



# Le Quotidien

## Statistique Canada

Le mercredi 11 avril 2007

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

### Communiqués

#### Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, 2006 et quatrième trimestre de 2006 3

En 2006, les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail ont atteint un niveau très élevé, grâce aux hausses marquées pour la plupart des groupes de marchandises. Les Canadiens ont dépensé 392,4 milliards de dollars dans les magasins de détail l'an dernier, en hausse de 6,4 % par rapport à 2005.

(suite à la page 2)

#### SCIAN Canada 2007

Le manuel *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord Canada 2007* paraît aujourd'hui.

Ce volume rend compte des révisions du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) qui sont effectuées à des intervalles de cinq ans. Le SCIAN Canada 2007 remplace le SCIAN Canada 2002.

Dans cette révision, le secteur Industrie de l'information et industrie culturelle a été mis à jour, afin de rendre compte des changements rapides qui s'y produisent. Cela a entraîné la fusion d'un certain nombre d'industries liées à Internet.

La révision rend aussi compte des résultats d'un projet de convergence des organismes statistiques de l'Amérique du Nord, de l'Europe et des Nations Unies. Ce projet visait à assurer une plus grande comparabilité entre le SCIAN, la Classification internationale type, par industrie et la Nomenclature statistique des activités économiques dans la communauté européenne. Cela a entraîné la redéfinition d'un certain nombre de catégories à l'intérieur de chacune de ces trois classifications.

Le SCIAN a été élaboré conjointement par trois organismes : l'Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática du Mexique, l'Office of Management and Budget des États-Unis et Statistique Canada. Le but était de fournir un cadre cohérent pour la collecte, l'analyse et la diffusion des statistiques sur les industries utilisées par les analystes des politiques gouvernementales, les universitaires et les chercheurs, les gens d'affaires et le grand public.

La présente révision permettra d'accroître encore davantage la comparabilité des statistiques sur les industries produites dans les trois pays. Cette révision doit entrer en vigueur pour l'année de référence 2007 au Canada et aux États-Unis et pour 2009 au Mexique.

Pour obtenir plus de renseignements sur le *SCIAN Canada 2007* (12-501-XPF, 45 \$), communiquez avec Michael Pedersen au 613-951-3305 ([standards@statcan.ca](mailto:standards@statcan.ca)), Division des normes.



Étude : Facteurs de risque associés aux blessures à la ferme, 2001	6
Statistiques relatives aux mouvements d'aéronefs, mars 2007	6
Indice des prix des logiciels commerciaux, février 2006	7
<b>Nouveaux produits</b>	<b>8</b>

---

## Communiqués

### Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail

2006 et quatrième trimestre de 2006

En 2006, les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail du pays ont atteint un niveau très élevé, grâce aux hausses marquées pour la plupart des groupes de marchandises.

Les Canadiens ont dépensé 392,4 milliards de dollars dans les magasins de détail l'an dernier, en hausse de 6,4 % par rapport à 2005.

Proportionnellement, pour chaque tranche de 100 \$ de dépenses de consommation dans les magasins de détail l'an dernier, environ 21 \$ ont servi à acheter des aliments et boissons, 22 \$, des véhicules automobiles, pièces et services, 10 \$, des carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles, 9 \$, des meubles et accessoires de maison, 9 \$, des produits de santé et de soins personnels, 8 \$, des vêtements, chaussures et accessoires, 7 \$, des articles de quincaillerie ainsi que du matériel et des fournitures pour le jardinage et l'entretien des pelouses, 3 \$, des articles de sports et de loisirs, et 2 \$, des articles ménagers non électriques. Le reste, soit environ 9 \$, est allé à d'autres biens et services, comme les produits du tabac et la nourriture pour animaux de compagnie.

L'importante croissance annuelle enregistrée en 2006 s'est produite en dépit d'une croissance modeste au cours des trois derniers mois de l'année. Les ventes au quatrième trimestre de 2006 se sont chiffrées à 103,4 milliards de dollars, en hausse de 4,9 % par rapport au même trimestre en 2005. Il s'agit de la hausse la plus faible inscrite en six trimestres consécutifs.

#### La croissance la plus forte a touché les carburants, les huiles et les additifs pour véhicules automobiles

La hausse la plus forte d'une année à l'autre pour l'ensemble des principaux groupes de marchandises a touché les ventes de carburants, d'huiles et d'additifs pour véhicules automobiles, qui ont augmenté de 10,0 % pour s'établir à 37,6 milliards de dollars.

