Catalogue 11-001-XIF (English 11-001-XIE) ISSN 1205-9145

Le Quotidien

Statistique Canada

Le lundi 9 juin 2008
Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Étude : Les crimes motivés par la haine, 2006 2
Les affaires motivées par la haine représentent une proportion relativement faible des crimes déclarés tant par la police que par les victimes. Dans les deux cas, la race ou l'origine ethnique est ce qui motive le plus souvent ces crimes.

Contrôle et vente des boissons alcoolisées, exercice se terminant le 31 mars 2007 5
La bière demeure la boisson alcoolisée privilégiée par les Canadiens en ce qui a trait au volume et à la valeur monétaire de ses ventes, mais sa dominance continue de faiblir à mesure que les consommateurs se tournent davantage vers le vin.

Prix des produits agricoles, avril 2008 8

Données déclarées par la police sur le crime organisé, les crimes motivés par la haine, les crimes de gangs de rue et la cybercriminalité, 2006 8

Enquête nationale auprès des apprentis, 2007 8

Nouveaux produits

9

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Communiqués

Étude : Les crimes motivés par la haine

2006

Les affaires motivées par la haine représentent une proportion relativement faible des crimes déclarés tant par la police que par les victimes. Dans les deux cas, la race ou l'origine ethnique est ce qui motive le plus souvent ces crimes.

En 2006, les services de police desservant 87 % de la population du Canada ont déclaré 892 crimes haineux, dont 6 sur 10 étaient motivés par la race ou l'origine ethnique.

En outre, le quart des crimes de haine étaient motivés par la religion, alors que le dixième l'étaient par l'orientation sexuelle. Les crimes de haine constituaient moins de 1 % de toutes les affaires criminelles déclarées par la police.

L'étude «Les crimes motivés par la haine au Canada», diffusée aujourd'hui par le Centre canadien de la statistique juridique, a permis de constater que la moitié de tous les crimes motivés par la haine déclarés par la police étaient des infractions contre les biens, le plus souvent des méfaits, alors que le tiers étaient des infractions violentes, comme des voies de fait.

L'Enquête sociale générale (ESG) offre une autre mesure des crimes motivés par la haine. Cette enquête, dans le cadre de laquelle on interroge les Canadiens sur leurs expériences personnelles de la victimisation, comprend les incidents qui n'ont pas été déclarés à la police.

Le cycle le plus récent de l'ESG sur la victimisation, qui a été mené en 2004, a révélé que 3 % des incidents déclarés par les répondants étaient, selon ces derniers, attribuables à la haine. Cette enquête a également permis de constater que la race ou l'origine ethnique était ce qui motivait le plus souvent ces crimes.

Les études ont montré que les crimes motivés par la haine peuvent avoir des répercussions additionnelles sur les victimes en plus de celles qui découlent des crimes non motivés par la haine. Les crimes de haine portent souvent atteinte au coeur de l'identité d'une personne, et ils peuvent entraîner des conséquences psychologiques plus graves et des périodes de récupération plus longues.

Selon les données de l'ESG, dans 4 incidents motivés par la haine sur 10, la victime a indiqué qu'il lui avait été difficile sinon impossible de s'adonner à ses activités quotidiennes, comparativement à 23 % des incidents dont la victime avait fait l'objet d'un crime non motivé par la haine. Les crimes violents motivés par la haine étaient aussi plus susceptibles de provoquer des sentiments de crainte chez les victimes.

Note aux lecteurs

Ce rapport est fondé en grande partie sur les données déclarées par la police en 2006. Les données des services de police participant à la version la plus récente du Programme de déclaration uniforme de la criminalité (DUC 2.2), qui permet de recueillir des renseignements sur les crimes motivés par la haine, ont été combinées avec des données obtenues au moyen d'une enquête supplémentaire spéciale financée par le ministère du Patrimoine canadien. Ensemble, ces deux enquêtes ont fourni des données sur les crimes motivés par la haine recueillies auprès des services de police qui desservent 87 % de la population du Canada.

