



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 21 mars 2006

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Commerce de détail, janvier 2006

2

Les détaillants ont entamé l'année 2006 avec d'excellentes ventes, probablement stimulées par l'encaissement de cartes-cadeaux. Il s'agit de la troisième année d'affilée que les ventes sont très bonnes en janvier.

Indicateurs avancés, février 2006

7

L'indicateur avancé a progressé de 0,2 % en février, après avoir connu des hausses révisées à la baisse de 0,3 % en janvier et de 0,4 % en décembre. La croissance moins élevée de février a été en partie attribuable à un ralentissement des marchés boursiers et du secteur du logement qui ont affiché des hausses inhabituellement prononcées en janvier.

Étude : Parents ayant des enfants adultes sous leur toit, 2001

9

Chargements ferroviaires, janvier 2006

10

Production et écoulement des produits du tabac, février 2006

10

Extraction de charbon, 2004

11

Nouveaux produits

12



Communiqués

Commerce de détail

Janvier 2006

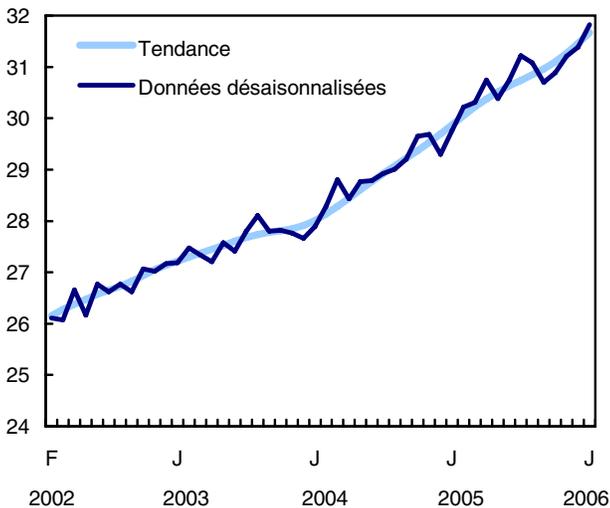
Les détaillants ont entamé l'année 2006 avec d'excellentes ventes, probablement stimulées par l'encaissement de cartes-cadeaux. Il s'agit de la troisième année d'affilée que les ventes sont très bonnes en janvier.

Les ventes au détail ont augmenté pour un quatrième mois consécutif en janvier, progressant de 1,4 % pour atteindre un sommet de 31,8 milliards de dollars.

La croissance en janvier a été la plus forte hausse des six derniers mois. Les détaillants ont obtenu des hausses modérées au dernier trimestre de 2005, la progression de 1,0 % réalisée en novembre étant encadrée par deux augmentations modestes de 0,6 % en octobre et en décembre.

Les ventes au détail sont en hausse pour un quatrième mois d'affilée

En milliards de dollars



Les consommateurs ont augmenté leurs dépenses dans tous les secteurs en janvier, sauf dans celui des aliments et des boissons, où les ventes ont fléchi de 1,2 %. Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont rebondi par rapport à décembre (-0,7 %), affichant une augmentation de 1,4 % en janvier. Pour un deuxième mois consécutif, les concessionnaires d'automobiles neuves n'ont

pas été le seul facteur à l'origine de l'augmentation des ventes au détail. Si on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules neufs et de véhicules d'occasion, de plaisance et de pièces, les ventes au détail ont néanmoins progressé de 1,4 % en janvier.

La croissance des ventes a été d'au moins 3,0 % dans quatre des huit secteurs de détail, soit les magasins de meubles, d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques (+5,0 %), les détaillants divers (+4,8 %), les magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison (+3,1 %) et les magasins de marchandises diverses (+3,0 %).

Les détaillants ont aussi affiché des croissances modérées dans les secteurs des produits pharmaceutiques et des articles de soins personnels (+0,8 %) et des vêtements (+0,8 %).

En dollars constants, les ventes au détail ont crû de 0,9 % en janvier, à la suite d'une hausse de 0,3 % observée en décembre.

