



# Le Quotidien

## Statistique Canada

**Le mardi 27 juin 2006**

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

### Communiqués

<b>Étude : Le marché de consommation des services de divertissement à l'extérieur du foyer, 1998 à 2003</b>	<b>2</b>
Les ménages canadiens ont dépensé davantage pour quatre types de services de divertissement à l'extérieur du foyer, mais le montant qu'ils consacrent à ces services demeure inférieur à 0,5 % du budget de dépenses global du ménage, selon une nouvelle étude.	
Assurance-emploi, avril 2006	4
Statistiques relatives aux mouvements d'aéronefs : petits aéroports, février 2006	6
Papier-toiture asphalté, mai 2006	6
Bulletin de l'analyse en innovation, juin 2006	6
Statistiques des télécommunications, 2004	6

### Nouveaux produits 7

#### Comment citer les produits de Statistique Canada

Un nouvel outil en ligne, maintenant disponible, a été développé afin d'aider les auteurs, les rédacteurs, les chercheurs, les enseignants, les étudiants, les bibliothécaires et les bibliothécaires de données. Il décrit, en trois étapes simples, comment présenter une référence bibliographique pour citer l'un ou l'autre des produits de Statistique Canada, incluant les tableaux dynamiques, des cartes interactives, des plans de leçon et des produits de microdonnées.

*Comment citer les produits de Statistique Canada (12-591-XWF, gratuit) est maintenant accessible sur notre site Web à partir de la page *Nos produits et services*.*

Pour obtenir plus de renseignements, communiquez avec Elizabeth Irving au (613) 951-1188 ([elizabeth.irving@statcan.ca](mailto:elizabeth.irving@statcan.ca)), Division des communications et des services de bibliothèque.



## Communiqués

### Étude : Le marché de consommation des services de divertissement à l'extérieur du foyer

1998 à 2003

Les ménages canadiens ont dépensé davantage pour quatre types clés de service de divertissement à l'extérieur du foyer, mais le montant qu'ils consacrent à ces services demeure inférieur à 0,5 % du budget de dépenses global du ménage, selon une nouvelle étude.

Les ménages ont dépensé 3,2 milliards de dollars en 2003 pour aller voir des films ou des spectacles sur scène (arts d'interprétation) ou des événements sportifs et visiter des établissements du patrimoine, en hausse de 41 % par rapport à 1998. En moyenne, chaque ménage a dépensé 273 \$ pour ces services de divertissement à l'extérieur du foyer. Pour chaque dollar ainsi dépensé, les ménages ont consacré presque 40 cents au cinéma, 31 cents aux spectacles sur scène, 17 cents aux événements sportifs et 13 cents aux visites d'établissements du patrimoine.

Les 273 \$ dépensés par le ménage moyen pour ces services de divertissement en 2003 se sont traduits par une croissance remarquable de 31 % par rapport à 1998, ce qui est nettement plus que l'augmentation globale de 19 % des dépenses moyennes des ménages pour tous les biens et services.

Les dépenses moyennes consacrées aux événements sportifs se sont accrues de 44 % entre 1998 et 2003, soit le taux de croissance le plus rapide des quatre services de divertissement examinés. À l'inverse, les dépenses du ménage moyen pour les visites des établissements du patrimoine ont enregistré la progression la plus lente.

Les dépenses ont varié selon la province et le groupe de revenu.

#### Les provinces : Les dépenses pour le divertissement sont plus faibles dans les provinces de l'Atlantique

Les dépenses pour des services de divertissement à l'extérieur du foyer ont été relativement faibles dans les provinces de l'Atlantique, le ménage moyen y ayant consacré 189 \$ en 2003. Un tel résultat n'est guère étonnant, car les dépenses pour les services de divertissement ont un caractère nettement discrétionnaire et dépendent donc du revenu; or, les

#### Note aux lecteurs

Le présent communiqué est fondé sur un article intitulé «Le marché de consommation des services de divertissement à l'extérieur du foyer» paru dans le Bulletin des industries de service.

L'article s'appuie principalement sur les données de 1998 et de 2003 de l'Enquête sur les dépenses des ménages (EDM), une enquête annuelle qui étudie les comportements en matière de dépenses des ménages canadiens.

L'analyse a ciblé tous les ménages au Canada, et non pas seulement ceux qui ont déclaré des dépenses pour des services de divertissement.

L'EDM définit un ménage comme les membres qui résident actuellement dans le même logement que la personne repère. Le ménage peut se composer d'une famille, d'un groupe de personnes non apparentées ou d'une personne vivant seule.