Les données sur la victimisation déclarées par les répondants de l'Enquête sociale générale (ESG) de 2004 sont présentées à titre de source d'information complémentaire sur les crimes de haine. Ces données sont recueillies auprès des Canadiens qui ont affirmé avoir été victimes d'un crime qu'ils croyaient motivé par la haine. Alors que le Programme DUC sert à recueillir des renseignements sur l'ensemble des infractions au Code criminel*, l'ESG ne vise que huit types d'infractions.*

Les Noirs font le plus souvent l'objet de crimes haineux

Les données déclarées par la police fournissent des renseignements sur la race, la religion et l'orientation sexuelle des victimes d'affaires motivées par la haine. Parmi les 502 affaires motivées par la haine de la race ou de l'origine ethnique déclarées en 2006, la moitié a été perpétrée contre des Noirs, 13 %, contre des Asiatiques du Sud et 12 %, contre des Arabes ou des Asiatiques occidentaux.

Parmi les 220 crimes haineux qui, selon la police, étaient motivés par la religion, la plupart, soit près des deux tiers (63 %), ont visé des tenants de la religion juive, alors que 21 % ont été commis contre des musulmans (l'islam) et 6 %, contre des catholiques.

Plus de la moitié des crimes motivés par la haine de l'orientation sexuelle sont violents

Une grande majorité des 80 affaires motivées par l'orientation sexuelle ont été commises contre des homosexuels.

Plus de la moitié (56 %) des affaires motivées par la haine d'une orientation sexuelle particulière étaient violentes, soit une proportion supérieure à celle

observée pour les affaires motivées par la race ou l'origine ethnique (38 %) ou la religion (26 %). Les voies de fait simples étaient le type de crime violent le plus fréquent.

Par conséquent, les affaires motivées par l'orientation sexuelle étaient plus susceptibles que les autres types de crimes haineux d'entraîner des blessures physiques chez les victimes.

Les taux de crimes de haine sont plus élevés chez les jeunes

Selon les données déclarées par la police, les jeunes âgés de 12 à 17 ans étaient proportionnellement plus nombreux que les personnes plus âgées à avoir commis un crime haineux. Le taux d'auteurs présumés était le plus élevé chez les jeunes de 12 à 17 ans, et il diminuait graduellement au fur et à mesure qu'augmentait l'âge.

Les 120 jeunes auteurs présumés de crimes haineux en 2006 représentaient plus du tiers (38 %) de tous les auteurs présumés de crimes de haine. Cette proportion était le double de la proportion de jeunes parmi les auteurs présumés de crimes non motivés par la haine (18 %).

Les données déclarées par la police montrent que, chez les jeunes et les adultes confondus, les personnes de sexe masculin risquaient 2,5 fois plus que les personnes de sexe féminin d'être victimes d'un crime violent motivé par la haine. Le taux pour les personnes de sexe masculin se situait à 1,8 pour 100 000 habitants, par rapport à 0,7 pour les personnes de sexe féminin. Ces résultats diffèrent de ceux qui s'appliquent à l'ensemble des crimes violents, dans lesquels les membres des deux sexes sont victimisés dans presque la même mesure.

Les taux les plus élevés de crimes de haine s'observent à Calgary et à Kingston

Les comparaisons des crimes de haine entre les provinces ne comprennent que le Québec, l'Ontario et la Colombie-Britannique, où la presque totalité des services et des détachements de police a participé à l'étude sur les crimes motivés par la haine.

Les crimes de haine déclarés par la police dans ces trois provinces représentaient environ 80 % du nombre total de crimes haineux. L'Ontario a affiché le taux le plus élevé, soit 4,1 affaires pour 100 000 habitants, suivi de la Colombie-Britannique (2,5) et du Québec (1,4).

En 2006, cinq régions métropolitaines de recensement ont enregistré des taux de crimes haineux déclarés par la police qui étaient bien supérieurs à la moyenne nationale de 3,1 pour 100 000 habitants. Calgary, qui a affiché un taux de 9,1 affaires pour 100 000 habitants, s'est classée première, devant Kingston (8,5), Ottawa (6,6), London (5,9) et Toronto (5,5).

