hui dans *L'emploi et le revenu en perspective*, analyse l'imposition foncière par rapport au revenu dans certaines municipalités, et ce, à l'aide des données du Recensement de la population de 2001.

Cette étude montre que la nature régressive des impôts fonciers est purement le produit de la distribution du revenu et de la distribution des valeurs immobilières dans une municipalité donnée. Les impôts fonciers sont plus régressifs dans les municipalités où le revenu des propriétaires-occupants varie beaucoup mais les valeurs immobilières sont relativement homogènes.

Les impôts fonciers régressifs ne peuvent pas être attribués aux niveaux d'imposition (qui sont parfois désignés par le terme «taux du millième») fixés par les municipalités. Réduire le taux du millième dans une municipalité donnée n'aurait aucun effet sur la

régressivité de l'impôt. Cela réduirait le fardeau fiscal pour tous les propriétaires-occupants, mais le lien entre le fardeau fiscal des propriétaires à faible revenu et celui de leurs homologues à revenu élevé ne changerait pas.

L'imposition foncière régressive ne découle donc pas du niveau d'imposition, mais plutôt du fait qu'elle est entièrement basée sur la valeur immobilière imposable quel que soit le revenu.

Comme à la fois la distribution du revenu et celle des valeurs immobilières varient d'une municipalité à l'autre, le degré de régressivité des impôts fonciers de chaque municipalité varie aussi. C'est ainsi qu'en bas de l'échelle de régressivité, les 25 % des propriétaires au revenu le plus faible payent un peu plus de deux fois d'impôts par dollar de revenu que les 25 % de leurs homologues au revenu le plus élevé. Et en haut de l'échelle, le ratio de l'impôt par rapport au revenu est cinq fois plus élevé pour les propriétaires au revenu le plus bas, comparativement à leurs homologues au revenu le plus élevé.

Les deux tiers des municipalités où l'inégalité du fardeau fiscal est la plus élevée se trouvent dans les régions métropolitaines de recensement de Montréal, Toronto ou Vancouver.

Par contre, seulement 15 % des municipalités où l'inégalité du fardeau fiscal est la moins élevée se trouvent dans un de ces grands centres urbains, à savoir Montréal.

Les impôts fonciers sont souvent plus régressifs dans les municipalités des grandes zones urbaines parce que la distribution du revenu tend à y être relativement inégale et/ou les prix des maisons relativement homogènes.

Par exemple, les ménages du quartile de revenu supérieur (la tranche des 25 % du haut de l'échelle) à Montréal ont un revenu médian de 4,4 fois supérieur à celui des ménages du quartile inférieur (la tranche des 25 % du bas de l'échelle), mais des maisons dont la valeur médiane (auto-déclarée dans le recensement) est seulement 1,2 fois plus élevée.

Par contre, les municipalités des grandes zones urbaines où les impôts fonciers sont moins régressifs tendent à afficher des prix de maisons plus hétérogènes et/ou des revenus moins inégaux.

L'étude a aussi révélé que, contrairement à l'opinion courante, les impôts fonciers régressifs ne peuvent être attribués principalement aux personnes âgées à revenu relativement faible qui habitent une maison relativement chère. En fait, dans la plupart des municipalités, les personnes à faible revenu âgées de moins de 65 ans portent un fardeau fiscal égal ou supérieur à celui de leurs homologues âgés.

**Définitions, sources de données et méthodes :
numéro d'enquête 3901.**

L'article intitulé «L'impôt foncier et le revenu» figure dans le numéro en ligne de mars 2005 de *L'emploi et le revenu en perspective*, vol. 6, n° 3 (75-001-XIF, 6 \$ / 52 \$) 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 Claude Dionne au (613) 951-5043 (claudio.dionne@statcan.ca), Division de la statistique du revenu. ■

**Étude : Des légumes technos : l'industrie
en plein essor des légumes de serre
1990 à 2004**

À l'automne 2004, quatre ouragans consécutifs ont soufflé sur la Floride, ce qui a retardé l'ensemencement des plants de tomates qui parviennent habituellement à maturité en décembre.

