



Le Quotidien

Statistique Canada

Le vendredi 18 mai 2007

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Commerce de détail, mars 2007	2
Les ventes au détail ont fait un bond en mars, ce qui leur a permis de connaître de bons résultats au premier trimestre. Les accroissements enregistrés en mars ont été généralisés, sept des huit secteurs de la vente au détail ayant affiché une progression des ventes.	
Étude : Évolution du rôle de l'éducation dans le choix du conjoint au Canada et aux États-Unis, 1971 à 2001	7
Selon une nouvelle étude, la tendance au mariage entre les hommes et les femmes de même niveau d'études a augmenté au Canada ainsi qu'aux États-Unis au cours des trois dernières décennies.	
Location et gestion de biens immobiliers, 2005	9
Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques, 2005	9
Indice des prix de la construction d'immeubles d'appartements, premier trimestre de 2007	10
Produits chimiques industriels et résines synthétiques, mars 2007	11
Produits pétroliers raffinés, mars 2007	11
Nouveaux produits	12
Calendrier des communiqués : 22 au 25 mai 2007	14



Communiqués

Commerce de détail

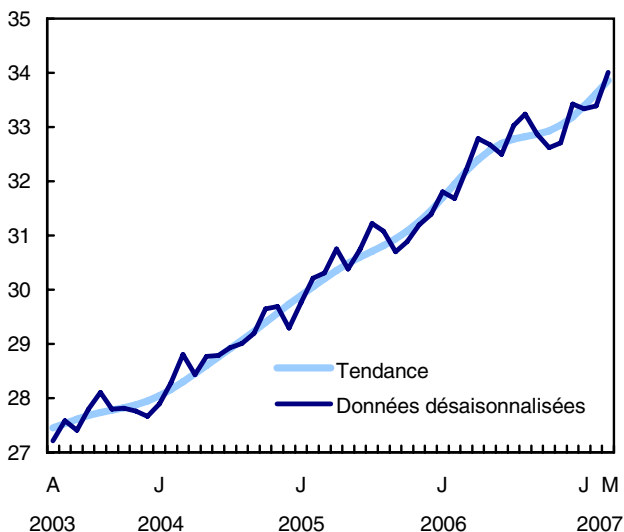
Mars 2007

Les ventes au détail ont fait un bond en mars, ce qui leur a permis de connaître de bons résultats au premier trimestre. Les accroissements enregistrés en mars ont été généralisés, sept des huit secteurs de la vente au détail ayant affiché une progression des ventes.

Après deux mois de changements minimes sur le plan de la croissance des ventes, les ventes au détail ont augmenté de 1,9 % en mars pour s'établir à un total estimatif de 34,0 milliards de dollars. La plus récente augmentation mensuelle a entraîné une hausse des ventes au détail de 2,0 % au premier trimestre de 2007, marquant le retour d'une forte croissance trimestrielle après le quatrième trimestre de 2006 terne.

Après avoir peu bougé pendant deux mois, les ventes au détail ont fortement augmenté en mars

En milliards de dollars



Si l'on exclut les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces, les ventes au détail ont augmenté de 1,1 % en mars, prolongeant à cinq mois la séquence de hausses consécutives des ventes au détail. Au cours des trois premiers mois de 2007, les ventes de ces détaillants se sont accrues de 2,8 % par rapport au trimestre précédent. Cette hausse a été la plus forte progression trimestrielle pour

ce groupe de détaillants depuis le début de la série en 1991. Lors du premier trimestre de 2007, il y a eu une forte croissance des ventes dans les stations-service (+7,5 %), les magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques (+3,5 %) et dans les pharmacies et magasins de produits de soins personnels (+3,1 %).

Parmi les sept secteurs qui ont affiché une croissance de leurs ventes en mars, le secteur de l'automobile (qui englobe les stations-service) est arrivé en tête, ayant affiché une augmentation de 3,8 % après deux mois de repli.

Quatre autres secteurs de la vente au détail ont également enregistré des hausses marquées. Les ventes des détaillants divers ont progressé de 2,9 %, soit leur plus forte hausse depuis janvier 2006. Les magasins de vêtements et d'accessoires ont également enregistré des accroissements de 1,5 %. Les magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques (+1,2 %) ont profité d'une cinquième hausse consécutive, et les ventes au détail des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison (+1,0 %) ont progressé en mars après avoir enregistré une baisse des ventes en février.