Les cartes-cadeaux, parmi d'autres facteurs, alimentent les ventes de janvier

La vigueur des éléments fondamentaux de l'économie, conjuguée à la popularité des cartes-cadeaux, a vraisemblablement constitué l'assise d'une solide performance de nombreux détaillants. Des températures plus clémentes que d'habitude pour la saison et l'observance accrue des fêtes religieuses et culturelles en janvier ont probablement contribué, entre autres, aux fortes ventes par les détaillants au cours du mois.

Les ventes ont bondi en janvier dans les magasins qui ont tendance à offrir des cartes-cadeaux, comme les détaillants divers (+4,8 %) et les détaillants de marchandises diverses (+3,0 %), ceux-ci incluant les grands magasins. Les détaillants divers comprennent les magasins de fournitures de bureau, d'articles de sport, de passe-temps, de musique et de livres. Les ventes de ce secteur suivent une tendance à la hausse depuis le milieu de 2003.

Les mises en chantier d'habitations ayant affiché des niveaux record l'année dernière, l'effet corollaire sur la demande de meubles et d'articles d'ameublement après la construction des maisons a bénéficié aux détaillants du secteur des magasins de meubles, d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques ces derniers mois. Grâce, entre autres, à l'effet supplémentaire des cartes-cadeaux, les ventes des magasins de détail ont progressé de 6,5 % en janvier.

Les ventes des magasins de meubles ont profité d'une tendance à la hausse continue depuis juillet 2005, sauf en novembre où elles ont connu une brève pause.

Les ventes d'appareils électroniques et d'appareils électroménagers ont aussi affiché de solides progressions (+4,7 %), probablement attribuables à l'encaissement de cartes-cadeaux après la saison des Fêtes. Cela prolonge la hausse réalisée en décembre après les reculs d'octobre et de novembre. Les magasins d'articles d'ameublement ont connu une quatrième augmentation consécutive en janvier (+3,7 %), tandis que les ventes d'ordinateurs et de logiciels ont repris (+2,3 %) après avoir connu une pause en décembre.

Chez les détaillants du secteur des matériaux de construction et des produits extérieurs pour la maison, les centres de rénovation et les quincailleries ont connu une progression de leurs ventes pour un sixième mois consécutif, celles-ci augmentant de 2,7 % en janvier. Les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage, qui constituent un groupe plus restreint de détaillants, ont aussi vu leurs ventes progresser (+4,6 %).

Croissance soutenue dans le secteur de l'automobile

Après avoir connu un léger recul en décembre, les ventes de voitures neuves ont été en hausse de 1,4 % en janvier. Cela prolonge la tendance à la hausse des ventes de véhicules automobiles neufs, qui remonte au début de 2004.

Les vendeurs de voitures d'occasion ont vu leurs ventes augmenter (+1,3 %), à la suite des progressions de 3,8 % en décembre et de 2,3 % en novembre. Par conséquent, les ventes de janvier ont dépassé de 12,3 % celles du même mois de l'an dernier. Il s'agit de la plus forte croissance d'une année à l'autre pour ce groupe de détaillants depuis 2002.

Les ventes des stations-service se sont accrues de 1,0 %, se stabilisant après la forte tendance à la hausse amorcée à l'automne de 2003, où les prix du pétrole ont commencé à monter en flèche.

Les détaillants d'aliments et de boissons ont vu leurs ventes chuter de 1,2 % en janvier, en conséquence surtout d'un recul de 3,0 % dans les supermarchés. Ce recul n'a été que partiellement épongé par les fortes hausses enregistrées par les dépanneurs et les magasins d'alimentation spécialisés (+3,5 %) et les magasins de bière, de vin et de spiritueux (+3,9 %). Malgré la diminution, les ventes des supermarchés ont généralement progressé à un rythme soutenu, ceux-ci enregistrant une augmentation annuelle supérieure à 4,5 % au cours de chacune des quatre dernières années.

Croissance généralisée dans l'ensemble des provinces et des territoires

Toutes les provinces et tous les territoires ont affiché une croissance positive de leurs ventes en janvier. L'Ontario (+1,0 %) mis à part, l'Alberta et la Colombie-Britannique ont été les provinces qui ont le plus contribué à la croissance des ventes.