Parallèlement, les fortes précipitations en Californie ont fait pourrir les tomates sur pied. Par surcroît, les infestations de parasites ayant touché les cultures du Mexique ont aggravé le problème de l'offre.

C'est ainsi que le prix du quatrième produit le plus populaire en Amérique du Nord, après les pommes de terre, les laitues et les oignons, a plus que doublé. Tout juste avant Noël, dans certains cas, les consommateurs canadiens devaient déboursier près de 5 \$ la livre (ou le demi-kilo) pour acheter des tomates. En fait, la seule offre est provenue des serres canadiennes.

Le nouvel article du bulletin *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole*, intitulé «Des légumes technos : l'industrie en plein essor des légumes de serre du Canada», qui analyse la croissance phénoménale des serres canadiennes, porte principalement sur les tomates parce que celles-ci constituent la culture de légumes la plus importante, tant en matière de volume que de valeur. De plus, l'article permet d'examiner les différends commerciaux avec les États-Unis, de même que l'incidence du taux de change sur les ventes de légumes de serre.

Au cours des années 1990, la superficie totale de serre a plus que doublé pour se situer à près de 1 500 hectares. En 2003, cette superficie avait atteint près de 1 900 hectares, soit l'équivalent d'environ 4 400 terrains de football canadien.

La même année, les recettes tirées des ventes de produits de serre ont atteint un sommet de près de 2,1 milliards de dollars, soit près du double des recettes réalisées six ans plus tôt. Les ventes de fleurs

ont constitué environ 70 % des ventes, tandis que les ventes de légumes ont représenté les 30 % restants.

Au début des années 1990, les recettes tirées de la vente de légumes de serre et de légumes de grande culture comparables étaient à peu près les mêmes. Cependant, depuis 1996, les recettes tirées de la vente des légumes de serre ont augmenté à un rythme beaucoup plus rapide que celles tirées de la vente des légumes de grande culture.

Par exemple, en 2003, la valeur à la ferme des quatre cultures principales de légumes de serre, soit les tomates, les concombres, les laitues et les poivrons, totalisait 605,8 millions de dollars. Cette valeur était trois fois supérieure à celle des mêmes légumes cultivés dans les champs, s'étant chiffrée à 171,7 millions de dollars.

Qu'il s'agisse de tomates de serre ou de tomates de grande culture, les producteurs cultivent davantage de tomates que de tout autre légume. À elles seules, les tomates représentent plus de la moitié des recettes tirées de la vente des légumes de serre.

De plus, les tomates traversent la frontière dans les deux sens. Les serristes canadiens expédient de plus en plus de tomates de serre aux États-Unis.

Ces dernières années, le Canada a réalisé un excédent commercial à cet égard, ayant expédié au sud de la frontière une quantité de tomates de beaucoup supérieure à la quantité de tomates qu'il importe des États-Unis.

Le bulletin *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole* de mars 2005, intitulé «Des légumes technos : l'industrie en plein essor des légumes de serre du Canada» (21-004-XIF, gratuit), est maintenant accessible en ligne. 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 Michael Trant au (613) 951-2859 (mike.trant@statcan.ca), Division de l'agriculture. ■

Assurance-emploi

Janvier 2005 (données provisoires)

Le nombre estimatif de Canadiens (données désaisonnalisées) ayant reçu des prestations ordinaires d'assurance-emploi en janvier s'établissait à 519 820, ce qui représente une légère augmentation de 0,6 % par rapport à décembre. Cette faible hausse était la première en cinq mois. À l'échelon provincial, les plus fortes augmentations ont été enregistrées en Saskatchewan (+3,7 %), au Manitoba (+2,3 %) et en

Colombie Britannique (+1,1 %). Ces dernières ont été contrebalancées en partie par une diminution en Ontario (-1,1 %). Comparativement à janvier 2004, le nombre de bénéficiaires ayant reçu des prestations ordinaires a chuté de 6,6 % à l'échelon national.