Les ventes de véhicules automobiles, pièces et services ont connu un accroissement modeste de 5,0 % par rapport à 2005 pour s'établir à 84,7 milliards de dollars. Les ventes de véhicules neufs, qui ont représenté 54 % des ventes totales dans cette catégorie, ont augmenté de 4,1 %. Les ventes de véhicules d'occasion ont connu une hausse robuste de 6,3 % en 2006, après les baisses enregistrées en 2003 et en 2004, et une faible augmentation de 1,5 %

#### Note aux lecteurs

*L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail est conçue de manière à recueillir des données nationales sur les ventes au détail, par catégorie de marchandises, auprès d'un sous-échantillon d'entreprises qui participent à l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail. Les données trimestrielles n'ont pas été désaisonnalisées. Toutes les variations en pourcentage sont des variations d'une année à l'autre.*

en 2005. Selon l'industrie des véhicules automobiles d'occasion, le nombre de véhicules d'occasion importés des États-Unis a fait un bond en 2006, exerçant un effet à la baisse sur les prix.

#### L'essor soutenu du secteur de l'habitation alimente les ventes d'articles de quincaillerie ainsi que de produits pour le jardinage et l'entretien des pelouses

Les détaillants d'articles de quincaillerie et de fournitures pour le jardinage et l'entretien des pelouses ont connu une autre bonne année de ventes, grâce à l'essor soutenu du secteur de l'habitation au Canada.

Les ventes dans la catégorie des articles de quincaillerie et du matériel et fournitures pour le jardinage et l'entretien des pelouses ont fait un bond de 9,3 % pour s'établir à 27,5 milliards de dollars. Les ventes liées à la principale composante de ce groupe de marchandises, c'est-à-dire les articles de quincaillerie et les produits pour la rénovation, ont atteint 21,7 milliards de dollars, en hausse de 9,5 % par rapport à 2005.

Les ventes de bois d'oeuvre et d'autres matériaux de construction se sont chiffrées à 10,2 milliards de dollars, en hausse de 12,9 %. Toutefois, l'augmentation de 8,1 % enregistrée pour les produits utilisés pour le jardinage et l'entretien des pelouses a été la plus faible en sept ans.

L'essor dans le secteur de l'habitation a aussi eu des répercussions sur les détaillants de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques, leurs ventes ayant augmenté de 8,2 % pour s'établir à 35,9 milliards de dollars, soit la hausse la plus forte depuis 2002. À l'intérieur de ce groupe de marchandises, les accessoires de maison, comme les tentures, la literie, les revêtements de sol et les oeuvres d'art, ont affiché une croissance vigoureuse de 9,5 %, soit la plus forte depuis 2002.

Les ventes d'appareils ménagers ont augmenté de 12,8 % par rapport à 2005. Il s'agit de la hausse la plus marquée depuis le début de l'enquête en 1998. Les ventes d'appareils électroniques, comme les téléviseurs,

les appareils photos, le matériel informatique et les logiciels ainsi que les téléphones, ont connu un accroissement modeste de 4,6 %. Toutefois, à l'intérieur de ce groupe, l'augmentation de 10,2 % des ventes de téléviseurs et de matériel audio et vidéo a été la plus forte depuis 2000.

### **Ralentissement des dépenses des consommateurs en aliments**

Les ventes d'aliments et de boissons ont connu une hausse légère de 4,1 % pour s'établir à 84,3 milliards de dollars. Les ventes d'aliments, qui représentent presque 73 % de ce groupe de marchandises, ont connu une hausse modeste de 3,5 %, soit la plus faible depuis 2003. Les ventes de boissons non alcoolisées ont augmenté de 6,5 %, et celles de boissons alcoolisées, de 5,3 %. En 2006, les magasins d'aliments et de boissons ont perdu plus de 1 % du marché de la vente d'aliments, au profit des magasins de marchandises diverses (y compris les grands magasins, les clubs-entrepôts, les hypermarchés et les magasins de fournitures pour la maison et l'auto).

Par ailleurs, les ventes de produits de santé et de soins personnels se sont chiffrées à 33,5 milliards de dollars. Il s'agit de la hausse la plus rapide en quatre ans (+8,7 %). Les ventes annualisées de médicaments sur ordonnance et en vente libre en 2006 ont augmenté de 11,0 % et de 7,2 % respectivement. Les magasins d'aliments et de boissons ont perdu plus de 1 % de leur part du marché des produits de santé et de soins personnels au profit des pharmacies et des magasins de produits de soins personnels en 2006.

