



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 1^{er} novembre 2006
Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Commerce électronique : magasinage sur Internet, 2005	2
Selon les données de la nouvelle Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, les Canadiens ont commandé pour un peu plus de 7,9 milliards de dollars de biens et services sur Internet en 2005.	
Enquête sur la couverture de l'assurance-emploi, 2005	5
Charbon et coke, août 2006	7
Énergie électrique, août 2006	7

Nouveaux produits	8
--------------------------	---



Communiqués

Commerce électronique : magasinage sur Internet

2005

Selon les données de la nouvelle Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, les Canadiens ont commandé pour un peu plus de 7,9 milliards de dollars de biens et services sur Internet pour la consommation personnelle et celle du ménage en 2005. Cette même année, ils ont passé presque 50 millions de commandes en ligne.

Le commerce électronique, c'est-à-dire la valeur des commandes passées en ligne, ne représente néanmoins qu'une très petite fraction des 762 milliards de dollars de dépenses personnelles en biens et services faites par les consommateurs l'année dernière. Toutefois, la nouvelle enquête confirme la popularité du magasinage en ligne auprès de fournisseurs nationaux et étrangers.

Près de 7 millions de Canadiens de 18 ans et plus ont passé une commande en ligne en 2005, tandis qu'un peu plus de 9 millions ont accédé à Internet pour faire de la navigation, autrement dit, du «lèche-vitrines». Les personnes qui ont fait un achat en ligne ont représenté environ 41 % de tous les adultes qui ont utilisé Internet en 2005.

Les services de voyage, comme les réservations d'hôtel et la location de voitures, représentaient les types de commandes les plus courantes, suivi de près par les livres, les revues et les produits numériques.

Environ les trois quarts des Canadiens adultes qui ont passé une commande en ligne en 2005 ont déclaré avoir payé tous ou certains de leurs achats directement sur Internet au moyen d'une carte de crédit ou de débit. Néanmoins, les résultats de l'enquête montrent qu'une vaste majorité des personnes qui magasinent sur Internet continuent de se préoccuper de la confidentialité des renseignements les concernant et de l'utilisation de cartes de crédit sur Internet.

Les Albertains et les Britanno-Colombiens sont les plus importants utilisateurs du commerce électronique

L'utilisation d'Internet pour le commerce électronique varie fortement selon un certain nombre de facteurs, y compris le lieu d'habitation, le niveau de revenu et l'âge.

Les Albertains et les Britanno-Colombiens étaient de loin les utilisateurs les plus importants du commerce électronique. En effet, 45 % des utilisateurs d'Internet adultes dans ces deux provinces ont passé une

Note aux lecteurs

L'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet (ECUI) de 2005, menée comme supplément de l'Enquête sur la population active en novembre 2005 auprès de plus de 30 000 Canadiens de 18 ans et plus, contenait des questions sur l'utilisation d'Internet, y compris le magasinage électronique, au cours des 12 derniers mois. Étaient exclus de l'enquête les résidents des territoires, les pensionnaires des établissements, les personnes vivant dans les réserves indiennes et les membres à temps plein des Forces armées canadiennes.

Le présent communiqué comprend des renseignements sur le magasinage électronique, y compris le nombre et la valeur des commandes passées par les Canadiens en ligne. L'information sur l'utilisation d'Internet, soit la proportion de Canadiens qui utilisent Internet et les motifs de leur utilisation, a été diffusée dans Le Quotidien du 15 août 2006.

La nouvelle enquête remplace l'Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages (EUIM), qui était axée sur les ménages. En 2003, les ménages canadiens ont passé un nombre estimatif de 21 millions de commandes en ligne, d'une valeur totale de 3 milliards de dollars. L'ECUI est maintenant davantage conforme aux normes internationales en ce qu'elle mesure l'utilisation d'Internet par les particuliers, mais il n'y a pas lieu de faire des comparaisons directes entre cette dernière et l'EUIM. Il se peut que certains répondants à l'ECUI déclarent des dépenses en ligne faites par d'autres membres du ménage, particulièrement pour des produits consommés conjointement comme les voyages.