De plus, les prestations ordinaires versées en janvier ont totalisé 717,2 millions de dollars tandis que le nombre de demandes initiales et renouvelées s'établissait à 235 840 (données désaisonnalisées).

Statistiques sur l'assurance-emploi

	Janv. 2005	Déc. 2004	Janv. 2004	Déc. 2004 à janv. 2005	Janv. 2004 à janv. 2005
données désaisonnalisées					
	var. en %				
Bénéficiaires ordinaires	519 820 ^P	516 620 ^P	556 410	0,6	-6,6
Montant versé de prestations ordinaires (en millions de dollars)	717,2 ^P	712,4 ^r	719,2	0,7	-0,3
Demandes initiales et renouvelées reçues (en milliers)	235,8 ^P	246,4 ^r	237,8	-4,3	-0,8
données non désaisonnalisées					
Ensemble des bénéficiaires (en milliers) ¹	968,4	838,9	1 019,2		
Bénéficiaires ordinaires (en milliers)	676,0	543,9	725,0		
Demandes initiales et renouvelées reçues (en milliers)	330,1	327,0	323,0		
Montant versé (en millions de dollars)	1 616,3	1 200,9	1 439,5		
données cumulatives					
	2005		2004		2004 à 2005
	var. en %				
Demandes reçues (en milliers)			330,1	323,0	2,2
Montant versé (en millions de dollars)	1 616,3		1 439,5		12,3

^r Données révisées.

^P Données provisoires.

1. L'ensemble des bénéficiaires inclut tous les prestataires recevant des prestations de type ordinaire (par exemple, en raison d'un licenciement) ou des prestations spéciales (par exemple, pour cause de maladie). Ces bénéficiaires comprennent toutes les personnes qui ont reçu des prestations pour la semaine de référence de l'Enquête sur la population active qui comprend habituellement le quinzième jour du mois.

Nota : Les données du programme des statistiques de l'assurance-emploi sont produites à partir de données administratives et peuvent de temps à autre subir l'effet de changements apportés à la Loi sur l'assurance-emploi ou aux procédures

administratives. Le nombre de bénéficiaires représente toutes les personnes qui ont reçu des prestations d'assurance-emploi durant la semaine comprenant la quinzième journée du mois. Les prestations ordinaires versées représentent le montant total d'argent perçu par les individus durant le mois.

Nombre de bénéficiaires recevant des prestations ordinaires

	Janvier 2005 ^P	Décembre 2004 à janvier 2005	Janvier 2004 à janvier 2005
données désaisonnalisées			
	var. en %		
Canada	519 820	0,6	-6,6
Terre-Neuve-et-Labrador	37 040	-0,3	-0,3
Île-du-Prince-Édouard	7 790	-1,1	-5,3
Nouvelle-Écosse	29 450	-0,7	-2,6
Nouveau-Brunswick	33 760	-0,4	-2,3
Québec	175 040	0,7	-5,8
Ontario	127 320	-1,3	-6,3
Manitoba	12 290	2,3	-13,9
Saskatchewan	11 610	3,7	-6,5
Alberta	26 570	0,9	-12,8
Colombie-Britannique	56 220	1,1	-10,8
Yukon	890	0,0	-8,2
Territoires du Nord-Ouest et Nunavut	1 060	-3,6	-10,9
données non désaisonnalisées			
	var. en %		
Territoires du Nord-Ouest	770	-4,9	-18,1
Nunavut	400	8,1	2,6

^P Données provisoires.

Note: Le nombre de bénéficiaires comprend toutes les personnes qui ont reçu des prestations ordinaires pour la semaine de référence de l'Enquête sur la population active qui comprend habituellement le quinzième jour du mois.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 276-0001 à 276-0006, 276-0009, 276-0011, 276-0015 et 276-0016.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2604.