Des hausses modérées ont été observées dans le secteur des magasins d'alimentation et de boissons (+0,8 %) ainsi que dans celui des pharmacies et des magasins de produits de soins personnels (+0,6 %).

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont fléchi de 0,2 % en mars.

Si l'on tient compte de la variation des prix, le total des ventes au détail a augmenté de 1,4 % en mars.

Parmi les huit secteurs de la vente au détail, sept ont affiché une hausse de leurs ventes en mars

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont grimpé de 5,1 % en mars, se relevant en partie de deux reculs mensuels consécutifs. Cependant, compte tenu d'un démarrage lent en début d'année, les ventes du premier trimestre de 2007 ont affiché un repli de 1,3 %.

Les ventes des stations-service ont augmenté de 2,6 %, en raison des prix plus élevés à la pompe en mars. Les ventes du premier trimestre ont progressé de 7,5 % par rapport aux trois derniers mois de 2006, ayant contrebalancé en partie les deux reculs trimestriels consécutifs.

Les concessionnaires de voitures d'occasion, de véhicules de plaisance et de pièces ont enregistré une hausse de 1,2 % en mars, ce qui constitue une quatrième hausse au cours des cinq derniers mois.

Dans le secteur des magasins de vêtements et d'accessoires, les magasins de vêtements ont connu une hausse des ventes de 1,7 %, se remettant complètement de la baisse de 1,5 % observée en février. Les magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et les bijouteries ont vu leurs ventes augmenter modestement (+0,7 %) après deux mois de baisse.

Dans le secteur des magasins d'alimentation et de boissons, les ventes des supermarchés ont légèrement augmenté de 0,3 % en mars, tandis que les ventes des magasins de bière, de vin et de spiritueux ont progressé de 1,3 %. Les ventes des dépanneurs et des magasins d'alimentation spécialisés ont augmenté de 3,3 % en mars, menant à une augmentation de 1,6 % par rapport au dernier trimestre de 2006. Au sein de ce groupe de commerce, les ventes des magasins d'alimentation spécialisés constituent toujours une part croissante des ventes totales, représentant 42 % des ventes en 2006, en hausse comparativement à 39 % en 2005.

Les ventes ont progressé dans les centres de rénovation et les quincailleries (+0,6 %) et dans les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage (+2,7 %) après un mois de février terne. Les températures clémentes observées en mars ont peut-être relancé les ventes de ce secteur. D'après la Société canadienne d'hypothèques et de logement, les mises en chantier ont connu une hausse de 9,2 % en mars par rapport à février.

Les magasins de détail divers (qui comprennent des détaillants tels que les magasins de fournitures de bureau et de papeterie, les magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs, les animaleries et les magasins de fournitures pour animaux) ont enregistré des accroissements de 2,7 % en mars après une baisse de 1,1 % en février. Au cours des 12 derniers mois, les ventes de ces détaillants ont affiché un mouvement de variations autour d'une tendance généralement stable. Les ventes des magasins d'articles de sports, de passe-temps et de musique ainsi que celles des librairies ont progressé de 3,0 % en mars, prolongeant une augmentation constante qui s'est traduite par des hausses annuelles de plus de 6 % au cours des deux années précédentes.

Dans le secteur des magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques, les ventes des magasins de meubles ont augmenté de 2,7 %. La croissance des ventes de 2,2 % dans les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers a marqué le 11^e accroissement mensuel consécutif. Les deux plus petits groupes de commerce et les plus instables de ce secteur ont

affiché des reculs en mars, les ventes des magasins d'accessoires de maison ayant enregistré un repli de 2,0 % et celles des magasins d'ordinateurs et de logiciels ayant affiché une baisse de 4,3 %.

Importantes hausses dans les provinces de l'Ouest

Une croissance des ventes a été observée dans toutes les provinces en mars, à l'exception du Nouveau-Brunswick (-0,2 %). Les ventes des provinces de l'Ouest ont été fortes en mars. En tête de liste se situent les détaillants de la Saskatchewan, qui ont affiché une croissance des ventes de 5,6 %, compensant largement la baisse de 2,7 % observée en février. Les ventes de l'Alberta ont augmenté de 3,6 % en mars, clôturant le trimestre en inscrivant un taux de croissance de 3,4 %. Les détaillants du Manitoba ont enregistré leur quatrième augmentation des ventes dans les cinq derniers mois (+2,3 %). En Colombie-Britannique, les ventes au détail ont crû pour le quatrième mois d'affilée (+1,4 %).