Étant donné les rabais personnels de 400 \$ du gouvernement provincial de l'Alberta, il ne faut pas s'étonner que les Albertains aient commencé l'année en force, les ventes ayant crû de 2,4 %. Les ventes au détail en Alberta ont été en progression rapide depuis 2000, profitant de l'essor du secteur des ressources énergétiques. Cela s'est reflété dans la croissance du revenu personnel disponible moyen de l'Alberta, soit 7,0 %, pour les cinq dernières années précédant 2005, ce qui a été nettement supérieur à la moyenne nationale de 4,6 %.

La Colombie-Britannique s'est redressée après des résultats plutôt ternes au dernier trimestre, ses ventes au détail en janvier atteignant la même croissance que l'Alberta (+2,4 %). Les deux provinces ont réalisé des augmentations dans les secteurs se rapportant aux articles d'ameublement et dans ceux qui étaient susceptibles d'échanger des cartes-cadeaux après les Fêtes.

Dans les Territoires du Nord-Ouest, les ventes au détail ont rebondi après les piètres résultats de décembre, enregistrant ainsi la plus forte croissance des ventes parmi toutes les régions en janvier (+6,8 %), principalement attribuable au secteur de l'automobile. Les augmentations des ventes au détail en janvier ont aussi été considérables en Nouvelle-Écosse (+2,4 %), à Terre-Neuve-et-Labrador (+1,6 %) et à l'Île-du-Prince-Édouard (+1,6 %). Il s'agit d'une quatrième hausse mensuelle consécutive dans chacune de ces trois provinces de l'Atlantique.

Indicateurs connexes pour février

Le total des emplois a augmenté de 0,2 % en février, pour un deuxième mois d'affilée. Le taux de chômage a fléchi de 0,2 point pour s'établir à 6,4 %, ce qui correspond au plus bas niveau en 30 ans atteint en novembre 2005.

Le nombre de mises en chantier d'habitations a chuté de 2,9 % en février et s'est établi à un taux annuel désaisonnalisé de 240 900 logements, selon la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

Selon les données provisoires du secteur de l'automobile, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en février est en léger recul. La diminution a essentiellement été le résultat d'un recul des ventes de voitures particulières neuves au cours du mois.

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 2006 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 le Service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (detaillantsinfo@statcan.ca). Pour des renseignements sur l'analyse des données ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Serge Grenier au (613) 951-3566, Division de la statistique du commerce.