En 2006, les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires ont atteint 32,5 milliards de dollars. Il s'agit d'une progression de 7,0 % par rapport à 2005 et de la croissance la plus importante notée en neuf ans. Même si les ventes de vêtements ont augmenté de 6,0 %, elles ont tiré de l'arrière par rapport aux ventes de bagages et de bijoux (+11,6 %), ainsi que de chaussures (+8,7 %).

Les ventes d'articles de sports et de loisirs ont progressé de 4,9 % pour s'établir à 13,5 milliards de dollars. Alors que les articles de sports (+7,9 %), ainsi que les jouets, les jeux et les articles de passe-temps (qui comprennent les jeux vidéo et les consoles de jeux vidéo), ont augmenté de 9,1 %, soit la hausse annuelle la plus forte depuis 2001, les détaillants de livres, de journaux et d'autres périodiques (+1,6 %), ainsi que de CD, de DVD et de bandes vidéo et sonores préenregistrés (+0,4 %), ont connu de faibles résultats.

Les consommateurs ont aussi dépensé 35,0 milliards de dollars pour d'autres biens

et services dans les magasins de détail en 2006, en hausse de 5,9 % par rapport à 2005.

### **Quatrième trimestre de 2006 : hausse la plus importante pour les produits de santé et de soins personnels**

Les produits de santé et de soins personnels ont enregistré la hausse la plus forte en pourcentage d'une année à l'autre (+8,3 %) de tous les groupes de marchandises au quatrième trimestre de 2006. Les ventes de médicaments sur ordonnance, qui ont constitué plus de la moitié des ventes dans cette catégorie, ont augmenté de 12,0 %. Les ventes de médicaments en vente libre et de vitamines ont progressé de 8,7 %, après avoir connu de faibles hausses depuis 2003.

Les ventes de vêtements, de chaussures et d'accessoires ont fait un bond de 5,6 % par rapport au quatrième trimestre de 2005. Les ventes plus fortes de bagages et de bijoux (+12,1 %), ainsi que de chaussures (+6,3 %), ont été à l'origine de ces bons résultats.

La baisse des ventes de carburants, d'huiles et d'additifs pour véhicules automobiles a été le principal facteur à l'origine des hausses modérées au quatrième trimestre. Les ventes dans cette catégorie ont diminué de 1,2 % par rapport au quatrième trimestre de 2005, après une hausse de moins de 10 % au troisième trimestre et des augmentations de 10 % et plus pendant les huit trimestres précédents.

Le principal facteur a été la baisse de 5,7 % des prix de l'essence au quatrième trimestre de 2006, soit le recul le plus marqué depuis les trois premiers mois de 2004.

Les ventes de véhicules automobiles, de pièces et de services ont augmenté de 6,9 %, soit la hausse la plus forte en cinq trimestres consécutifs. Les ventes de véhicules automobiles d'occasion ont progressé de 14,6 %, soit l'augmentation la plus marquée depuis le premier trimestre de 2002.

Les ventes d'articles de quincaillerie et de produits pour le jardinage et l'entretien des pelouses ont crû de 6,7 % au quatrième trimestre, le groupe des produits pour le jardinage et l'entretien des pelouses n'ayant progressé que de 3,9 %.

Après des hausses importantes au cours des trois premiers trimestres de 2006, les ventes d'autres biens et services n'ont augmenté que de 2,5 % au quatrième trimestre. Les ventes de produits du tabac et d'articles pour fumeurs, une composante importante de ce groupe de marchandises, ont reculé de 6,1 %.

**Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2008.**

Pour obtenir des renseignements généraux ou pour commander des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-3549 ou composez

sans frais le 1-877-421-3067 ([retailinfo@statcan.ca](mailto:retailinfo@statcan.ca)). 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 annuelles par marchandises, ensemble des magasins de vente au détail**