Les ventes en Ontario ont augmenté de 2,1 % en mars, ce qui représente la cinquième fois au cours des six derniers mois où les ventes dépassent la moyenne nationale. Au Québec, les ventes ont affiché une hausse de seulement 0,6 %.

Les provinces de l'Atlantique ont connu une augmentation modérée de 0,4 % des ventes au détail, tandis que l'activité de détail dans l'ensemble des territoires a diminué de 2,9 %, principalement en raison de la baisse des ventes au Yukon.

Indicateurs connexes pour avril

Les estimations de l'Enquête sur la population active ont révélé peu de changement en matière d'emploi en avril. Cela suit la forte progression des emplois enregistrée depuis septembre 2006.

Les données provisoires sur les ventes de l'industrie automobile indiquent que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus a grimpé de 7 % en avril.

D'après la Société canadienne d'hypothèques et de logement, le taux annuel désaisonnalisé des mises en chantier a connu une baisse, passant de 214 000 unités en mars à 211 900 unités en avril.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 080-0014 à 080-0017.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2406 et 2408.

Le numéro de mars 2007 de la publication *Commerce de détail* (63-005-XWF, gratuite) paraîtra sous peu.

Les données d'avril sur le commerce de détail seront diffusées le 21 juin.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-3549 ou composez sans frais le 1-877-421-3067 (*detaillantsinfo@statcan.ca*). Pour

obtenir des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Norman Fyfe au 613-951-8308, Division de la statistique du commerce. □

Ventes au détail

	Mars 2006	Décembre 2006 ^r	Janvier 2007 ^r	Février 2007 ^r	Mars 2007 ^p	Février à mars 2007	Mars 2006 à mars 2007
Données désaisonnalisées							
	en millions de dollars					variation en %	
Automobile	10 997	11 580	11 366	11 284	11 710	3,8	6,5
Concessionnaires d'automobiles neuves	6 170	6 548	6 387	6 123	6 437	5,1	4,3
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 430	1 511	1 493	1 528	1 546	1,2	8,1
Stations-service	3 397	3 521	3 486	3 632	3 728	2,6	9,7
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	2 301	2 372	2 416	2 431	2 460	1,2	6,9
Magasins de meubles	799	809	842	827	849	2,7	6,2
Magasins d'accessoires de maison	457	472	471	491	481	-2,0	5,3
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	129	129	125	127	122	-4,3	-5,9
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	916	961	978	986	1 008	2,2	10,1
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	2 082	2 179	2 194	2 185	2 207	1,0	6,0
Centres de rénovation et quincailleries	1 687	1 761	1 772	1 765	1 775	0,6	5,2
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	395	418	421	420	432	2,7	9,3
Magasins d'alimentation et de boissons	7 300	7 405	7 367	7 476	7 535	0,8	3,2
Supermarchés	5 259	5 330	5 244	5 358	5 373	0,3	2,2
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	781	801	821	810	837	3,3	7,1
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 260	1 275	1 301	1 308	1 326	1,3	5,2
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	2 142	2 284	2 323	2 343	2 358	0,6	10,0
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 866	1 972	1 980	1 953	1 982	1,5	6,2
Magasins de vêtements	1 426	1 498	1 521	1 498	1 524	1,7	6,9
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	440	474	459	455	458	0,7	4,1
Magasins de marchandises diverses	3 872	3 953	3 996	4 022	4 015	-0,2	3,7
Détaillants divers	1 644	1 681	1 700	1 698	1 746	2,9	6,2
Magasins d'articles de sports, de passe-temps, de musique et librairies	826	861	866	872	898	3,0	8,7
Magasins de détail divers	818	820	834	825	848	2,7	3,6
Total des ventes au détail	32 205	33 426	33 341	33 391	34 013	1,9	5,6
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	24 605	25 367	25 461	25 740	26 030	1,1	5,8
Provinces et territoires							
Terre-Neuve-et-Labrador	484	534	537	540	542	0,3	12,0
Île-du-Prince-Édouard	125	129	130	130	132	1,7	5,9
Nouvelle-Écosse	935	955	959	961	968	0,8	3,5
Nouveau-Brunswick	743	768	761	763	761	-0,2	2,4
Québec	7 170	7 358	7 389	7 386	7 427	0,6	3,6
Ontario	11 708	12 083	11 798	11 889	12 142	2,1	3,7
Manitoba	1 089	1 127	1 140	1 139	1 165	2,3	7,0
Saskatchewan	955	1 001	1 019	991	1 047	5,6	9,6
Alberta	4 531	4 868	4 951	4 909	5 087	3,6	12,3
Colombie-Britannique	4 358	4 489	4 541	4 562	4 624	1,4	6,1
Yukon	36	40	40	43	39	-10,2	7,1
Territoires du Nord-Ouest	49	53	53	54	55	2,0	11,9
Nunavut	21	21	23	23	23	-0,5	6,4

