



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 2 mai 2006

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Étude : Les Canadiens et la religion, 2002

3

Les Canadiens adultes attachent plus d'importance à la religion que ce que laissent entrevoir les statistiques liées à la fréquentation des services religieux, selon une étude diffusée aujourd'hui dans la publication électronique *Tendances canadiennes sociales*.

(suite à la page 2)

Du nouveau à *Tendances sociales canadiennes*

Aujourd'hui, Statistique Canada présente un nouveau format électronique de la publication *Tendances sociales canadiennes*.

Cette publication sera diffusée chaque six semaines, soit huit fois par année. Elle contient deux articles de fond dans chaque édition, disponible en format PDF et HTML. Elle offre également plus d'Indicateurs sociaux, incluant des données plus détaillées, traitant de périodes plus longues et mises à jour immédiatement lorsque les nouvelles données sont disponibles.

La nouvelle publication électronique comprend des résumés des articles à venir, des archives complètes des articles électroniques depuis l'édition de l'hiver 1998, des archives des plans de leçons et des articles pertinents. La publication fournit aussi des liens au site Web ressources par sujet de Statistique Canada pour les enseignants et les enseignantes.

La publication *Tendances sociales canadiennes* continuera d'être offerte en format papier. Après juin, l'édition trimestrielle actuelle sera remplacée par une édition semestrielle, qui sera publiée en juin et décembre. Le prix d'un abonnement annuel à l'édition en papier demeurera à 39 \$ par année.

Cette première édition du nouveau format de la publication contient deux articles de fond. L'article «Les Canadiens et la religion» est fondé sur les données de l'Enquête sur la diversité ethnique de 2002. Il examine les opinions et les pratiques religieuses des Canadiens afin de déterminer quels groupes sont les plus susceptibles d'être religieux.

L'article «Assumer son destin : perceptions de la maîtrise de sa destinée», basé sur l'Enquête sociale générale de 2003, examine à quel point les Canadiens de 15 ans et plus ont le sentiment de maîtriser leur destinée ou d'être responsables de ce qui leur arrive dans la vie.

Le numéro de mai 2006 de *Tendances sociales canadiennes* (11-008-XWF) est maintenant accessible gratuitement en ligne sur notre site Web à partir de la page *Nos produits et services*.

Pour obtenir 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.



Étude : Achat et vente de services de recherche et de développement, de 1997 à 2002	5
Enquête annuelle sur le secteur des services de publicité et des services connexes, 2004	5
Production et écoulement des produits du tabac, mars 2006	6
Puissance maximale de l'énergie électrique et charge des réseaux, 2003	7
Nouveaux produits	8

Communiqués

Étude : Les Canadiens et la religion

2002

Les Canadiens adultes attachent plus d'importance à la religion que ce que laissent entrevoir les statistiques liées à la fréquentation des services religieux, selon une étude diffusée aujourd'hui dans la publication électronique *Tendances sociales canadiennes*.

Cependant, un grand nombre de personnes préfèrent apparemment s'adonner à leurs pratiques religieuses en privé (à la maison) plutôt qu'en public.

Selon les recherches précédentes, seulement un tiers des Canadiens adultes environ participaient à des services religieux au moins une fois par mois.

Toutefois, cette nouvelle étude indique que plus de la moitié des Canadiens s'adonnent à des activités religieuses de façon personnelle au moins une fois par mois, même s'il s'agit uniquement de dire une petite prière ou de méditer.

Selon l'Enquête sur la diversité ethnique menée en 2002, près de la moitié des personnes qui ne participent pas régulièrement à des services religieux, mais qui s'adonnent à des activités religieuses de façon personnelle, accordent un haut niveau d'importance à leur religion.

Par conséquent, il n'est pas surprenant de constater que les personnes qui participent régulièrement à des services religieux et qui s'adonnent à des pratiques religieuses personnelles sont les plus enclines à attacher un haut niveau d'importance à la religion.