	2004	2005	2006	2004 à 2005	2005 à 2006
	en millions de dollars			variation en %	
<b>Marchandises</b>					
Aliments et boissons	76 869	81 019	84 303	5,4	4,1
Articles de santé et de soins personnels	29 283	30 796	33 485	5,2	8,7
Vêtements, chaussures et accessoires	29 206	30 421	32 534	4,2	6,9
Meubles, articles d'ameublement et appareils électroniques	31 605	33 197	35 932	5,0	8,2
Véhicules automobiles, pièces et services	76 599	80 711	84 734	5,4	5,0
Carburants, huiles et additifs pour véhicules automobiles	29 016	34 163	37 574	17,7	10,0
Articles et fournitures pour la maison	7 287	7 486	7 882	2,7	5,3
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	23 189	25 144	27 474	8,4	9,3
Articles de sports et loisirs	12 292	12 840	13 466	4,5	4,9
Tous les autres biens et services	32 357	33 063	34 998	2,2	5,9
<b>Total des marchandises vendues</b>	<b>347 704</b>	<b>368 840</b>	<b>392 383</b>	<b>6,1</b>	<b>6,4</b>

**Ventes par marchandise, ensemble des magasins de vente au détail**

	Quatrième trimestre de 2005 <sup>r</sup>	Troisième trimestre de 2006 <sup>r</sup>	Quatrième trimestre de 2006 <sup>p</sup>	Quatrième trimestre de 2005 au quatrième trimestre de 2006
	Données non désaisonnalisées			
	en millions de dollars			variation en %
<b>Marchandises</b>				
Aliments et boissons	21 492	21 944	22 313	3,8
Articles de santé et de soins personnels	8 361	8 425	9 056	8,3
Vêtements, chaussures et accessoires	9 948	8 113	10 508	5,6
Meubles, articles d'ameublement et appareils électroniques	10 479	9 028	11 155	6,5
Véhicules automobiles, pièces et services	18 778	22 783	20 080	6,9
Carburant, huiles et additifs pour véhicules automobiles	8 843	10 466	8 733	-1,2
Articles et fournitures pour la maison	2 175	2 035	2 247	3,3
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	5 966	7 693	6 366	6,7
Articles de sports et loisirs	4 349	3 219	4 532	4,2
Tous les autres biens et services	8 201	9 375	8 404	2,5
<b>Total des marchandises vendues</b>	<b>98 593</b>	<b>103 080</b>	<b>103 394</b>	<b>4,9</b>

<sup>r</sup> révisé

<sup>p</sup> provisoire

## Étude : Facteurs de risque associés aux blessures à la ferme

2001

Selon une nouvelle étude, les exploitants agricoles de 55 ans et plus étaient moins susceptibles d'avoir indiqué une blessure à la ferme en 2001 que ceux dans les catégories d'âge plus jeunes, contrairement à ce que l'on pourrait s'attendre habituellement dans l'industrie.

L'étude a indiqué que les exploitants de moins de 35 ans étaient plus portés à subir une blessure à la ferme. En effet, la probabilité de blessure diminue avec l'âge.

Les résultats laissent supposer que le savoir-faire acquis dans le cadre de l'expérience de l'agriculture peut plus que compenser les effets du vieillissement sur la probabilité de blessure à la ferme.

L'étude a examiné la relation entre la probabilité pour un exploitant agricole de subir une blessure liée à l'exploitation agricole et les caractéristiques de l'exploitation et de l'exploitant. Les données du Recensement de l'agriculture de 2001 ont été utilisées pour cette étude.

L'exposition au travail agricole, tel le travail à une ferme ayant un important troupeau de bovins de boucherie ou une grande superficie cultivée, accroissait la probabilité de blessure à la ferme. Les exploitants de ferme avicole et de grandes cultures étaient moins enclins à subir une blessure liée à l'exploitation agricole que ceux d'autres genres de fermes.

L'étude s'est aussi penchée sur la relation entre les blessures à la ferme indiquées et le nombre d'heures que l'exploitant travaille à la fois à la ferme et hors ferme. Les résultats ont montré que les exploitants travaillant moins de 20 heures par semaine à la ferme étaient 2,4 fois plus susceptibles de déclarer une blessure à la ferme que ceux travaillant plus de 40 heures par semaine à la ferme.

De même, les exploitants travaillant hors ferme pendant plus de 40 heures par semaine étaient plus portés à subir une blessure lors d'activités liées à l'exploitation agricole que ceux travaillant moins d'heures par semaine hors ferme.

Le 16 mai 2007, la parution des résultats du Recensement de l'agriculture de 2006 permettra de mener une nouvelle analyse au sujet des blessures liées à l'exploitation agricole. Ces résultats vont fournir de l'information différente, mais plus détaillée, sur les blessures à la ferme. Dans le recensement, les répondants devaient déclarer les blessures à la ferme pour lesquelles les exploitants, les autres membres de la famille et d'autres personnes avaient reçu des soins médicaux, selon le genre de blessure.