^r révisé

^p provisoire

Ventes au détail

	Mars 2006	Février 2007 ^r	Mars 2007 ^p	Mars 2006 à mars 2007
Données non désaisonnalisées				
	en millions de dollars			variation en %
Automobile	11 405	9 040	11 968	4,9
Concessionnaires d'automobiles neuves	6 697	4 852	6 856	2,4
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	1 375	1 091	1 443	4,9
Stations-service	3 334	3 097	3 669	10,1
Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques	2 132	1 949	2 317	8,6
Magasins de meubles	741	664	805	8,6
Magasins d'accessoires de maison	434	398	461	6,2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	147	120	140	-5,1
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	810	766	911	12,5
Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison	1 701	1 421	1 768	4,0
Centres de rénovation et quincailleries	1 383	1 144	1 411	2,1
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	318	277	357	12,2
Magasins d'alimentation et de boissons	7 125	6 458	7 569	6,2
Supermarchés	5 270	4 788	5 549	5,3
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	738	683	802	8,6
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	1 117	987	1 218	9,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	2 169	2 144	2 358	8,7
Magasins de vêtements et d'accessoires	1 603	1 318	1 720	7,3
Magasins de vêtements	1 243	993	1 351	8,7
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	360	326	369	2,4
Magasins de marchandises diverses	3 348	2 926	3 514	5,0
Détaillants divers	1 463	1 323	1 565	7,0
Magasins d'articles de sports, de passe-temps, de musique et librairies	710	635	777	9,4
Magasins de détail divers	753	688	788	4,7
Total des ventes au détail	30 946	26 580	32 779	5,9
Total, excluant les concessionnaires d'automobiles neuves, de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	22 875	20 637	24 479	7,0
Provinces et territoires				
Terre-Neuve-et-Labrador	445	409	501	12,7
Île-du-Prince-Édouard	109	96	117	7,6
Nouvelle-Écosse	886	750	915	3,3
Nouveau-Brunswick	711	590	721	1,4
Québec	6 965	5 705	7 177	3,0
Ontario	11 167	9 474	11 632	4,2
Manitoba	1 046	901	1 133	8,4
Saskatchewan	890	782	988	11,0
Alberta	4 354	3 982	4 931	13,3
Colombie-Britannique	4 264	3 790	4 542	6,5
Yukon	34	33	36	6,7
Territoires du Nord-Ouest	55	49	63	13,9
Nunavut	22	19	23	7,4

^r révisé

^p provisoire

Étude : Évolution du rôle de l'éducation dans le choix du conjoint au Canada et aux États-Unis

1971 à 2001

Selon une nouvelle étude qui repose sur des données de recensement, la tendance au mariage entre les hommes et les femmes de même niveau d'études a augmenté au Canada ainsi qu'aux États-Unis au cours des trois dernières décennies.

Au Canada, 54 % des couples de moins de 35 ans avaient le même niveau d'études en 2001, en hausse par rapport aux 42 % enregistrés en 1971. Aux États-Unis, 55 % des couples de jeunes adultes mariés étaient composés de personnes de même niveau d'études en 2000, en hausse comparativement à 49 % en 1970.

L'augmentation du niveau d'homogamie éducationnelle, soit la tendance des personnes à épouser des personnes de même niveau d'études, pourrait s'expliquer en partie par les variations de l'offre relative de partenaires plus ou moins instruits. Au Canada comme aux États-Unis, le niveau de scolarité moyen des hommes et des femmes a augmenté au cours des trois décennies. Il s'agit toutefois d'une progression plus notable pour les femmes que pour les hommes.

En 2001, 24 % des femmes et 19 % des maris avaient obtenu un diplôme d'études universitaires au Canada, comparativement à 4 % et à 10 %, respectivement en 1971. Les femmes ont maintenant un niveau d'études moyen supérieur à celui de leur mari, contrairement à 30 ans auparavant. Une évolution semblable a aussi eu lieu aux États-Unis.