De plus, il y a des résultats qui proviennent des enquêtes suivantes de Statistique Canada : l'Enquête sur les cinémas, l'Enquête annuelle sur le secteur des arts, spectacles et loisirs et l'Enquête sur les arts de la scène.

revenus des ménages de la région de l'Atlantique sont considérablement inférieurs à la moyenne nationale.

À l'opposé, les ménages ontariens ont consacré 326 \$ aux services de divertissement, soit le montant moyen le plus élevé de toutes les provinces. Les ménages de l'Alberta se sont situés au deuxième rang (323 \$) et ceux de la Colombie-Britannique, au troisième (271 \$). Les ménages de ces trois provinces disposaient du revenu avant impôt le plus élevé au Canada, ce qui corrobore l'hypothèse selon laquelle les dépenses en services de divertissement sont fortement discrétionnaires.

Les habitudes de dépense ont beaucoup varié selon le groupe de revenu. En moyenne, les ménages formant le cinquième des ménages ayant un revenu supérieur ont dépensé 602 \$ en 2003 pour les services de divertissement à l'extérieur du foyer, soit plus que le triple des autres ménages, qui en ont dépensé 191 \$. Les ménages du quintile de revenu inférieur n'ont en moyenne consacré que 70 \$ à ces divertissements.

Parmi les divers genres de ménage, les couples avec enfants ont dépensé le plus, soit en moyenne 384 \$, en partie parce que ces ménages sont plus nombreux et disposent du revenu le plus élevé.

Le segment du marché de consommation des services de divertissement à l'extérieur du foyer qui a affiché la plus forte croissance a été celui des ménages monoparentaux. Les ménages monoparentaux ont déboursé 169 millions de dollars pour des services de

divertissement en 2003, en forte hausse de 61 % par rapport à 1998. Cette croissance s'explique en partie par l'augmentation relativement rapide du revenu de ces ménages durant la période visée. Cependant, les 257 \$ dépensés par le ménage monoparental moyen pour ces services de divertissement est moins que la moyenne de 273 \$ pour tous les ménages.

### **Cinéma et arts d'interprétation : Les ménages de l'Ontario dépensent davantage**

Les ménages de l'Ontario et de l'Alberta ont été les cinéphiles les plus assidus en 2003, consacrant environ 120 \$ par ménage au cinéma. À l'opposé, les ménages de Terre-Neuve-et-Labrador (65 \$) et de la Saskatchewan (62 \$) sont ceux qui ont le moins dépensé pour aller au cinéma.

De 1998 à 2003, les dépenses des ménages pour le cinéma ont affiché leur croissance la plus rapide en Nouvelle-Écosse, au Manitoba et en Ontario.

Parmi les divers genres de ménages, les ménages monoparentaux ont dépensé en moyenne 127 \$ pour aller au cinéma. Ces ménages sont ceux qui ont affiché la croissance la plus rapide au cours de la période quinquennale visée. Les couples avec enfants ont dépensé le plus pour aller voir des films, soit en moyenne 161 \$ par ménage.

Ce sont les ménages de l'Ontario qui ont le plus dépensé (105 \$) pour les arts d'interprétation, les ménages des quatre provinces de l'Atlantique ayant le moins dépensé pour cette forme de divertissement.

La disponibilité de spectacles d'arts d'interprétation a vraisemblablement eu une incidence sur les dépenses. Le nombre de compagnies d'arts d'interprétation variait considérablement selon les régions du pays. Le Québec et l'Ontario comptaient 242 et 216 compagnies respectivement, comparativement à seulement 36 pour toutes les provinces de l'Atlantique réunies.

Là encore, les dépenses ont été très différentes selon le groupe de revenu. Par exemple, les 20 % des ménages de revenu supérieur ont représenté près de la moitié du marché de consommation de spectacles sur scène.

### **Événements sportifs et établissement du patrimoine**

Entre 1998 et 2003, les dépenses moyennes destinées par les ménages aux événements sportifs ont augmenté de 44 %. La majeure partie de cette

croissance a été attribuable aux prix plus élevés plutôt qu'à une fréquentation accrue des événements sportifs, l'Indice des prix à la consommation pour les sports-spectacles ayant affiché une hausse d'environ 40 % durant la période à l'étude.

Les ménages de l'Alberta sont ceux qui ont dépensé le plus à ce chapitre, soit 75 \$ en moyenne, tandis que ceux du Québec sont ceux qui ont dépensé le moins (25 \$). Durant la période quinquennale visée, les dépenses totales des ménages pour la fréquentation de sports-spectacles ont crû dans toutes les provinces, sauf au Manitoba et au Nouveau-Brunswick.