Les écarts des taux entre les villes pourraient être attribuables en partie à des politiques et à des pratiques policières locales. À titre d'exemple, la présence dans certains services de police d'unités spécialisées de lutte contre les crimes de haine et de programmes de formation pour les policiers peut avoir pour effet d'augmenter le taux de déclaration des crimes haineux dans certaines villes.

Les affaires motivées par la race ou l'origine ethnique étaient le type de crime haineux le plus courant dans les neuf plus grandes régions métropolitaines de recensement, à l'exception d'Ottawa, où les crimes motivés par la haine de la religion étaient les plus fréquents.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 3302 et 4504.

L'étude «Les crimes motivés par la haine au Canada», qui fait partie de la *Série de profils du Centre canadien de la statistique juridique* (85F0033MWF2008017, gratuite), est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web. Sous *Publications Internet gratuites*, choisissez *Crime et justice*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec la Sous-section de l'information et des services à la clientèle au 613-951-9023 ou composez sans frais le 1-800-387-2231, Centre canadien de la statistique juridique.

□

Crimes de haine déclarés par la police, selon le type de motif et la catégorie de crime, 2006

	Crimes violents		Crimes contre les biens		Autres crimes		Total	
Type de motif	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Race ou origine ethnique								
Noire	90	37,8	122	51,3	26	10,9	238	100,0
De l'Asie du Sud	25	37,9	36	54,5	5	7,6	66	100,0
Arabe ou de l'Asie occidentale	30	49,2	24	39,3	7	11,5	61	100,0
De l'Asie de l'Est ou du Sud-Est	12	48,0	9	36,0	4	16,0	25	100,0
Blanche	11	45,8	11	45,8	2	8,3	24	100,0
Autochtone	8	50,0	6	37,5	2	12,5	16	100,0
Races ou origines ethniques multiples	6	16,2	29	78,4	2	5,4	37	100,0
Autre	10	34,5	14	48,3	5	17,2	29	100,0
Inconnue	1	16,7	5	83,3	0	0,0	6	100,0
Total	**193**	**38,4**	**256**	**51,0**	**53**	**10,6**	**502**	**100,0**
Religion								
Juive	32	23,4	96	70,1	9	6,6	137	100,0
Musulmane (islamique)	19	41,3	19	41,3	8	17,4	46	100,0
Catholique	1	7,7	7	53,8	5	38,5	13	100,0
Autre	6	30,0	11	55,0	3	15,0	20	100,0
Inconnue	0	0,0	4	100,0	0	0,0	4	100,0
Total	**58**	**26,4**	**137**	**62,3**	**25**	**11,4**	**220**	**100,0**
Orientation sexuelle	45	56,3	29	36,3	6	7,5	80	100,0
Autre[1]	5	56,3	11	36,3	6	7,5	22	100,0
Motif inconnu	26	38,2	27	39,7	15	22,1	68	100,0
Total	**327**	**36,7**	**460**	**51,6**	**105**	**11,8**	**892**	**100,0**

1. La catégorie «Autre» comprend les motifs non mentionnés ci-dessus, tels que la langue, une incapacité, le sexe, la profession et les convictions politiques.

Note: *Comprend les données des services de police provinciaux et municipaux, et de la Gendarmerie royale du Canada en Colombie-Britannique, ces données représentant 87 % de la population du Canada.*

■

Contrôle et vente des boissons alcoolisées

Exercice se terminant le 31 mars 2007

La bière demeure la boisson alcoolisée privilégiée par les Canadiens en ce qui a trait au volume et à la valeur monétaire de ses ventes, mais sa dominance continue de faiblir à mesure que les consommateurs se tournent davantage vers le vin.

Durant l'exercice se terminant le 31 mars 2007, au Canada, les magasins de bière et d'alcool ainsi que leurs agents ont vendu pour une valeur de plus de 18,0 milliards de dollars de boissons alcoolisées, en hausse de 4,9 % par rapport à l'année précédente. Il s'agit d'un taux de croissance des ventes inégalé depuis 2003.

Cette hausse reflète, en partie, l'accroissement de 1,4 % de la population de 15 ans et plus, ainsi que l'augmentation de 0,9 %, en moyenne, des prix des boissons alcoolisées durant cette période.