Toutefois, l'étude révèle que seule une petite partie de l'augmentation de l'homogamie éducationnelle observée au cours des trois décennies dans les deux pays est attribuable à ces variations de la répartition des niveaux d'études des femmes et des maris.

En fait, l'augmentation du niveau global d'homogamie éducationnelle reflète surtout le fait que les hommes et les femmes, consciemment, choisissent leur partenaire de plus en plus selon le niveau d'études. Autrement dit, il y a eu une croissance du niveau d'homogamie éducationnelle qui dépasse le niveau attendu résultant du resserrement de l'écart entre les sexes relatif au niveau d'études.

L'augmentation de l'homogamie éducationnelle, ainsi que le choix du conjoint en vue du mariage reposant de plus en plus sur le niveau d'études, a été une force sous-jacente importante dans la progression de l'inégalité des gains des familles aux niveaux

Note aux lecteurs

La présente étude s'appuie sur les données tirées des fichiers de données à grande diffusion des recensements des États-Unis de 1970, de 1980, de 1990 et de 2000 et, pour le Canada, du fichier de microdonnées d'un échantillon au tiers du Recensement de 1971 et des fichiers de microdonnées d'un échantillon à 20 % des recensements de 1981 à 2001. Elle porte sur toutes les unions de jeunes adultes de moins de 35 ans.

Le recensement des États-Unis ne fait pas de différence explicite entre le mariage légal et l'union libre. Depuis 1980, il est possible pour les couples qui vivent ensemble, sans être légalement mariés, de déclarer l'état matrimonial qu'ils considèrent comme étant le plus important. Par conséquent, les données sur les mariages dans le recensement des États-Unis comportent une proportion croissante d'unions libres depuis 1980. La distinction entre les mariages légaux et les unions libres dans les recensements du Canada est effectuée depuis 1981. En 2001, environ 41 % des jeunes couples vivaient en union libre, comparativement à 13 % en 1981.

La présente analyse porte sur cinq niveaux d'études, soit les études primaires ou celles d'un niveau inférieur, les études secondaires partielles (de 9 à 11 années d'études aux États-Unis), le diplôme d'études secondaires, les études postsecondaires partielles (les études collégiales partielles aux États-Unis) et le diplôme d'études universitaires (d'études collégiales aux États-Unis).

inférieur et supérieur de l'échelle des revenus dans les deux pays.

Les mariages entre personnes séparées par plus de deux niveaux de scolarité sont rares

Dans les deux pays, les mariages entre personnes de niveaux d'études différents ont lieu principalement entre des personnes aux niveaux d'études similaires. Un écart de plus de deux niveaux est rare.

Par exemple, en 2001, 54 % des jeunes couples canadiens étaient de même niveau d'études. Toutefois, 33 % des couples avaient un écart d'un niveau d'études et seulement 12 %, un écart de deux niveaux d'études. Moins de 2 % des couples avaient un écart de plus de deux niveaux d'études.

L'augmentation de l'homogamie éducationnelle est attribuable principalement à la diminution des mariages entre personnes de niveaux d'études similaires aux niveaux supérieur et inférieur de la hiérarchie éducationnelle.

La diminution des mariages entre les titulaires d'un diplôme universitaire et les personnes moins instruites est un facteur important dans les deux pays. Au Canada, le taux de mariages entre les personnes titulaires d'un diplôme universitaire et les personnes ayant fait des études postsecondaires partielles seulement a chuté de 38 %, tandis qu'aux États-Unis, il a chuté de 45 %.

De même, le taux de mariages entre les diplômés du secondaire et les personnes sans diplôme d'études

secondaires a diminué de 30 % aux États-Unis et de 58 % au Canada.

La tendance globale reflète des profils différents pour les hommes et pour les femmes

Alors que le couple moyen était plus susceptible d'être issu d'un mariage homogame du point de vue du niveau d'études en 2001 qu'en 1971, la tendance globale reflète des profils très différents pour les hommes et pour les femmes.

L'augmentation rapide du niveau de scolarité des femmes par rapport à celui des hommes laisse supposer une diminution des possibilités pour les femmes d'épouser des hommes plus instruits. Toutefois, elle laisse supposer une augmentation des possibilités pour les hommes d'épouser des femmes plus instruites.

On observe une forte diminution de la part des mariages homogames chez les femmes ayant fait des études universitaires. Aux États-Unis, la diminution est de 8 points de pourcentage, et au Canada, de près de 17 points de pourcentage.