L'étude intitulée «Facteurs de risque associés aux blessures à la ferme au Canada», qui fait partie de la *Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural* (21-601-MIF2007084, gratuit), est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web. Sous *Publications Internet gratuites*, choisissez *Agriculture*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Véronique Maltais au 613-951-6857 ([veronique.maltais@statcan.ca](mailto:veronique.maltais@statcan.ca)), Division de l'agriculture. ■

## Statistiques relatives aux mouvements d'aéronefs

Mars 2007 (données provisoires)

En mars, les décollages et les atterrissages aux 42 aéroports canadiens avec tours de contrôle de la circulation aérienne de NAV CANADA ont augmenté de 3,4 % comparativement à mars 2006. Il s'agit d'une dixième croissance consécutive des taux de variation d'une année à l'autre des mouvements mensuels.

Les décollages et les atterrissages se sont chiffrés à 379 141 mouvements en mars par rapport au niveau atteint en mars 2006 (366 577 mouvements). Les changements ont varié entre une hausse de 88,8 % pour Moncton/Greater Moncton International et une baisse de 40,9 % pour Chicoutimi/St-Honoré. Dans l'ensemble, 22 aéroports ont enregistré des progressions des mouvements d'aéronefs.

Les mouvements itinérants (les mouvements d'un aéroport vers un autre) ont diminué de 0,4 % (-1 022 mouvements) en mars par rapport à mars 2006. Les mouvements locaux (les mouvements des aéronefs qui demeurent dans les environs de l'aéroport déclarant) ont augmenté de 12,6 % (+13 586 mouvements) en mars par rapport à mars 2006.

**Données stockées dans CANSIM : tableau 401-0005.**

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

Le numéro de mars 2007 de la publication *Statistiques relatives aux mouvements des aéronefs*, vol. 6, n° 3 (51F0001PWF, gratuite), est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web.

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. ■

### **Indice des prix des logiciels commerciaux**

Février 2006

L'Indice des prix des logiciels commerciaux (IPLC) est une série mensuelle qui mesure l'évolution du prix d'achat des logiciels préemballés généralement achetés par les entreprises et les administrations publiques. L'IPLC pour février était de 68,1 (2001=100), en baisse de 1,0 % comparativement à janvier.

Cet indice n'est offert qu'à l'échelle du Canada.

**Données stockées dans CANSIM : tableau 331-0003.**

**Définitions, sources de données et méthodes :  
numéro d'enquête 5068.**

Pour obtenir plus de renseignements sur ces indices, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-9606 ou composez sans frais le 1-866-230-2248 ([prices-prix@statcan.ca](mailto:prices-prix@statcan.ca)). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Neil Killips au 613-951-5722 ([neil.killips@statcan.ca](mailto:neil.killips@statcan.ca)), Division des prix. ■

## Nouveaux produits

**Système de classification des industries de l'Amérique du nord - SCIAN Canada, 2007**  
Numéro au catalogue : 12-501-XPf (45 \$).

**La structure entrées-sorties de l'économie canadienne, 2003-2004**  
Numéro au catalogue : 15-201-XWF  
(gratuit).

**Répertoire des produits, des services et des personnes-ressources, Division de l'agriculture**  
Numéro au catalogue : 21F0003GIF  
(gratuit).

**Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural : «Facteurs de risque associés aux blessures à la ferme au Canada», 1991 à 2001, n° 84**  
Numéro au catalogue : 21-601-MIF2007084  
(gratuit).

**Statistiques relatives aux mouvements d'aéronefs, mensuel, mars 2007, vol. 6, n° 3**  
Numéro au catalogue : 51F0001PWF  
(gratuit).

**Profil de communautés ethniques au Canada : La communauté vietnamienne au Canada, 2001, n° 2**  
Numéro au catalogue : 89-621-XWF2006002  
(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, -XVB ou -XVF, la version électronique sur DVD-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 6 % 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 (11-010-150-0000000)



Le Quotidien  
Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997  
Heure d'impression : 8 h - 9 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 et les services de transport urbain, soit le métro le plus développé 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 télécommunications à court terme 10
- Aides en formes positives, septembre 1996 et 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 [lstproc@statcan.ca](mailto: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, 2007. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.