En litres d'alcool absolu, le volume des ventes de boissons alcoolisées a connu une hausse de 3,1 % pour s'établir à 218,7 millions de litres.

Les parts de marché des trois types de boissons alcoolisées ont évolué considérablement au cours de la dernière décennie. En 1997, la bière représentait 52 % de la valeur monétaire des ventes, les spiritueux, 27 %, et le vin, 21 %. En 2007, la part de la bière n'était plus que de 47 %, et celle des spiritueux était tombée pour passer à 25 %, tandis que celle du vin représentait 28 % du marché.

Pour ce qui est du volume, de 2005-2006 à 2006-2007, la croissance des ventes de vin a nettement dépassé celle des ventes de bière et de spiritueux.

En 2006-2007, chez les Canadiens âgés de 15 ans et plus, les ventes de boissons alcoolisées par habitant ont atteint 667 $, en hausse de 22 $ par rapport à l'année précédente.

Combinés aux autres revenus associés à l'alcool, tels que ceux découlant des permis de vente d'alcool, les revenus nets réalisés par les régies provinciales et territoriales des alcools ont atteint la barre des 5 milliards de dollars en 2006-2007, en hausse de 5,2 % par rapport à l'année précédente. Les progressions les plus importantes ont été enregistrées au Yukon, en Alberta et en Saskatchewan.

Les vins rouges entraînent à la hausse les ventes de vin

Les établissements vinicoles, les régies des alcools et leurs agents ont vendu pour une valeur de 5 milliards de dollars de vin en 2006-2007, en hausse de 9,5 % par rapport à 2005-2006. Pour ce qui est du volume, les Canadiens ont acheté 405,7 millions de litres de vin, en hausse de 7,1 % par rapport à l'année précédente.

Note aux lecteurs

La présente diffusion comprend les révisions à la baisse des données sur les ventes de bière pour les exercices 2004-2005 et 2005-2006. Ces révisions ont été apportées aux données, principalement en raison de données révisées fournies par des répondants.

Les statistiques par habitant ont été mises à jour afin de refléter l'intégration des plus récents résultats du recensement dans les statistiques démographiques.

Il convient de distinguer les données sur le volume des ventes de boissons alcoolisées de celles sur la consommation de boissons alcoolisées. Le volume des ventes ne comprend que les ventes réalisées par les régies des alcools et de leurs agents, ainsi que par les établissements vinicoles, les brasseries et les établissements détenant un permis émis par les autorités compétentes.

Par contre, les données sur la consommation de boissons alcoolisées comprennent les ventes mentionnées précédemment, ainsi que les données sur le vin et la bière de fabrication artisanale, le vin et la bière fabriqués dans les centres de brassage libre-service, les ventes des boutiques hors taxes et toute autre transaction non comptabilisée.

De même, il convient de distinguer les données sur la valeur monétaire des ventes de boissons alcoolisées de celles sur les dépenses des consommateurs en boissons alcoolisées. Les données sur les ventes ont trait aux recettes des régies des alcools, des établissements vinicoles et des brasseries, y compris les ventes à des établissements munis d'un permis, comme les bars et les restaurants.

Par conséquent, les données sur les ventes ne rendent pas compte des dépenses totales des consommateurs en boissons alcoolisées, les prix payés dans les établissements détenteurs d'un permis étant supérieurs à ceux payés par ces établissements aux autorités compétentes.

Les données par habitant sont basées sur la population de 15 ans et plus.

La vigueur des ventes de vin tient en grande partie à l'accroissement des ventes de vins rouges. Ces dernières ont représenté 61 % du volume total de vins rouges et blancs vendus en 2006-2007. Les ventes de vins rouges comprennent celles de vins rouges et rosés.

La valeur monétaire des ventes de vins rouges a augmenté de 130 % depuis 2000, tandis que les ventes de vins blancs ont connu une progression sensiblement plus faible, soit de 33 %, au cours de la même période. Les trois quarts des vins rouges vendus au Canada provenaient d'autres pays, comparativement à un peu plus de 60 % des vins blancs.