En 2001, seulement 53 % des jeunes femmes canadiennes mariées ayant fait des études universitaires avaient épousé un partenaire titulaire d'un diplôme universitaire. En revanche, en 2001, 68 % des hommes ayant fait des études universitaires étaient mariés à des femmes ayant fait des études universitaires, soit plus du double de la proportion de 29 % enregistrée en 1971.

À l'autre extrémité de l'échelle de scolarité, la part des hommes titulaires d'un diplôme d'études secondaires épousant des femmes plus instruites par exemple est passée de 12 % à 40 % aux États-Unis au cours des trois décennies. Au Canada, ce taux a quadruplé, passant de 13 % à 56 %.

Chez les femmes titulaires d'un diplôme d'études secondaires, le pourcentage de celles épousant des

hommes plus instruits a crû beaucoup plus lentement au cours des trois décennies, passant de 27 % à 29 % aux États-Unis et de 30 % à 41 % au Canada.

Dans l'ensemble, les niveaux de scolarité à la hausse ont davantage amélioré le marché matrimonial pour les hommes que pour les femmes.

On observe, durant les années 1990, une faible augmentation nette des variations des niveaux d'études des femmes et des maris, des mariages de personnes de niveaux d'études différents, soit chez les diplômés universitaires et les personnes ayant fait des études postsecondaires partielles pour les deux sexes au Canada et chez les diplômés universitaires ayant fait des études postsecondaires partielles pour les deux sexes aux États-Unis.

Cette tendance est à l'inverse de celles observées durant les années 1970 et 1980, ce qui donne à penser que les niveaux d'homogamie éducative chez les personnes plus instruites se stabilisent peut-être.

Le document de recherche intitulé «L'évolution du rôle de l'éducation dans le choix du conjoint : homogamie éducative au Canada et aux États-Unis depuis les années 1970», qui fait partie de *Direction des études analytiques : documents de recherche* (11F0019MIF2007299, gratuit), est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web.

Des études connexes de la Division de l'analyse des entreprises et du marché du travail peuvent être consultées dans la publication *Mise à jour des études analytiques* (11-015-XIF, gratuite) 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 John Myles au 416-946-5886, Division de l'analyse des entreprises et du marché du travail. ■

Location et gestion de biens immobiliers 2005

Le total des revenus d'exploitation des industries de la location et de la gestion de biens immobiliers s'est accru de 7,7 % en 2005 pour atteindre 54,8 milliards de dollars. La persistance de la demande élevée liée au marché immobilier, de même qu'une économie stable, a contribué à la croissance des industries de la location et de la gestion de biens immobiliers.

Les dépenses totales d'exploitation de l'industrie (y compris les coûts de financement) ont augmenté de 1,3 % en 2005 pour atteindre 45,5 milliards de dollars. Les coûts de financement et les taux hypothécaires ont représenté 21,6 % des dépenses d'exploitation, tandis que la part des impôts fonciers et des taxes d'affaires était de 17 %. La marge bénéficiaire de ces industries (avant impôt) s'établissait à 17 %.

La croissance des revenus pour cette industrie a été généralisée à l'échelle du Canada. Des taux supérieurs à la croissance moyenne ont été enregistrés en Saskatchewan, en Alberta et en Colombie-Britannique. Cela peut être attribuable à leurs économies prospères et à un accroissement de la demande pour de l'espace lié au marché immobilier. L'Ontario et le Québec, les deux provinces ayant la plus forte densité de population, ont généré les deux tiers des revenus d'exploitation de l'industrie.

Le plus grand segment de l'industrie a été le secteur non résidentiel (50,7 %), suivi du secteur résidentiel (41,9 %) et du secteur de gestion de biens immobiliers (7,4 %).

Les données sur les industries de la location et de la gestion de biens immobiliers sont maintenant offertes pour 2005. Ces données portent sur les revenus d'exploitation, les dépenses d'exploitation, les salaires et traitements ainsi que sur les profits avant impôt pour les provinces et les territoires. Ces industries comprennent les bailleurs d'immeubles résidentiels (sauf les logements sociaux), les bailleurs d'immeubles non résidentiels ainsi que les gestionnaires de biens immobiliers.