Parmi les groupes de revenu, la plus forte augmentation des dépenses destinées aux sports-spectacles a été observée chez les 20 % des ménages de revenu inférieur. Néanmoins, les ménages ayant le revenu le plus élevé ont été de loin les plus gros consommateurs d'événements sportifs.

Le ménage canadien moyen a dépensé seulement 36 \$ en 2003 pour visiter des établissements du patrimoine, soit beaucoup moins que pour la fréquentation des cinémas, des arts d'interprétation ou des événements sportifs. Les événements du patrimoine comprennent les musées, les galeries d'arts non commerciales, les lieux historiques ainsi que les jardins zoologiques et botaniques.

Le niveau de revenu influence fortement les dépenses des ménages au chapitre des établissements du patrimoine. Non seulement les Albertains (47 \$ par ménage) et les Ontariens (45 \$ par ménage) ont-ils été les plus grands visiteurs d'établissements du patrimoine en 2003, mais les deux quintiles supérieurs de revenu ont représenté 70 % de toutes les dépenses consacrées à la fréquentation de ces établissements, même s'ils ne constituent que la moitié de la population du Canada.

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

L'article «Le marché de consommation des services de divertissement à l'extérieur du foyer» est maintenant offert dans le numéro en ligne de juin 2006 de *Bulletin des industries de service*, vol. 2006, n° 2 (63-018-XWF, gratuit), 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 Don Little au (613) 951-6739, Division des industries de service. ■

---

## Assurance-emploi

Avril 2006 (données provisoires)

En avril, le nombre estimatif, corrigé en fonction des variations saisonnières, de Canadiens ayant reçu des prestations ordinaires d'assurance-emploi était de 493 250, en baisse de 1,6 % par rapport à mars. Il s'agit de la troisième baisse mensuelle consécutive et de la septième au cours des huit derniers mois.

Toutes les provinces ont affiché des baisses en avril, les plus importantes ayant été enregistrées en Colombie-Britannique (-4,0 %), en Alberta (-3,2 %) et à Terre-Neuve-et-Labrador (-2,3 %).

À l'échelon national, le nombre de bénéficiaires ordinaires a chuté de 6,6 % comparativement à avril 2005 et a fléchi de 2,1 % au cours des cinq dernières années. Au cours de cette période de cinq ans, les provinces de l'Ouest ont affiché les plus importantes diminutions.

Les prestations ordinaires versées en avril ont totalisé 785,8 millions de dollars, tandis que le nombre de demandes initiales et renouvelées s'est établi à 232 850.

**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 du 9<sup>e</sup> au 15<sup>e</sup> jour de ce mois. Cette période coïncide avec la semaine de référence de l'Enquête sur la population active. Les prestations ordinaires versées représentent le montant total d'argent perçu par les individus durant le 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 mai 2006 sur l'assurance-emploi seront diffusées le 25 juillet.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec le Service 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. □

## Statistiques sur l'assurance-emploi

	Avril 2006	Mars 2006	Avril 2005	Mars à avril 2006	Avril 2005 à avril 2006
Données désaisonnalisées					
	var. en %				
Bénéficiaires ordinaires	493 250 <sup>P</sup>	501 380 <sup>r</sup>	528 090	-1,6	-6,6
Montant versé de prestations ordinaires (en millions de dollars)	785,8 <sup>P</sup>	683,2 <sup>r</sup>	692,1	15,0	13,5
Demandes initiales et renouvelées reçues (en milliers)	232,9 <sup>P</sup>	225,2 <sup>r</sup>	233,8	3,4	-0,4
Données non désaisonnalisées					
Ensemble des bénéficiaires (en milliers) <sup>1</sup>	835,0 <sup>P</sup>	930,3 <sup>P</sup>	889,9		
Bénéficiaires ordinaires (en milliers)	552,6 <sup>P</sup>	637,4 <sup>P</sup>	593,3		
Demandes initiales et renouvelées reçues (en milliers)	172,4	197,8	181,9		
Montant versé (en millions de dollars)	1 513,2	1 338,5	1 397,7		
Données cumulatives (janvier à avril)					
			2006	2005	2005 à 2006
					var. en %
Demandes reçues (en milliers)			872,3	926,9	-5,9
Montant versé (en millions de dollars)			5 887,5	5 773,9	2,0

<sup>r</sup> données révisées

<sup>P</sup> 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 15<sup>e</sup> jour du mois.