La moitié des Canadiens adultes s'adonnent régulièrement à des activités religieuses de façon personnelle

Le comportement religieux, l'appartenance religieuse et la participation à des services religieux ont diminué pour une grande partie de la population. Toutefois, cette constatation n'illustre qu'un aspect du niveau de religiosité des personnes.

Afin d'obtenir un portrait plus complet, l'étude a été fondée sur l'Enquête sur la diversité ethnique pour examiner les pratiques religieuses auxquelles les personnes s'adonnent en privé (à la maison ou ailleurs), comme la prière, la méditation, ainsi que l'adoration et la lecture de textes sacrés.

L'enquête a démontré que les Canadiens adoptent ce genre de comportement religieux à la maison ou ailleurs, et ce, même s'ils ont un faible lien (ou aucun lien) avec des organisations religieuses particulières.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué est fondé sur l'étude «Les Canadiens et la religion» qui paraît aujourd'hui dans le numéro de mai 2006 de *Tendances sociales canadiennes*.

La majorité des données figurant dans le présent document sont tirées de l'Enquête sur la diversité ethnique de 2002, laquelle a été menée d'avril à août 2002. Environ 42 500 personnes âgées de 15 ans et plus ont été interrogées par téléphone dans les 10 provinces.

L'Enquête sur la diversité ethnique a été élaborée par Statistique Canada, en partenariat avec Patrimoine canadien, afin de recueillir des données sur les antécédents ethniques et culturels des personnes qui vivent au Canada et sur la façon dont ces antécédents sont liés à leur vie d'aujourd'hui.

L'enquête portait sur des sujets comme la religion, l'ascendance et l'identité ethnique ou culturelle, les antécédents familiaux et les réseaux sociaux.

Plus de la moitié (53 %) des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête ont indiqué qu'elles s'adonnaient à des activités religieuses de façon personnelle au moins une fois par mois, alors que 11 % d'entre elles ont précisé qu'elles s'y adonnaient quelques fois par année. Selon des enquêtes précédentes, seulement 32 % des Canadiens adultes environ participaient à des services religieux au moins une fois par mois.

Les personnes plus âgées étaient plus susceptibles de s'adonner à des activités religieuses de façon personnelle et de participer à des services religieux.

Cela était également le cas pour les immigrants comparativement à leurs homologues nés au Canada.

La constatation la plus frappante est la proportion de Canadiens qui participent rarement (ou ne participent jamais) à des services religieux, mais qui s'adonnent quand même régulièrement à des pratiques religieuses personnelles.

Parmi les personnes qui ont rarement participé à des services religieux au cours de l'année précédant l'enquête, 37 % ont indiqué qu'elles s'adonnaient à des pratiques religieuses personnelles toutes les semaines. Et parmi celles qui n'ont pas participé à des services religieux au cours de l'année précédant l'enquête, 27 % ont indiqué qu'elles s'adonnaient à des pratiques religieuses personnelles toutes les semaines.

Dans l'ensemble, le groupe d'adultes s'adonnant régulièrement à des pratiques religieuses personnelles, mais ne participant rarement (ou ne participant jamais) à des services religieux, ont représenté 21 % de la population adulte.

Indice de religiosité : Moins du tiers des Canadiens sont «très religieux»

On peut combiner les quatre dimensions de la religiosité, soit l'appartenance, la participation, les pratiques personnelles et l'importance de la religion, dans un seul concept intitulé «indice de religiosité».

Les gens peuvent participer à des services religieux ou choisir une confession particulière pour faire plaisir à leurs proches. Par conséquent, un indice qui prend également en considération l'importance de la religion et les pratiques religieuses personnelles peut indiquer plus fidèlement le niveau de religiosité d'une personne.

Le fait d'obtenir un pointage élevé pour cet indice indique que la personne participe à des services religieux au moins une fois par semaine, s'adonne à des pratiques religieuses personnelles au moins une fois par semaine et attache une grande importance à la religion.

Selon ces critères, 40 % des Canadiens ont un bas niveau de religiosité, 31 % sont assez religieux et 29 % sont très religieux.