Données stockées dans CANSIM : tableau 352-0003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4705.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Adib Farhat au 613-951-6306 (adib.farhat@statcan.ca), Division des industries de service. ■

Services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques 2005

Le développement accéléré des ressources naturelles dans l'Ouest et l'importance accrue des questions relatives à la protection de l'environnement ont contribué à l'expansion rapide de l'industrie des services de conseils. En 2005, les revenus d'exploitation de l'industrie se sont élevés à 9,8 milliards de dollars, en hausse de 9,5 % par rapport à l'année précédente.

L'industrie des services de conseils en gestion et de conseils scientifiques et techniques est constituée d'entreprises qui fournissent des conseils et du soutien aux autres entreprises sur une variété de sujets tels que la gestion, les ressources humaines, l'environnement, le développement international, la sécurité et certaines questions scientifiques ou techniques. Toutes ces entreprises ont pour but commun d'aider d'autres entreprises à croître et à se développer en leur transmettant leur expertise dans un domaine.

Les hausses les plus élevées des revenus d'exploitation ont été enregistrées par des entreprises oeuvrant dans le secteur des services de conseils en environnement (+18,6 %) et dans le secteur des services de conseils scientifiques et techniques (+17,8 %). Cela se compare à la croissance de 6,9 % des revenus d'exploitation des entreprises du secteur des services de conseils en gestion. Même si les entreprises spécialisées dans les services de conseils en environnement, scientifiques et techniques ne représentent que 25 % de l'ensemble de l'industrie, elles sont à l'origine de 44 % de la croissance de l'industrie en 2005.

Les dépenses d'exploitation ont augmenté de 9,3 % en 2005 pour atteindre 7,9 milliards de dollars. Les entreprises de l'industrie font principalement appel au savoir de leurs employés. Les salaires, traitements et avantages sociaux sont donc le principal poste des dépenses d'exploitation, ayant représenté 44 cents de chaque dollar dépensé en 2005.

La marge bénéficiaire d'exploitation a été de 19,7 %, ce qui est similaire à celle enregistrée en 2004.

Près de la moitié des revenus d'exploitation du secteur proviennent d'entreprises situées en Ontario (47 %), suivies des entreprises de l'Alberta (19 %), du Québec (16 %) et de la Colombie-Britannique (13 %). Les croissances annuelles les plus élevées ont été enregistrées par des entreprises de l'Alberta (+18,8 %) et de la Colombie-Britannique (+18,4 %). En comparaison, les entreprises de l'Ontario (+6,3 %) et du Québec (+2,6 %) ont connu des hausses relativement plus faibles. En conséquence de l'expansion rapide

dans l'Ouest, les entreprises de l'Ontario et du Québec ont vu leur part de marché diminuer.

Il est maintenant possible de consulter les données de 2005 et les données révisées de 2004 de l'industrie des services de conseils.

Données stockées dans CANSIM : tableau 360-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4717.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Luc Provençal au 613-951-1960 (luc.provençal@statcan.ca) ou avec Nicole Charron au 613-951-4133 (nicole.charron@statcan.ca), Division des industries de service. Télécopieur : 613-951-6696. ■

Indice des prix de la construction d'immeubles d'appartements

Premier trimestre de 2007

L'indice composite des prix de la construction d'immeubles d'appartements (1997=100) a atteint 149,3 au premier trimestre, en hausse de 1,4 % par rapport au trimestre précédent et de 9,9 % par rapport au premier trimestre de 2006. L'augmentation trimestrielle a été principalement attribuable à l'accroissement des coûts de la main-d'oeuvre et des matériaux ainsi qu'à un vigoureux marché de la construction de bâtiments, en particulier dans l'Ouest canadien. De plus, comme au trimestre précédent, la variation en pourcentage d'une année à l'autre a été la plus importante enregistrée depuis le début de la parution de l'indice au premier trimestre de 1988.

L'Ouest canadien a enregistré les plus fortes croissances trimestrielles, Calgary ayant affiché la plus forte hausse (+3,5 %), suivie d'Edmonton (+2,8 %) et de Vancouver (+2,0 %). De plus modestes mouvements à la hausse ont été observés dans l'Est canadien, Toronto ayant enregistré un accroissement de 1,1 %,

suivie d'Ottawa–Gatineau (partie ontarienne) (+1,0 %), de Halifax (+0,9 %) et de Montréal (+0,1 %).

Calgary (+24,3 %) a enregistré la plus forte augmentation par rapport au premier trimestre de 2006, suivie d'Edmonton (+20,6 %), de Vancouver (+16,5 %), de Toronto (+6,3 %), d'Ottawa–Gatineau (partie ontarienne) (+5,4 %), de Halifax (+5,1 %) et de Montréal (+2,9 %).