En 2006-2007, chez les Canadiens âgés de 15 ans et plus, les ventes de vin par habitant se sont chiffrées à 187 $, en hausse de près de 14 $ par rapport à l'année précédente.

Les consommateurs du Québec ont été, de loin, ceux qui ont acheté le plus de vin, puisque leurs ventes par habitant ont dépassé de 83 $ la moyenne nationale. Les ventes au Québec ont représenté 34 % de tout le vin vendu au Canada en 2006-2007, et 42 % de tout le vin rouge. L'Île-du-Prince-Édouard et le

Nouveau-Brunswick ont été les deux seules provinces où le volume déclaré des ventes de vin blanc était supérieur au volume des ventes de vin rouge.

La dominance de la bière s'atténue

En 2006-2007, les magasins de bières et leurs agents ont vendu pour une valeur de 8,4 milliards de dollars de bière, en hausse de 2,0 % par rapport à l'année précédente.

En ce qui concerne le volume, les Canadiens ont acheté 2,3 milliards de litres de bière, en hausse de 1,6 % par rapport à l'année précédente. Parmi les Canadiens âgés de 15 ans et plus, les ventes de bière par habitant ont diminué de 27 % comparativement au sommet de 115,2 litres atteint en 1976.

Bien que les ventes de bière aient augmenté de 2,0 % à l'échelle nationale, trois des provinces et des territoires, à savoir le Québec, l'Ontario et les Territoires du Nord-Ouest, ont déclaré des ventes plus faibles comparativement à l'année précédente.

En 2006-2007, parmi les Canadiens âgés de 15 ans et plus, les ventes de bière par habitant se sont chiffrées à 312 $, en hausse de 1,60 $ par rapport à l'année précédente.

L'augmentation du volume des ventes de bières importées a continué de dépasser celle observée pour les marques canadiennes. En 2006-2007, le volume des ventes de bières importées s'est accru de 7,6 %, tandis que celui des ventes de marques canadiennes a augmenté légèrement de 0,9 %.

Si l'on s'en tient au volume, la part de marché des bières importées a plus que doublé au cours de la dernière décennie. En 2006-2007, les marques étrangères représentaient 11,4 % du marché de la bière au Canada, en hausse comparativement à la part de 4,8 % enregistrée en 1996-1997.

La Vodka fait croître les ventes de spiritueux

En 2006-2007, les régies des alcools et leurs agents ont vendu pour 4,5 milliards de dollars de spiritueux, en hausse de 5,8 % par rapport à l'année précédente. Cette progression a été principalement attribuable à un accroissement de 10 % des ventes de vodka.

Les ventes de spiritueux par habitant chez les Canadiens âgés de 15 ans et plus se sont élevées à 168 $ en 2006-2007, en hausse de près de 7 $ par rapport à l'année précédente.

Le volume des ventes de spiritueux a augmenté de 1,8 % en 2006-2007 pour atteindre 206,1 millions de litres. Les produits canadiens ont représenté 71 % de ces ventes.

Bien que les producteurs canadiens aient dominé le marché, le volume des ventes de spiritueux importés a progressé de 3,3 % pour s'établir à 60,2 millions de litres. Par ailleurs, les ventes de spiritueux canadiens ont augmenté de 1,2 % pour s'établir à 146,0 millions de litres.

Les spiritueux de type whisky, comme le whisky, le scotch et le bourbon, ont continué d'être ceux que privilégient les Canadiens, ayant représenté presque 30 % de l'ensemble des ventes de spiritueux en 2006-2007. Les produits canadiens ont constitué près de 70 % de ces ventes.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 183-0006, 183-0015 à 183-0020.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 1726.

Des tableaux de données sur les ventes de boissons alcoolisées sont accessibles à partir du module *Comptes économiques nationaux* de notre site Web.

L'édition de 2007 de la publication *Le contrôle et la vente des boissons alcoolisées au Canada* (63-202-XWF, gratuite) paraîtra bientôt.