□

Ventes au détail

	Janvier 2005	Octobre 2005 ^r	Novembre 2005 ^r	Décembre 2005 ^r	Janvier 2006 ^p	Décembre 2005 à janvier 2006	Janvier 2005 à janvier 2006
données désaisonnalisées							
	en millions de dollars					var. en %	
Automobile	10 003	10 521	10 741	10 788	10 924	1,3	9,2
Concessionnaires d'automobiles neuves	5 865	5 837	6 147	6 103	6 188	1,4	5,5
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 203	1 254	1 283	1 333	1 350	1,3	12,3
Stations-service	2 936	3 430	3 310	3 353	3 386	1,0	15,3
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	2 072	2 171	2 159	2 203	2 313	5,0	11,6
Magasins de meubles	736	767	760	770	820	6,5	11,4
Magasins d'accessoires de maison	385	408	417	428	444	3,7	15,2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	135	138	140	139	143	2,3	5,7
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	816	858	842	866	906	4,7	11,1
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 802	1 909	1 966	1 974	2 035	3,1	12,9
Centres de rénovation et quincailleries	1 427	1 559	1 594	1 607	1 650	2,7	15,6
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	375	349	372	367	385	4,6	2,7
Magasins d'alimentation et de boissons	7 071	7 219	7 205	7 277	7 189	-1,2	1,7
Supermarchés	5 189	5 222	5 248	5 325	5 163	-3,0	-0,5
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	757	758	747	761	788	3,5	4,0
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 125	1 238	1 211	1 191	1 238	3,9	10,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 942	2 045	2 058	2 055	2 071	0,8	6,6
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 702	1 745	1 787	1 783	1 798	0,8	5,6
Magasins de vêtements	1 318	1 324	1 358	1 355	1 375	1,5	4,4
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et les bijouteries	384	421	429	429	422	-1,5	10,0
Magasins de marchandises diverses	3 619	3 688	3 694	3 704	3 816	3,0	5,4
Détaillants divers	1 552	1 587	1 598	1 602	1 678	4,8	8,2
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	768	801	808	811	862	6,3	12,2
Magasins de détail divers	783	785	789	791	816	3,2	4,3
Total des ventes au détail	29 763	30 884	31 208	31 387	31 823	1,4	6,9
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	22 695	23 793	23 777	23 952	24 285	1,4	7,0
Provinces et territoires							
Terre-Neuve-et-Labrador	487	495	499	505	513	1,6	5,2
Île-du-Prince-Édouard	116	117	120	121	123	1,6	5,7
Nouvelle-Écosse	834	887	889	915	938	2,4	12,4
Nouveau-Brunswick	687	702	710	714	722	1,1	5,1
Québec	6 830	6 903	6 995	6 966	7 024	0,8	2,8
Ontario	11 098	11 310	11 415	11 559	11 670	1,0	5,2
Manitoba	1 004	1 050	1 050	1 039	1 044	0,5	4,0
Saskatchewan	874	915	927	920	932	1,3	6,6
Alberta	3 778	4 158	4 227	4 306	4 409	2,4	16,7
Colombie-Britannique	3 951	4 241	4 268	4 238	4 339	2,4	9,8
Yukon	36	37	38	37	37	1,2	4,0
Territoires du Nord-Ouest	47	48	49	48	51	6,8	9,4
Nunavut	20	21	21	21	21	1,3	1,9

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Ventes au détail

	Janvier 2005	Décembre 2005 ^r	Janvier 2006 ^p	Janvier 2005 à janvier 2006
données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			var. en %
Automobile	7 811	9 387	8 801	12,7
Concessionnaires d'automobiles neuves	4 322	5 181	4 752	9,9
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	819	1 023	952	16,1
Stations-service	2 669	3 183	3 097	16,0
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	1 776	3 339	2 003	12,7
Magasins de meubles	632	899	700	10,8
Magasins d'accessoires de maison	315	572	373	18,4
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	134	174	145	8,5
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	695	1 695	784	12,7
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 197	1 617	1 395	16,5
Centres de rénovation et quincailleries	965	1 328	1 150	19,2
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	233	288	245	5,2
Magasins d'alimentation et de boissons	6 547	8 767	6 396	-2,3
Supermarchés	5 057	6 068	4 838	-4,3
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	657	842	679	3,4
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	834	1 857	879	5,4
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	1 861	2 457	2 003	7,7
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 260	3 080	1 297	2,9
Magasins de vêtements	984	2 262	1 005	2,2
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et les bijouteries	276	817	292	5,7
Magasins de marchandises diverses	2 803	5 728	2 965	5,8
Détaillants divers	1 328	2 439	1 438	8,3
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies	682	1 448	763	11,8
Magasins de détail divers	646	991	676	4,6
Total des ventes au détail	24 583	36 814	26 298	7,0
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	19 441	30 610	20 594	5,9
Provinces et territoires				
Terre-Neuve-et-Labrador	370	602	394	6,5
Île-du-Prince-Édouard	88	141	94	6,3
Nouvelle-Écosse	678	1 108	761	12,3
Nouveau-Brunswick	551	831	581	5,4
Québec	5 536	7 680	5 661	2,3
Ontario	9 213	13 907	9 699	5,3
Manitoba	828	1 226	856	3,4
Saskatchewan	720	1 073	768	6,6
Alberta	3 123	5 023	3 685	18,0
Colombie-Britannique	3 390	5 102	3 710	9,5
Yukon	28	41	29	3,1
Territoires du Nord-Ouest	40	54	43	6,9
Nunavut	17	24	18	3,3