Définitions

Un **utilisateur d'Internet** est une personne qui a utilisé Internet de n'importe quel endroit pour des raisons personnelles non commerciales.

Une **personne qui fait du magasinage sur Internet** est une personne qui a utilisé Internet de n'importe quel endroit pour faire de la navigation (c.-à-d. du lèche-vitrines sans commande en ligne) ou pour commander des biens ou des services pour son usage personnel ou celui du ménage.

Le **commerce électronique** fait tout particulièrement référence à une commande passée sur Internet quel que soit le mode de paiement.

commande de biens et services en ligne en 2005. La proportion était la plus faible au Québec, où environ 35 % des utilisateurs d'Internet ont passé une commande.

Plus de la moitié (52 %) des utilisateurs d'Internet adultes vivant dans des ménages ayant un revenu de 70 000 \$ ou plus ont déclaré avoir fait un achat en ligne l'an dernier, comparativement à 32 % des utilisateurs d'Internet dans les ménages ayant un revenu inférieur à 70 000 \$.

Les plus jeunes utilisateurs d'Internet étaient plus susceptibles de faire un achat en ligne que leurs homologues plus âgés. Environ 44 % des personnes de moins de 45 ans ont passé une commande électronique

en 2005, comparativement à 36 % de celles de 45 ans et plus.

Bien que la même proportion d'hommes et de femmes utilisaient Internet en 2005, des différences claires se dégagent en ce qui concerne le magasinage sur Internet. Environ 45 % des hommes adultes qui utilisaient Internet ont passé une commande électronique, comparativement à 38 % des femmes, et les hommes étaient également plus susceptibles de faire du lèche-vitrines.

En outre, 43 % des internautes habitant en région urbaine utilisaient Internet aux fins de commerce électronique, comparativement à 34 % des habitants des régions rurales et des petites villes.

Les fournisseurs canadiens ont un léger avantage en ce qui concerne les commandes en ligne

Selon les résultats de l'enquête, environ 57 % (quelque 28,3 millions) des 49,4 millions de commandes électroniques de biens et services passées en 2005 l'ont été auprès d'un fournisseur canadien. Ces commandes représentaient 63 % de la valeur totale des commandes, soit juste au-dessous de 5 milliards de dollars. Ainsi, 63 \$ de chaque 100 \$ dépensés par les Canadiens adultes en ligne en 2005 sont allés à des fournisseurs canadiens.

Nombre et valeur des commandes passées sur Internet en 2005

	Tous les fournisseurs	Fournisseurs canadiens
Canadiens adultes		
Utilisateurs d'Internet (en milliers de personnes)	16 775	16 775
Commerce électronique (en milliers de personnes)	6 888	5 405
Nombre de commandes		
Nombre total (en milliers)	49 425	28 302
Nombre moyen	7,2	5,2
Valeur des commandes		
Valeur totale (en milliers de dollars)	7 924 407	4 970 490
Valeur moyenne (en dollars)	1 150	920
Valeur moyenne par commande (en dollars)	160	176

En 2005, chaque consommateur adulte a passé en moyenne 7,2 commandes en ligne, d'une valeur moyenne de 160 \$. Les consommateurs ont passé en moyenne 5,2 commandes en ligne auprès des fournisseurs canadiens, d'une valeur moyenne de 176 \$ par commande.

Les voyages et le matériel de lecture représentent les achats en ligne les plus courants

Les commandes électroniques les plus courantes en 2005 étaient celles concernant des préparatifs de

voyage, des livres et des revues, d'autres produits de divertissement comme les billets de concert, ainsi que des vêtements, des bijoux et des accessoires. La musique, les logiciels d'ordinateur et les vidéodisques numériques étaient également des articles populaires.

Les commandes électroniques les plus courantes passées auprès de fournisseurs canadiens comprenaient les livres, les revues et les journaux en ligne, ou d'autres produits de divertissement comme les billets de concert et les préparatifs de voyage.