Le niveau de religiosité est plus bas parmi les jeunes que chez les personnes plus âgées. De plus, les hommes sont beaucoup plus susceptibles d'avoir un bas niveau de religiosité que les femmes.

Le niveau de religiosité exprimé par les Canadiens est directement associé aux antécédents religieux de leurs parents. Parmi les personnes qui ont déclaré qu'aucun de leurs parents n'appartenait à une religion particulière, 85 % ont montré un niveau de religiosité peu élevé et seulement 10 % ont affiché un niveau de religiosité élevé.

Par contre, parmi les personnes qui ont déclaré que leurs deux parents possédaient des antécédents religieux similaires, 32 % montraient un niveau de religiosité peu élevé et 33 %, un niveau de

religiosité élevé. Ce résultat est conforme à d'autres enquêtes montrant que des parents religieux sont plus susceptibles de transmettre leur religion à leurs enfants. Ce résultat survient le plus souvent lorsque les deux parents possèdent des antécédents religieux similaires.

Environ 4 immigrants sur 10 (41 %), parmi ceux qui sont arrivés au Canada entre 1982 et 2001, avaient un niveau élevé de religiosité, contre 26 % pour les personnes nées au Canada.

Toutefois, parmi les immigrants provenant de diverses régions du monde, il existe des écarts très importants par rapport aux niveaux de religiosité.

Par exemple, on a remarqué qu'un haut niveau de religiosité était très courant parmi les immigrants provenant de pays de l'Asie du Sud (par exemple, l'Inde et le Pakistan).

Par contre, on a retrouvé moins fréquemment un haut niveau de religiosité parmi les immigrants provenant de pays de l'Asie de l'Est (comme la Chine et le Japon) et de l'Europe de l'Ouest ou du Nord (comme la France et le Royaume-Uni).

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4508.

L'article «Les Canadiens et la religion» est maintenant offert gratuitement en ligne dans le numéro de mai 2006 de *Tendances sociales canadiennes* (11-008-XWF) accessible sur notre site Web à partir de la page *Nos produits et services*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Susan Crompton au (613) 951-2556 (susan.crompton@statcan.ca), Division de la statistique sociale et autochtone. ■

Étude : Achat et vente de services de recherche et de développement

De 1997 à 2002

La recherche et le développement (R-D) sont des activités déterminantes propres au processus d'innovation. Surmonter les obstacles à la R-D, notamment le coût, n'est pas à la portée de toutes les entreprises. Celles qui décident de mener des activités de R-D doivent choisir entre s'engager dans un partenariat avec d'autres sociétés, des organismes gouvernementaux, des universités ou bien mener elles-mêmes ces activités à l'interne. D'autres entreprises préfèrent acheter ou vendre des services de R-D.

La présente étude établit le profil statistique des stratégies en matière de R-D qu'ont utilisées les entreprises canadiennes entre 1997 et 2002. Elle s'appuie sur les données tirées de l'enquête de Recherche et développement dans l'industrie canadienne.

De 1997 à 2002, la plupart des dépenses de R-D, soit environ 62 % d'entre elles, ont été d'origine interne. Autrement dit, ces entreprises se sont livrées aux activités de R-D pour leur propre compte. La portion restante, soit 38 %, était répartie en deux groupes : celui, représentant 24 %, où les dépenses de R-D ont été faites par l'exécutant pour le compte d'autres organisations (contrats de ventes), et celui, représentant 14 %, où les dépenses de R-D ont été faites par d'autres exécutants de R-D (contrats d'achats).

Environ 42 % des activités de R-D ont été menées sans un recours à des partenariats externes.

Les entreprises étrangères ont été beaucoup plus actives que leurs contreparties sous contrôle canadien en ce qui a trait à la vente de services de R-D. Environ 22 % de toutes les entreprises étrangères ont effectué leurs activités de R-D pour le compte d'autres organismes, ce qui constitue un pourcentage plus de deux fois supérieur à celui (seulement 9 %) des exécutants de R-D sous contrôle canadien.