Les données de février sur l'assurance-emploi seront diffusées le 26 avril.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-4090 ou composez sans frais le 1 866 873-8788 (travail@statcan.ca). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Gilles Groleau au (613) 951-4091, Division de la statistique du travail. ■

Chargements ferroviaires

Janvier 2005

L'année 2005 a débuté lentement pour les transporteurs ferroviaires canadiens alors que la plupart des groupes de marchandises ont affiché un léger déclin.

En janvier, un total de 21,8 millions de tonnes métriques de fret a été mis sur rail au Canada, en baisse de 5,5 % par rapport à décembre. La diminution de novembre à décembre avait été de 7,0 %.

Les chargements de blé, de grains céréaliers et de canola ont enregistré un recul de 350 000 tonnes alors que le soufre et les autres minéraux non métalliques ont affiché une perte de 160 000 tonnes par rapport à décembre. L'alumine, pour sa part, a diminué de 117 000 tonnes tandis que les produits forestiers ont accusé un ralentissement de 173 000 tonnes. Dans l'ensemble, une réduction d'environ 1,2 million de tonnes métriques a été observée par rapport à décembre.

La catégorie non intermodale a atteint 19,7 millions de tonnes en janvier, en baisse de 5,8 % par rapport à décembre. Un peu plus de 248 000 wagons ont été nécessaires pour les chargements de cette catégorie.

Les chargements de type intermodal, qui correspondent aux conteneurs et aux remorques placés

sur wagons plats, ont affiché une baisse de 2,1 % de leur tonnage par rapport à décembre pour atteindre un total de 2,1 millions de tonnes.

En janvier, le trafic en provenance des États-Unis, à destination ou passant par le Canada, a atteint 2,3 millions de tonnes, en baisse de 1,2 % par rapport à décembre.

Par rapport à janvier 2004, le tonnage non intermodal a augmenté de 4,9 %, le tonnage intermodal, de 5,0 % et le trafic en provenance des États-Unis, de 5,3 %.

Données stockées dans CANSIM : tableau 404-0002.

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

Le numéro de janvier 2005 de *Chargements ferroviaires mensuels*, vol. 82, n° 1 (52-001-XIF, 9 \$ / 83 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'unité de diffusion en composant sans frais le 1 866 500-8400 (statistiquesdutransport@statcan.ca), Division des transports. Télécopieur : (613) 951-0009. ■

Nouveaux produits

Infomat, revue hebdomadaire, 22 mars 2005
Numéro au catalogue : **11-002-XWF** (100 \$).

Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole, mars 2005
Numéro au catalogue : **21-004-XIF**
(gratuit).

Chargements ferroviaires mensuels, janvier 2005,
vol. 82, n° 1
Numéro au catalogue : **52-001-XIF** (9 \$/83 \$).

Commerce de gros, janvier 2005, vol. 68, n° 1
Numéro au catalogue : **63-008-XIF** (15 \$/150 \$).

L'emploi et le revenu en perspective, mars 2005,
vol. 6, n° 3
Numéro au catalogue : **75-001-XIF** (6 \$/52 \$).

Projections de la population des groupes de minorités visibles, Canada, provinces et régions, 2001 à 2017
Numéro au catalogue : **91-541-XIF**
(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 : -XWF, -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 par téléphone, ayez en main :

- Le titre
- Le numéro au catalogue
- Le numéro de volume
- Le numéro de l'édition
- Votre numéro de carte de crédit.

Au Canada et aux États-Unis, composez le :	1 800 267-6677
Pour les autres pays, composez le :	1 613 951-7277
Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le :	1 877 287-4369
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte, composez le :	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.

Catalogue 11-001-XIF (Anglais) 11-001-XIF (Français) 11-001-XIF (Français)



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 6 juin 1997
Nouvelles versions à 8 h et 13 h

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 65 déplacements au travail par les services de transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'industrie et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises manufacturières en 1996 fut, contrairement à ce qu'on s'attendait, relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipations à court terme 10
- Autorité de la concurrence, surveillance horizontale le 31 mai 1997 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, 2004. 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.