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

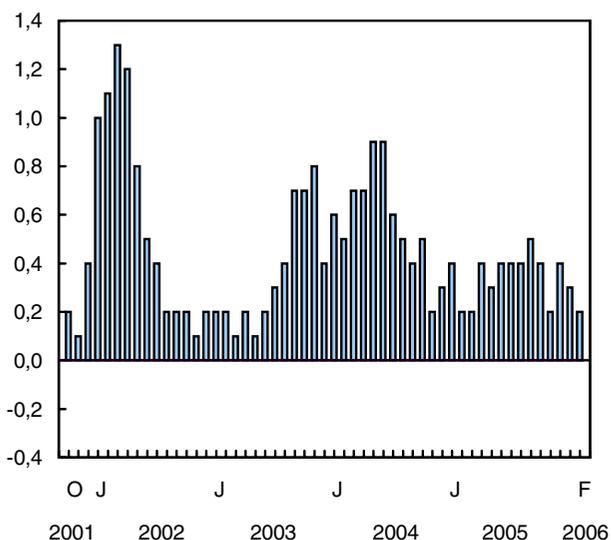
Indicateurs avancés

Février 2006

L'indicateur avancé a progressé de 0,2 % en février, après avoir connu des hausses révisées à la baisse de 0,3 % en janvier et de 0,4 % en décembre. La croissance moins élevée de février a été en partie attribuable à un ralentissement des marchés boursiers et du secteur du logement qui ont affiché des hausses inhabituellement prononcées en janvier. Dans l'ensemble, sept des dix composantes de l'indicateur ont augmenté, une est demeurée stable et deux ont reculé.

Indicateur avancé composite

Variations lissées en %



Les dépenses des ménages ont été inégales. La composante du logement a ralenti après avoir connu une vive reprise en janvier, alors que le temps doux pour la saison a stimulé les mises en chantier. La demande de meubles et d'appareils ménagers est demeurée ferme, mais les dépenses liées à d'autres biens durables se sont enlisées, en particulier pour ce

qui est des automobiles dont les ventes sont faibles depuis que les programmes incitatifs à l'achat ont pris fin l'automne dernier.

La bourse est redescendue du sommet qu'elle a atteint au début de l'année. La valeur des titres de l'énergie et des mines est tombée parallèlement aux prix des produits de base sur les marchés, ceux-ci ayant reculé après avoir atteint un sommet. Le gaz naturel a affiché une diminution plus marquée, alors que l'hiver le plus doux jamais observé aux États-Unis a fait descendre abruptement les prix.

L'indicateur avancé aux États-Unis a crû de 0,4 %, soit sa progression la plus importante en plus d'un an. L'économie américaine a semblé reprendre de la vigueur après que la croissance de son produit intérieur brut réel a ralenti du troisième (+1,0 %) au quatrième trimestre (+0,4 %), principalement en raison d'un certain nombre de facteurs inhabituels.

Les fabricants ont continué d'être aux prises avec quelques facteurs conflictuels. La tendance sous-jacente de la demande est demeurée positive, grâce en grande partie à de vigoureux investissements d'entreprises au Canada et à des exportations élevées vers les États-Unis, selon ce qu'on peut remarquer lorsqu'on considère l'augmentation des nouvelles commandes et des livraisons. Les marges ont continué, cependant, à subir la pression des coûts de l'énergie et du taux de change qui ont grimpé. Les entreprises ont encore sabré dans la semaine de travail et dans les emplois en vue de stimuler la productivité.

Données stockées dans CANSIM : tableau 377-0003.

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

Pour plus de renseignements sur l'économie, consultez le numéro de mars 2006 de *L'observateur économique canadien*, vol. 19, n° 3 (11-010-XIB, 19 \$ / 182 \$).