Des données peuvent être obtenues sous forme de totalisations spéciales faites sur demande. Pour obtenir plus de renseignements sur les produits et les services, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-0767 (*fe-pid-dipinfo@statcan.ca*), Division des institutions publiques.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Catherine Boies au 613-951-3520 (*catherine.boies@statcan.ca*), Division des institutions publiques.

□

Ventes de boissons alcoolisées au 31 mars 2007

	Bière	Vin	Spiritueux	Total
	milliers de dollars			
Canada	**8 422 697**	**5 045 594**	**4 546 158**	**18 014 449**
Terre-Neuve-et-Labrador	179 862	37 215	109 850	326 927
île-du-Prince-Édouard	35 010	11 482	23 895	70 387
Nouvelle-Écosse	272 339	97 208	177 003	546 550
Nouveau-Brunswick	220 119	62 264	100 018	382 401
Québec	2 299 385	1 729 218	567 806	4 596 409
Ontario	2 899 955	1 719 389	1 775 306	6 394 649
Manitoba	244 022	104 471	205 473	553 966
Saskatchewan	237 093	56 374	176 218	469 685
Alberta	881 852	434 229	622 745	1 938 826
Colombie-Britannique	1 116 129	781 737	760 269	2 658 134
Yukon	14 999	5 753	8 951	29 703
Territoires du Nord-Ouest	18 610	5 994	17 529	42 132
Nunavut	3 324	261	1 095	4 680

Note: *Les données peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.*

Bénéfices nets des régies des alcools provinciales et territoriales et recettes provenant de la vente de boissons alcoolisées au 31 mars

	2006	2007	2006 à 2007
	milliers de dollars		variation en %
Canada	**4 763 725**	**5 013 677**	**5,2**
Terre-Neuve-et-Labrador	107 304	112 322	4,7
Île-du-Prince-Édouard	24 969	26 386	5,7
Nouvelle-Écosse	185 117	192 283	3,9
Nouveau-Brunswick	127 409	132 727	4,2
Québec	814 945	869 638	6,7
Ontario	1 724 346	1 771 595	2,7
Manitoba	197 671	209 413	5,9
Saskatchewan	147 222	161 466	9,7
Alberta	596 715	658 271	10,3
Colombie-Britannique	807 921	849 314	5,1
Yukon	8 001	8 933	11,6
Territoires du Nord-Ouest	20 805	20 998	0,9
Nunavut	1 300	331	-74,5

Note: *Les données peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.*

■

Prix des produits agricoles
Avril 2008

Il est maintenant possible de consulter les prix que les agriculteurs ont reçus pour les céréales, les oléagineux, les cultures spéciales, les pommes de terre, les bovins, les porcs, la volaille, les oeufs et les produits laitiers en avril.

En avril, le prix du soya au Québec s'est situé à 465,00 $ la tonne métrique, en hausse de 3 % par rapport à mars et de 48 % par rapport à avril 2007 alors qu'il se situait à 313,33 $.

Le prix des bovins d'abattage en Alberta s'est établi à 79,42 $ pour 100 livres en avril, en hausse de 8 % par rapport à mars, mais en baisse de 12 % par rapport au prix noté en avril 2007 alors qu'il s'établissait à 90,10 $.

Les prix de produits agricoles sont maintenant accessibles sur CANSIM. Les prix de plus de 35 produits agricoles sont offerts par province, dont certaines séries remontent à 20 ans.

Données stockées dans CANSIM : tableau 002-0043.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 3436.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Nickeisha Patterson au 613-951-3249 (*nickeisha.patterson@statcan.ca*), Division de l'agriculture. Télécopieur : 613-951-3868. ■

Données déclarées par la police sur le crime organisé, les crimes motivés par la haine, les crimes de gangs de rue et la cybercriminalité
2006

Les données sur le crime organisé, les crimes motivés par la haine, les crimes de gangs de rue et la cybercriminalité proviennent de 27 services de police municipaux à l'échelle du pays et de 23 détachements de la Gendarmerie royale du Canada en Colombie-Britannique. Ensemble, ces services de police représentent 16 % de la population canadienne.

Statistique Canada a élaboré ces nouveaux éléments de données grâce à l'aide financière du Programme de multiculturalisme du Patrimoine canadien et de Sécurité publique Canada.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 3302.