Nota : Les indices des prix de la construction d'immeubles d'appartements donnent une indication de la variation des coûts de construction nouvelle dans six régions métropolitaines de recensement (RMR) dont Halifax, Montréal, Toronto, Calgary, Edmonton et Vancouver et la partie ontarienne de la RMR d'Ottawa–Gatineau. En plus des indices de chacune des RMR et de l'indice composite, d'autres ventilations des variations de coûts par groupe de métiers dans le bâtiment sont à considérer, soit la structure, l'architecture, la mécanique et l'électricité. Ces indices de prix sont établis à partir d'enquêtes menées auprès d'entrepreneurs généraux et de sous-traitants spécialisés qui fournissent des renseignements sur diverses catégories de coûts (les matériaux, la main-d'oeuvre, l'équipement, les taxes, les frais généraux et les bénéfiques) pertinents aux devis de construction détaillés inclus dans les enquêtes.

Données stockées dans CANSIM : tableau 327-0040.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2317 et 2330.

Le numéro du premier trimestre de 2007 de la publication *Statistiques des prix des immobilisations* (62-007-XWF, gratuite) paraîtra en juillet.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-9606 ou composez sans frais le 1-866-230-2248 (prices-prix@statcan.ca), Division des prix. Télécopieur : 613-951-1539. □

Indice des prix de la construction d'immeubles d'appartements¹ (1997=100)

	Premier trimestre de 2007	Premier trimestre de 2006 au premier trimestre de 2007	Quatrième trimestre de 2006 au premier trimestre de 2007
	variation en %		
Indice composite	149,3	9,9	1,4
Halifax	133,4	5,1	0,9
Montréal	136,5	2,9	0,1
Ottawa-Gatineau (partie ontarienne)	146,5	5,4	1,0
Toronto	152,7	6,3	1,1
Calgary	174,9	24,3	3,5
Edmonton	165,8	20,6	2,8
Vancouver	155,7	16,5	2,0

1. Il est possible de consulter en ligne les subdivisions de recensement qui font partie des régions métropolitaines de recensement. ■

Produits chimiques industriels et résines synthétiques

Mars 2007

Il est maintenant possible de consulter les données de mars sur les produits chimiques industriels et les résines synthétiques.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0014.

**Définitions, sources de données et méthodes :
numéro d'enquête 2183.**

Le numéro de mars 2007 de la publication *Produits chimiques industriels et résines synthétiques*, vol. 50, n° 3 (46-002-XWF, 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 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. ■

Produits pétroliers raffinés

Mars 2007 (données provisoires)

Il est maintenant possible de consulter les données de mars sur la production, les stocks et les ventes intérieures des produits pétroliers raffinés. D'autres données choisies sur ces produits sont aussi offertes.

**Définitions, sources de données et méthodes :
numéro d'enquête 2150.**

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

Direction des études analytiques : documents de recherche : «L'évolution du rôle de l'éducation dans le choix du conjoint : homogamie éducationnelle au Canada et aux États Unis depuis les années 1970», n° 299
Numéro au catalogue : 11F0019MIF2007299
(gratuit).

Produits chimiques industriels et résines synthétiques, mars 2007, vol. 50, n° 3
Numéro au catalogue : 46-002-XWF
(gratuit).

Commerce de gros, mars 2007, vol. 70, n° 3
Numéro au catalogue : 63-008-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, -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^e étage, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 6 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet, écrivez à : infostats@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.

catalogue 11-001-Xif (mai 2007) 11-010-150-00000001



Le Quotidien
Statistique Canada

Le jeudi 6 juin 1997
Heure d'été décalée 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 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 pécuniaires, 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, 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.

Calendrier des communiqués : 22 au 25 mai 2007

(À cause de circonstances imprévisibles, les dates de parution peuvent être modifiées.)

Date de parution	Titre	Période de référence
22	Rapports sur la santé	2006
22	La délocalisation et l'emploi au Canada : quelques points de repère	
23	Indicateurs avancés	Avril 2007
24	Statistiques financières trimestrielles des entreprises	Premier trimestre de 2007
24	L'observateur économique canadien (Internet)	Mai 2007
25	L'incidence de l'immigration sur les marchés du travail au Canada, au Mexique et aux États-Unis	1960 à 2001
25	Bulletin des industries de services	1986 à 2005
25	Indices des prix des machines et du matériel	Premier trimestre de 2007