Toutefois, ces derniers ont en moyenne consacré plus d'argent au volet R-D. De fait, le pourcentage de 9 % des exécutants sous contrôle canadien ont alloué 23 % de leurs dépenses de R-D à des contrats de vente de services en matière de R-D, ce qui équivaut presque au même pourcentage (soit 25 %) des dépenses en contrats de ventes de services de R-D pour des entreprises sous contrôle étranger.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4201.

L'article «Acheter et vendre des services de recherche et développement»,

de 1997 à 2002 (88F0006XIF2006002, gratuit), faisant partie de la série *Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, documents de travail*, est maintenant accessible en ligne à partir de la page *Nos produits et services* de notre site Web.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes ou la qualité des données, communiquez avec Julio M. Rosa au (613) 951-6598, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. ■

Enquête annuelle sur le secteur des services de publicité et des services connexes 2004

Malgré des recettes plus élevées ainsi qu'une marge bénéficiaire améliorée en 2004, le secteur des services de publicité et des services connexes a continué d'affronter des défis qui ont freiné son taux de croissance.

La tendance des annonceurs multinationaux d'utiliser des campagnes publicitaires globales a entraîné une baisse de la demande pour du contenu créatif canadien. Parallèlement, l'appréciation du dollar canadien a nui à la compétitivité-prix de ce secteur à l'échelon international.

Les recettes ont aussi été canalisées par une augmentation des coûts liés aux médias ainsi que par une croissance dans les genres de marketing autres que le secteur des services de publicité, tels que les sites Web des entreprises et les moteurs de recherche sur Internet. Finalement, le secteur a dû faire face aux allégations concernant le programme fédéral des commandites et ensuite à la «Commission Gomery».

En 2004, les entreprises du secteur des services de publicité et des services connexes ont réalisé des recettes d'exploitation de 5,0 milliards de dollars, en hausse de 5,5 % par rapport à 2003. En 2004, bien qu'une forte croissance économique générale ait relancé ce secteur dans l'ensemble du pays, une bonne partie de la hausse a simplement contrebalancé les baisses subies par ce secteur en 2002 (-1,9 %) et en 2003 (-3,3 %). En réalité, en tenant compte de l'inflation, les recettes totales de ce secteur en 2004 ont encore été sous le niveau atteint en 2001.

En 2004, les agences de publicité ont été à l'origine de 45 % des recettes d'exploitation totales du secteur, c'est-à-dire 2,2 milliards de dollars, en hausse de 3,4 % par rapport à 2003. Les recettes d'exploitation des autres services plus spécialisés liés à la publicité, comme les services de relations publiques, de publicité par affichage et de distribution de matériel publicitaire, ont augmenté de 7,3 % pour atteindre 2,8 milliards de dollars.

La marge bénéficiaire s'est améliorée, passant de 8,7 % en 2003 à 10,2 % en 2004 pour les agences de publicité et de 5,8 % à 6,7 % pour les autres services du secteur.

En 2004, il y avait 11 900 établissements du secteur des services de publicité et des services connexes, soit un nombre peu changé comparativement à l'année précédente. De ces établissements, 5 300 étaient des agences de publicité.

L'Ontario (57 %) et le Québec (26 %) ont généré la majeure partie des recettes du secteur. Les recettes d'exploitation en Ontario ont augmenté de 5,9 % en 2004, après avoir régressé de 1,9 % en 2003. Au Québec, les recettes d'exploitation ont connu une hausse de 3,7 % en 2004, après avoir reculé de 4,5 % au cours de l'année précédente.