Type de biens et services commandés en ligne en 2005

Les personnes qui ont fait du magasinage sur Internet ont déclaré avoir commandé...	%
Services et arrangements de voyage	36
Livres, revues et journaux en ligne	35
Autres produits de divertissement	25
Vêtements, bijoux et accessoires	25
Logiciels d'ordinateur	20
Musique	16
Appareils électroniques grand public	16
Vidéos et vidéodisques numérique (DVD)	13
Fleurs comme cadeaux	13
Matériel d'ordinateur	12
Jouets et jeux	12
Articles de ménage	8
Autres produits de santé et de beauté et vitamines	8
Matériel de sport	7
Produits automobiles	6

Des différences notables entre les commandes s'observent lorsque les caractéristiques personnelles de l'acheteur sont prises en compte. Par exemple, 26 % des hommes adultes qui ont passé des commandes en ligne ont déclaré acheter des logiciels d'ordinateur, comparativement à seulement 14 % des femmes.

En revanche, les femmes étaient plus susceptibles de commander des livres, des revues et des journaux en ligne, ainsi que des vêtements, des bijoux et des accessoires.

Les acheteurs de moins de 45 ans étaient environ deux fois plus susceptibles de commander de la musique sur Internet que ceux de 45 ans et plus, et ils étaient plus susceptibles de commander des billets de concert. Toutefois, les acheteurs dans le groupe plus âgé ont déclaré faire des préparatifs de voyage en ligne dans une plus large proportion.

Trois quarts des Canadiens adultes qui ont passé une commande en ligne en 2005 ont déclaré payer tous ou certains de leurs achats directement sur Internet au moyen d'une carte de crédit ou de débit, tandis qu'environ 17 % ont déclaré payer au moyen d'une carte de crédit par téléphone.

Lèche-vitrines : Les produits électroniques et les électroménagers se classent en tête de liste

Un nombre estimatif de 9,2 millions de Canadiens adultes ont utilisé Internet pour faire du lèche-vitrines pour des biens et services en 2005. Ils représentaient plus de la moitié (55 %) de tous les utilisateurs d'Internet.

Plus de 6 personnes sur 10 qui ont fait du lèche-vitrines en ligne ont en fin de compte fait un achat directement auprès d'un détaillant (et non en ligne).

Chez ceux qui ont fait du lèche-vitrines, les articles les plus populaires étaient les appareils électroniques grand public, comme les appareils photo et les magnétoscopes, les articles de ménage, comme les gros électroménagers et les meubles, et les vêtements, les bijoux et les accessoires ainsi que les préparatifs de voyage. De nombreuses personnes ont fait des recherches portant sur les véhicules automobiles et les biens immobiliers.

Types de biens et services recherchés en ligne en 2005

Les personnes ayant fait du magasinage sur Internet ont déclaré avoir cherché...	%
Appareils électroniques grand public	42
Articles de ménage	39
Vêtements, bijoux et accessoires	37
Services et arrangements de voyage	37
Livres, revues et journaux en ligne	28
Produits automobiles	26
Musique	22
Autres produits de divertissement	22
Logiciels d'ordinateur	20
Matériel d'ordinateur	19
Vidéos et vidéodisques numérique (DVD)	18
Jouets et jeux	18
Matériel de sport	16
Immobilier	16
Fleurs comme cadeaux	12

Les hommes étaient légèrement plus susceptibles que les femmes de déclarer un achat direct résultant de lèche-vitrines en ligne.

Beaucoup plus d'hommes que de femmes ont déclaré faire du lèche-vitrines pour des articles coûteux comme des appareils électroniques grand public et des produits automobiles. Par exemple, 36 % des hommes ayant fait du lèche-vitrines ont déclaré faire de la navigation pour trouver une voiture, soit plus du double de la proportion de femmes (14 %).

En revanche, plus de femmes que d'hommes ayant fait du lèche-vitrines naviguaient en ligne afin de

chercher des gros électroménagers et des meubles. Elles étaient près de deux fois plus susceptibles de faire des recherches en ligne pour trouver des vêtements, des bijoux et des accessoires.