## Nombre de bénéficiaires recevant des prestations ordinaires

	Avril 2006 <sup>P</sup>	Mars à avril 2006	Avril 2005 à avril 2006
Données désaisonnalisées			
	var. en %		
<b>Canada</b>	<b>493 250</b>	<b>-1,6</b>	<b>-6,6</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	37 330	-2,3	-3,2
Île-du-Prince-Édouard	7 830	-0,5	-8,3
Nouvelle-Écosse	28 340	-0,8	-7,3
Nouveau-Brunswick	32 600	-0,9	-7,6
Québec	173 970	-1,5	-2,4
Ontario	129 330	-1,2	-5,4
Manitoba	10 890	-0,5	-15,7
Saskatchewan	9 490	-0,4	-15,7
Alberta	18 010	-3,2	-24,1
Colombie-Britannique	41 850	-4,0	-20,6
Yukon	740	-9,8	-18,7
Territoires du Nord-Ouest	710	-7,8	-1,4
Nunavut	400	0,0	2,6

<sup>P</sup> 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 15<sup>e</sup> jour du mois.

## Statistiques relatives aux mouvements d'aéronefs : petits aéroports

Février 2006

Le rapport mensuel de février 2006, vol. 2 (TP141, gratuit) est maintenant accessible dans le site Web de Transports Canada (<http://www.tc.gc.ca/pol/FR/rapport/TP141f/tp141.htm>).

**Nota :** Le rapport mensuel TP141 est publié en deux volumes. Le volume 1 présente les statistiques pour les principaux aéroports canadiens, soit ceux dotés de tours de contrôle pour la circulation aérienne ou de stations d'information de vol de NAV CANADA. Le volume 2 présente les statistiques pour les petits aéroports, soit ceux sans tour de contrôle de la circulation aérienne. Au moment de la diffusion, les deux volumes sont accessibles gratuitement dans le site Web de Transports Canada.

### Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2715.

Pour obtenir plus de renseignements concernant ce site Web, communiquez avec Michel Villeneuve au (613) 990-3825 ([villenm@tc.gc.ca](mailto:villenm@tc.gc.ca)).

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Kathie Davidson au (613) 951-0141 ([aviationstatistics@statcan.ca](mailto:aviationstatistics@statcan.ca)), Division des transports. Télécopieur : (613) 951-0010. ■

## Papier-toiture asphalté

Mai 2006

Il est maintenant possible de consulter les données de mai sur le papier-toiture asphalté.

### Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0052.

### Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2123.

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

## Bulletin de l'analyse en innovation

Juin 2006

Le *Bulletin de l'analyse en innovation* résume les tendances concernant les sciences, la technologie et la société du savoir. Il comprend des mises à jour sur les activités en science et technologie gouvernementales, la recherche et le développement dans l'industrie, la commercialisation de la propriété intellectuelle, l'innovation et les technologies de pointe, la biotechnologie, la connectivité, les télécommunications et la radiodiffusion ainsi que le commerce électronique.

### Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4218.

Le *Bulletin de l'analyse en innovation*, vol. 8, n° 2 (88-003-XIF, gratuit) est maintenant accessible dans 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 Rad Joseph au (613) 951-6830 ou avec Claire Racine-Lebel au (613) 951-6309, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. Télécopieur : (613) 951-9920. ■

## Statistiques des télécommunications

2004

Il est maintenant possible de consulter les données de 2004 de l'Enquête annuelle des télécommunications.

### Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2721.

Des données sommaires seront publiées dans la publication *Radiodiffusion et télécommunication*, vol. 36, n° 1 (56-001-XIF, gratuite) en juillet.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Cimeron McDonald au (613) 951-2741 ([cimeron.mcdonald@statcan.ca](mailto:cimeron.mcdonald@statcan.ca)), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. ■

## Nouveaux produits

### Comment citer les produits de Statistique Canada

Numéro au catalogue : 12-591-XWF

(gratuit).

### Série d'études analytiques - Division des industries de service, n° 50

Numéro au catalogue : 63F0002XIF2006050

(gratuit).

### Bulletin des industries de service, vol. 2006, n° 2

Numéro au catalogue : 63-018-XWF

(gratuit).

### Balance des paiements internationaux du Canada, premier trimestre de 2006, vol. 54, n° 1

Numéro au catalogue : 67-001-XIF

(gratuit).

### Bulletin de l'analyse en innovation, vol. 8, n° 2

Numéro au catalogue : 88-003-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, -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 : **1 613 951-2800**

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<sup>e</sup> 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](mailto:infostats@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://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) 11-010-150-00000001



# Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 8 juin 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 terminant le 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<sup>e</sup> 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](mailto: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.