Nota : Cette enquête sonde les établissements considérés comme faisant partie du secteur des services de publicité et des services connexes (5418) selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) au cours de l'année de référence. Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à créer des campagnes de publicité ou des relations publiques dans les médias, à placer des annonces dans les médias pour le compte d'annonceurs ou d'agences de publicité, à vendre du temps ou de l'espace dans des médias à des annonceurs ou à des agences de publicité pour le compte des propriétaires de ces médias, à créer et à mettre en oeuvre des campagnes de publicité par affichage à l'intérieur ou à l'extérieur, à créer et à mettre en oeuvre des campagnes de publipostage, à livrer (sauf par la poste) du matériel ou des échantillons publicitaires, à créer et à mettre en oeuvre des campagnes de publicité par cadeaux publicitaires, ainsi qu'à fournir des services connexes comme la peinture et le lettrage d'enseignes, les services d'accueil et la réalisation de vitrines.

Ce secteur ne comprend pas les ventes de publicité effectuées par les journaux, les magazines, la radio, la télévision ou l'Internet, qui représentent la majeure partie de la différence entre les résultats de cette enquête et les calculs du total des dépenses liées à la publicité dans l'économie canadienne.

Données stockées dans CANSIM : tableau 360-0003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2437.

Il est maintenant possible d'obtenir les résultats de l'Enquête annuelle de 2004 sur le secteur des services de publicité et des services connexes. Ces données

portent sur les recettes, les dépenses, les salaires et les traitements, la marge bénéficiaire et la répartition en pourcentage des recettes selon le genre de service et selon la catégorie de clients.

Les données de 2001 à 2003 ont été révisées pour mieux refléter la couverture de la population cible pour ce secteur.

Des tableaux détaillés à l'échelle provinciale pour une gamme de caractéristiques du secteur sont inclus dans le document lié aux données diffusées, disponible sur demande. Pour obtenir un exemplaire ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul McDonald au (613) 951-0665 (paul.mcdonald@statcan.ca), Division des industries de service. Télécopieur : (613) 951-6696. ■

Production et écoulement des produits du tabac

Mars 2006

Le nombre total de cigarettes vendues en mars par les fabricants canadiens a baissé de 1,8 % par rapport à février pour se chiffrer à 2,6 milliards de cigarettes. Le nombre total de cigarettes vendues a diminué de 10,2 % par rapport à mars 2005.

La production de cigarettes a atteint 2,5 milliards de cigarettes en mars, en hausse de 10,0 % par rapport à février mais en baisse de 25,7 % par rapport à mars 2005.

Le niveau des stocks de fermeture était à 3,9 milliards de cigarettes en mars, en baisse de 2,3 % comparativement à février et de 15,6 % par rapport à mars 2005.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0062.

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

Le numéro de mars 2006 de *Production et écoulement des produits du tabac*, vol. 35, n° 3 (32-022-XIF, gratuit), est maintenant accessible en ligne sur notre site Web à partir de la page *Nos produits et services*.

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 (manufact@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Puissance maximale de l'énergie électrique et charge des réseaux

2003

La puissance maximale de production d'énergie électrique au Canada a crû de 2,3 % au cours de l'année financière 2003-2004 pour s'élever à 108 533 mégawatts. L'augmentation de la puissance des centrales nucléaires et hydrauliques est le principal facteur à l'origine de cette augmentation.

La diffusion des données pour 2003 sera la dernière pour cette enquête, qui a été discontinuée.

Le numéro de 2003 de *Puissance maximale de l'énergie électrique et charge des réseaux* (57-204-XIB, gratuit) paraîtra sous peu.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2181.

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

Tendances sociales canadiennes, n° 81
Numéro au catalogue : 11-008-XWF
(gratuit).

Production et écoulement des produits du tabac,
mars 2006, vol. 35, n° 3
Numéro au catalogue : 32-022-XIF
(gratuit).

Causes de décès, 2003
Numéro au catalogue : 84-208-XIF
(gratuit).

**Division des sciences, de l'innovation et de
l'information électronique, documents de travail :**
**«Acheter et vendre des services de recherche et
développement»**, de 1997 à 2002, n° 2
Numéro au catalogue : 88F0006XIF2006002
(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) 11-001-XIF (Français)



Statistique Canada

Le jeudi 4 juin 1997
Nouvelles versions à 8 h et 11 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

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

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Épargne sur les anticipatifs 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.