Les inquiétudes au sujet de la sécurité pourraient nuire au commerce électronique

L'enquête montre que la sécurité en ligne est une source de préoccupation pour de nombreux Canadiens et qu'elle pourrait constituer un obstacle au magasinage sur Internet.

En effet, quatre Canadiens adultes sur cinq ont fait état d'inquiétudes au sujet de l'utilisation de cartes de crédit sur Internet. En outre, près de la moitié (48 %) des personnes qui ont fait du lèche-vitrines sur Internet menant à un achat se sont dit très préoccupées à l'idée d'utiliser leur carte de crédit sur Internet.

L'absence d'accès à Internet haute vitesse peut également constituer un obstacle. Environ 50 % des utilisateurs d'Internet ayant une connexion Internet haute vitesse à la maison ont fait un achat en ligne en 2005, comparativement à seulement 36 % de ceux sans accès à haute vitesse.

Ce problème pourrait s'observer plus particulièrement chez les habitants des régions rurales et des petites villes, qui disposeraient moins d'un accès proche à des points de vente au détail. Ces personnes étaient moins susceptibles de déclarer avoir accès à un service Internet haute vitesse par téléphone ou par câble.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 358-0135 à 358-0138.

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

D'autres tableaux de données sur le magasinage sur Internet sont offerts en ligne. À partir du module *Tableaux sommaires*, sélectionnez *Quoi de neuf?* ou sélectionnez *Communications*, puis *Internet*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Anik Lacroix au 613-951-1807 (anik.lacroix@statcan.ca), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. ■

Enquête sur la couverture de l'assurance-emploi 2005

La proportion de Canadiens en chômage et admissibles aux prestations d'assurance-emploi a augmenté légèrement en 2005, selon les données recueillies à partir de l'Enquête sur la couverture de l'assurance-emploi.

Approximativement 769 700 personnes en chômage avaient cotisé au régime d'assurance-emploi en 2005 et 619 800 d'entre elles avaient eu une cessation d'emploi qui répondait aux critères du régime. Ce nombre représente 55,2 % de tous les chômeurs, en hausse par rapport aux 53,5 % notés en 2004.

Parmi ces personnes, un nombre estimatif de 516 700, ou 83,4 %, étaient admissibles à recevoir des prestations d'assurance-emploi en 2005.

La raison évoquée le plus fréquemment pour ne pas être admissible au régime d'assurance-emploi demeure l'absence d'un emploi rémunéré au cours des 12 mois précédant l'enquête. En 2005, on estime que 26 % des chômeurs n'étaient pas admissibles pour cette raison, soit un résultat essentiellement inchangé depuis 2004.

En 2005, l'admissibilité et l'accès aux prestations de maternité ou aux prestations parentales pour les mères d'un enfant de 12 mois ou moins sont demeurés presque inchangés comparativement à l'année précédente.

Trois mères sur quatre (75 %) avaient des gains assurables et 64,2 % des mères ont reçu des prestations de maternité ou des prestations parentales au cours de leur grossesse, ou après la naissance ou l'adoption de leur enfant.

Parmi les travailleuses rémunérées, la durée moyenne du congé effectif ou planifié s'est maintenue à 11 mois. Par ailleurs, les mères travailleuses autonomes avaient l'intention de prendre seulement 5 mois de congé en moyenne.

La proportion des pères ayant fait une demande de prestations pour congé parental ou qui avaient l'intention de le faire a augmenté pour se fixer à 14,2 % en 2005, soit la première croissance marquée enregistrée depuis l'élargissement du régime de prestations parentales. Malgré une légère baisse observée en 2004, cette mesure s'était maintenue relativement stable depuis 2002, cette dernière oscillant autour de 11 %.

Nota : L'Enquête sur la couverture de l'assurance-emploi est menée pour le compte de Ressources humaines et Développement social Canada depuis 1997. L'enquête comporte quatre cycles de collecte chaque année, soit en avril, en juillet, en novembre et en janvier. En 2000, le champ de l'enquête a été modifié afin de mesurer l'impact de l'élargissement du régime de prestations parentales. En 2005, 2 151 chômeurs et 1 248 mères d'un enfant de 12 mois ou moins ont été interviewés.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4428.