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Philip Cross au (613) 951-9162 (oeconom@statcan.ca), Groupe de l'analyse de conjoncture. □

Indicateurs avancés

	Septembre 2005	Octobre 2005	Novembre 2005	Décembre 2005	Janvier 2006	Février 2006	Dernier mois de données disponibles var. en %
Indicateur avancé composite (1992=100)	207,7	208,6	209,1	210,0	210,7	211,2	0,2
Indice du logement (1992=100) ¹	146,4	145,4	144,3	143,0	145,6	146,5	0,6
Emploi dans les services aux personnes et aux entreprises (en milliers)	2 659	2 666	2 673	2 677	2 682	2 683	0,0
Indice du cours des actions S&P/TSX (1975=1 000)	10 323	10 478	10 662	10 832	11 087	11 223	1,2
Offre de monnaie, M1 (millions de dollars de 1992) ²	137 464	137 520	137 540	139 313	140 897	142 094	0,8
Indice avancé des États-Unis du Conference Board (1992=100) ³	125,3	125,3	125,6	125,8	126,1	126,6	0,4
Fabrication							
Heures hebdomadaires moyennes de travail	38,4	38,5	38,5	38,4	38,1	37,9	-0,5
Nouvelles commandes de biens durables (en millions de dollars de 1992) ⁴	25 670	25 994	26 172	26 484	26 679	26 857	0,7
Ratio des livraisons aux stocks de produits finis ⁴	1,81	1,82	1,83	1,84	1,85	1,87	0,02 ⁵
Commerce de détail							
Meubles et articles ménagers (en millions de dollars de 1992) ⁴	2 257	2 268	2 276	2 299	2 312	2 332	0,9
Ventes d'autres biens durables (en millions de dollars de 1992) ⁴	8 190	8 258	8 135	8 121	8 096	8 016	-1,0
Indicateur avancé composite non lissé	210,7	209,5	209,7	210,9	212,8	213,4	0,3

1. *Indice composite des mises en chantier de logements (unités) et des ventes de maisons (service inter-agences).*
2. *Données obtenues après déflation par l'Indice des prix à la consommation.*
3. *Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué, mais portent sur le mois précédent.*
4. *Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué, mais portent sur le deuxième mois avant.*
5. *Différence par rapport au mois précédent.*



Étude : Parents ayant des enfants adultes sous leur toit

2001

La majorité des parents cohabitant avec au moins un enfant adulte n'ont exprimé aucun sentiment de frustration par rapport à cette situation, selon une nouvelle étude publiée aujourd'hui dans *Tendances sociales canadiennes*. Cela ne signifie cependant pas que l'harmonie la plus parfaite règne dans tous les ménages.

L'étude intitulée «Les parents ayant des enfants adultes à la maison», accessible gratuitement en ligne et fondée sur les données de l'Enquête sociale générale de 2001, compare les parents qui ont encore des enfants adultes à la maison et ceux dont les enfants adultes ont quitté le logement familial.

Selon l'étude, 32 % des parents dont l'enfant le plus jeune était âgé de 20 à 34 ans cohabitaient avec au moins un enfant adulte. Le quart de ces parents habitaient en fait avec un enfant «boomerang», c'est-à-dire un enfant qui est revenu habiter chez ses parents après avoir quitté le logement parental au moins une fois.

La plupart des parents sont d'accord pour dire que le fait d'avoir eu des enfants les a rendus plus heureux et que la cohabitation avec un enfant adulte ne modifie pas ce point de vue. Au contraire, une plus grande proportion de parents cohabitant avec au moins un enfant adulte étaient très satisfaits du temps passé avec leurs enfants.

Cependant, l'étude a permis de conclure que la présence d'enfants adultes à la maison était associée à une augmentation de la fréquence des disputes entre conjoints à propos de sujets tels que l'argent, les tâches, les responsabilités ménagères et les enfants.

Par exemple, la probabilité de disputes fréquentes ou occasionnelles à propos de l'argent était de 31 % lorsque deux enfants adultes ou plus habitaient la maison familiale, par rapport à seulement 21 % lorsque tous les enfants avaient quitté la maison.

Ces différences au chapitre de la fréquence des disputes sont demeurées significatives, même après la prise en compte d'autres variables telles que l'âge et le sexe des parents, ainsi que leur revenu.

Les parents habitant un grand centre urbain étaient plus susceptibles de cohabiter avec un enfant adulte. Le coût de la vie plus élevé et la plus grande facilité d'accès aux établissements d'enseignement postsecondaire peut expliquer, du moins en partie, pourquoi les parents vivant dans les régions urbaines sont plus susceptibles de fournir un toit à leurs enfants adultes.