Les données sont offertes sur demande seulement. Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec la Sous-section de l'information et des services à la clientèle au 613-951-9023 ou composez sans frais le 1-800-387-2231, Centre canadien de la statistique juridique. ■

Enquête nationale auprès des apprentis
2007

Il est maintenant possible de consulter les données initiales de 2007 provenant de Enquête nationale auprès des apprentis.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 3160.

Les données sont offertes sur demande seulement. Pour obtenir plus de renseignements sur le Programme de la statistique de l'éducation de Statistique Canada, pour commander des données ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-7608 ou composez sans frais le 1-800-307-3382 (*educationstats@statcan.ca*), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur : 613-951-4441; ATS : 1-800-363-7629. ■

Nouveaux produits

Location et location à bail de matériel automobile, 2006
Numéro au catalogue : 63-242-XWF
(gratuit).

Location et location à bail de machines et matériel commercial et industriel, 2006
Numéro au catalogue : 63-244-XWF
(gratuit).

Services de réparation et d'entretien, 2006
Numéro au catalogue : 63-247-XWF
(gratuit).

Services de design spécialisé, 2006
Numéro au catalogue : 63-251-XWF
(gratuit).

Série de profils du Centre canadien de la statistique juridique : «Les crimes motivés par la haine au Canada», 2006, n° 17
Numéro au catalogue : 85F0033MWF2008017
(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 :

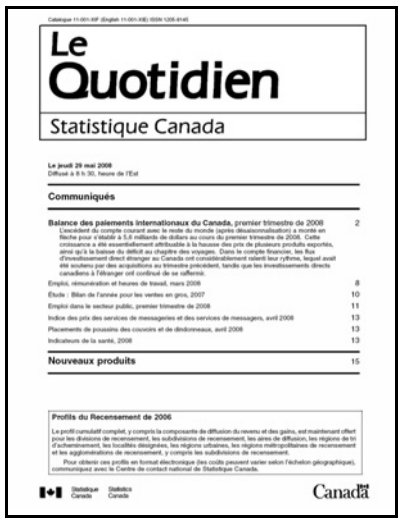
- Le titre
- Le numéro au catalogue
- Le numéro de volume
- Le numéro de l'édition
- Votre numéro de carte de crédit.

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, 6e 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 5 % 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.



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 29 mai 2008
Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Balance des paiements internationaux du Canada, premier trimestre de 2008 2

L'excédent du compte courant avec le reste du monde (après désaisonnalisation) a monté en flèche pour s'établir à 5,6 milliards de dollars au cours du premier trimestre de 2008. Cette croissance a été essentiellement attribuable à la hausse des prix de plusieurs produits exportés, ainsi qu'à la baisse du déficit au chapitre des voyages. Dans le compte financier, les flux d'investissement direct étranger au Canada ont considérablement ralenti leur rythme, lequel avait été soutenu par des acquisitions au trimestre précédent, tandis que les investissements directs canadiens à l'étranger ont continué de se raffermir.

Emploi, rémunération et heures de travail, mars 2008 8
Étude : Bilan de l'année pour les ventes en gros, 2007 10
Emploi dans le secteur public, premier trimestre de 2008 11
Indice des prix des services de messageries et des services de messagers, avril 2008 13
Placements de poussins des couvoirs et de dindonneaux, avril 2008 13
Indicateurs de la santé, 2008 13

Nouveaux produits 15

Profils du Recensement de 2006

Le profil cumulatif complet, y compris la composante de diffusion du revenu et des gains, est maintenant offert pour les divisions de recensement, les subdivisions de recensement, les aires de diffusion, les régions de tri d'acheminement, les localités désignées, les régions urbaines, les régions métropolitaines de recensement et les agglomérations de recensement, y compris les subdivisions de recensement.

Pour obtenir ces profils en format électronique (les coûts peuvent varier selon l'échelon géographique), communiquez avec le Centre de contact national de Statistique Canada.

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

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 et des services de bibliothèque, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10e étage, section G, 100 promenade Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario 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, 2008. 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.