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

Régime d'assurance-emploi, couverture et admissibilité de la population en chômage

	2004	2005	2004 à 2005
Population en chômage ¹ (en milliers)	1 188	1 123	...
En proportion de la population en chômage	%		variation en %
Ont cotisé au régime d'assurance-emploi et dont la cessation d'emploi répondait aux critères du régime	53,5	55,2	1,7
Admissibles – Ont reçu des prestations ou s'attendent à en recevoir	40,9	43,4	2,5
Admissibles – N'ont pas reçu de prestations, mais admissibles selon le nombre d'heures travaillées	2,2	2,7	0,5
Non admissibles selon les heures travaillées	10,5	9,2	-1,3
Ont cotisé au régime d'assurance-emploi, mais ont quitté leur emploi pour retourner aux études ou pour autres raisons jugées non admissibles par le régime	15,1	13,4	-1,7
N'ont pas cotisé au régime d'assurance-emploi	31,4	31,4	0
Emploi non assurable	5,7	5,4	-0,3
Aucun emploi rémunéré au cours des 12 derniers mois	25,7	26,0	0,3
Admissibles en proportion des chômeurs qui ont cotisé au régime et dont la cessation d'emploi répondait aux critères du régime	80,4	83,4	3,0

... n'ayant pas lieu de figurer

1. Moyenne du nombre de chômeurs pour les mois de mars, de juin, d'octobre et de décembre.

Admissibilité des mères aux prestations de maternité et aux prestations parentales et durée du congé

	2004	2005
Mères avec un enfant de 12 mois ou moins	350 000	376 000
En proportion du total		
Avec emploi assurable (%)	74,3	75,0
Ont reçu des prestations de maternité ou parentales (%)	65,9	64,2
N'ont pas reçu de prestations ou n'en ont pas fait la demande (%)	8,4	10,8
Aucun emploi assurable (%)	25,7	25,0
N'a pas travaillé depuis deux ans ou plus (%)	16,6	12,7
Autres (incluant travail autonome) (%)	9,1	12,3
Mères ayant reçu des prestations de maternité ou parentales en proportion des mères avec un emploi assurable (%)	88,7	85,6
Mères de retour au travail ou connaissant leur date de retour¹	211 000	237 000
Durée moyenne du congé planifié (en mois)	11	11
Durée médiane du congé planifié (en mois)	11	11
0 à 4 mois (%)	8,9	7,2
5 à 8 mois (%)	11,6	12,8
9 à 12 mois (%)	62,7	61,1
Plus de 12 mois (%)	16,9	19,0
Conjoint ou partenaire a fait une demande de prestations parentales ou avait l'intention de le faire	30 000	47 000
Pourcentage des mères dont le conjoint a fait une demande de prestations ou avait l'intention de le faire (%)	9,5	14,2

1. Exclut les mères n'ayant pas travaillé depuis deux ans et les travailleuses autonomes.

Charbon et coke

Août 2006

Il est maintenant possible de consulter les données d'août 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 obtenir 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. ■

Énergie électrique

Août 2006

Il est maintenant possible de consulter les données d'août sur l'énergie électrique.

Données stockées dans CANSIM : tableau 127-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2151.

Pour obtenir 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

Il n'y a pas de nouveau produit aujourd'hui.

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 : **1 613 951-2800**

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 : **1 877 591-6963**

Pour commander par la poste, écrivez à : Finances, immeuble R.-H.-Coats, 6^e étage, 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 6 % 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.

Catégorie 1 - 001F - English 11-010-1054 (09/04/03)

Le Quotidien
Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997
Pour être utilisé à 9 h-10

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré le pic de la demande aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne cinq fois de déplacements en utilisant 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'égard de la croissance de l'économie et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été considéré comme relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Index de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipations à court terme 10
- Ajuster en termes réels, semaine se terminant le 31 mai 1997 11
- Producteur d'huile, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12

Statistique Canada / Statistic 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, 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.