Certains facteurs culturels sont également associés à la coresidence entre les parents et leurs enfants adultes. Les parents nés en Asie, en Amérique du

Sud ou en Amérique centrale, particulièrement ceux qui ont immigré au Canada récemment, étaient plus susceptibles d'habiter avec leurs enfants adultes que ceux qui sont nés au Canada. Par exemple, la probabilité qu'un parent d'origine asiatique ayant immigré au Canada entre 1980 et 2001 cohabite avec au moins un de ses enfants adultes était de 82 %.

L'étude a conclu que le statut socioéconomique n'était pas lié à la cohabitation. Autrement dit, le niveau de scolarité et le revenu n'ont aucune incidence sur la susceptibilité d'un parent de cohabiter avec ses enfants adultes.

Cependant, le type de logement, qui peut indiquer la superficie habitable, a une incidence. Les parents habitant une maison individuelle non attenante, une maison jumelée ou un duplex étaient plus susceptibles d'habiter avec leurs enfants adultes que ceux qui habitent un immeuble d'appartements.

Finalement, les parents ayant quitté la maison de leurs parents à un jeune âge étaient moins susceptibles de cohabiter avec un enfant adulte. Il est possible que les parents qui ont quitté la maison de leurs parents à l'adolescence ou au début de la vingtaine aient donné l'exemple à leurs propres enfants ou encore qu'ils les aient incités à quitter la maison à un plus jeune âge.

Ce nouveau numéro de *Tendances sociales canadiennes* contient également trois autres articles.

«Jeunes adultes qui donnent et reçoivent de l'aide» analyse la mesure dans laquelle les jeunes adultes âgés de 15 à 24 ans donnent et reçoivent de l'aide.

«Le chauffage domiciliaire et l'environnement» montre que, depuis les années 1940, les Canadiens ont opté rapidement pour de nouvelles sources d'énergie afin d'assurer leur chauffage domiciliaire. Il montre ensuite comment ces changements importants ont eu une incidence sur les émissions de gaz à effet de serre au cours des dernières décennies.

«La transmission de la langue ancestrale» traite de la conservation des langues ancestrales en examinant jusqu'à quel point les immigrants allophones (c'est-à-dire ceux dont la langue maternelle n'est ni l'anglais ni le français) ont transmis leur langue maternelle à leurs enfants nés au Canada.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4501.

Le numéro du printemps 2006 de *Tendances sociales canadiennes*, n° 80 (11-008-XIF, 9 \$ / 29 \$; 11-008-XPF, 12 \$ / 39 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec le Service à la clientèle au (613) 951-5979 (sasd-dssea@statcan.ca), Division de la statistique sociale et autochtone. ■

Chargements ferroviaires

Janvier 2006

Le ralentissement habituellement observé entre décembre et janvier est presque devenu chose du passé pour les chemins de fer canadiens.

Les chargements de janvier ont été inférieurs à ceux de décembre, mais de très peu. Au total, 23,3 millions de tonnes métriques de fret a été mis sur rail en janvier, soit seulement 1,3 % de moins qu'au mois précédent. Il s'agit de la plus faible baisse enregistrée entre décembre et janvier au cours des trois dernières années.

Les affaires se sont améliorées pour les chemins de fer en janvier. En fait, d'une année à l'autre, le rythme de croissance de janvier a été le plus rapide des trois dernières années.

Ainsi, les chargements de janvier 2006 ont été supérieurs de 6,1 % à ceux de janvier 2005, ce qui est bien au-delà des augmentations enregistrées lors des deux dernières années.

Les chargements de type non intermodal ont totalisé 21,1 millions de tonnes métriques en janvier, en baisse de 1,3 % par rapport au chiffre révisé de 21,4 millions de tonnes métriques enregistré en décembre 2005. Environ 266 000 wagons ont été nécessaires pour mettre sur rail tout le fret non intermodal de janvier.

En ce qui a trait aux marchandises, les chargements de potasse ont chuté d'environ un tiers par rapport à décembre. Les chargements de bois de tous genres ont affiché de fortes hausses. Les minerais et leurs concentrés ont, par contre, affiché une baisse alors que leurs dérivés, soit l'ensemble des produits métalliques, ont progressé.

Les chargements de type intermodal, constitués de conteneurs et de remorques placés sur wagons plats, sont demeurés stables par rapport à décembre (2,2 millions de tonnes métriques).

Le trafic reçu des embranchements canadiens a pour sa part reculé de 12,1 % par rapport à décembre. Cette baisse est en partie attribuable à l'acquisition de trois transporteurs d'intérêts locaux par un transporteur plus important. Cela a eu pour effet de réduire le nombre de transporteurs au Canada et par le même fait, le volume des échanges entre les transporteurs.

Le fret en provenance des États-Unis, soit en transit pour être livré aux États-Unis ou à destination du Canada, s'est chiffré à 2,4 millions de tonnes, en hausse de 4,4 % par rapport à décembre.

Le trafic en provenance des États-Unis a affiché un profil semblable au trafic de type non intermodal,

les chiffres de janvier étant en croissance continue depuis 2003.

Nota : Les données sur les chargements ferroviaires ont été révisées depuis la dernière diffusion.

Données stockées dans CANSIM : tableau 404-0002.

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

Le numéro de janvier 2006 de *Chargements ferroviaires mensuels*, vol. 83, 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. ■

Production et écoulement des produits du tabac

Février 2006

Le nombre total de cigarettes vendues en février par les fabricants canadiens a augmenté de 14,5 % par rapport à janvier pour se chiffrer à 2,7 milliards de cigarettes. Le nombre total de cigarettes vendues a baissé de 2,4 % par rapport à février 2005.

La production de cigarettes a atteint 2,8 milliards de cigarettes en février, en hausse de 20,7 % par rapport à janvier mais en diminution de 9,6 % par rapport à février 2005.

En février, le niveau des stocks de fermeture s'est établi à 4,0 milliards de cigarettes, en baisse de 3,2 % comparativement à janvier et de 0,6 % par rapport à février 2005.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0062.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2142.

Le numéro de février 2006 de *Production et écoulement des produits du tabac* (32-022-XIF, 6 \$ / 51 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour obtenir des renseignements généraux 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. ■

Extraction de charbon

2004

Il est maintenant possible de consulter les données de 2004 sur l'extraction de charbon.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2177.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*energ@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Nouveaux produits

Tendances sociales canadiennes, printemps 2006, n° 80
Numéro au catalogue : **11-008-XIF** (9 \$/29 \$).

Tendances sociales canadiennes, printemps 2006, n° 80
Numéro au catalogue : **11-008-XP**F (12 \$/39 \$).

Production et écoulement des produits du tabac, février 2006, vol. 35, n° 2
Numéro au catalogue : **32-022-XIF** (6 \$/51 \$).

Chargements ferroviaires mensuels, janvier 2006, vol. 83, n° 1
Numéro au catalogue : **52-001-XIF** (9 \$/83 \$).

Commerce de gros, janvier 2006, vol. 69, n° 1
Numéro au catalogue : **63-008-XIF** (15 \$/150 \$).

Opérations internationales du Canada en valeurs mobilières, janvier 2006, vol 72, n° 1
Numéro au catalogue : **67-002-XIF** (15 \$/142 \$).

Enquête auprès des peuples autochtones de 2001 : Rapports provinciaux et territoriaux : Population autochtone hors réserve, 2001
Numéro au catalogue : **89-618-XIF** (gratuit).

Sommaire des résultats de l'analyse de contenu : Test du recensement de 2004, année de recensement 2006
Numéro au catalogue : **92-134-XWF** (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, -XCB ou -XCF, la version électronique sur CD-ROM et -XBB ou XBF, une base de données.

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 : 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 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) 11-010-150-03000003



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 9 mars 1997
Pour être diffusé 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 un voyage moyen de déplacement au travail sans les services de transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'industrie et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 s'est avérée encore une fois relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice des offres d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les marchés à court terme 10
- Aides en termes positifs, septembre 1996 et les 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12



Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^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.