

Le Quotidien

Statistique Canada

Le vendredi 27 mars 2015

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Indicateurs nationaux du tourisme, quatrième trimestre de 2014 2
Les dépenses touristiques au Canada ont augmenté de 0,7 % au quatrième trimestre, après avoir affiché une hausse de 1,0 % au trimestre précédent. Il s'agissait de la septième augmentation trimestrielle consécutive des dépenses touristiques.

Indice des prix des services de messageries et des services de messagers, février 2015 7

Indice des prix des logiciels commerciaux, février 2015 8

Indices des prix des ordinateurs et des périphériques, février 2015 9

Statistiques de la volaille et des œufs, janvier 2015 10

Laine : utilisation et valeur à la ferme, 2013 11

Nouveaux produits et études 12

Calendrier des communiqués : 30 mars au 2 avril 2015 13



Communiqués

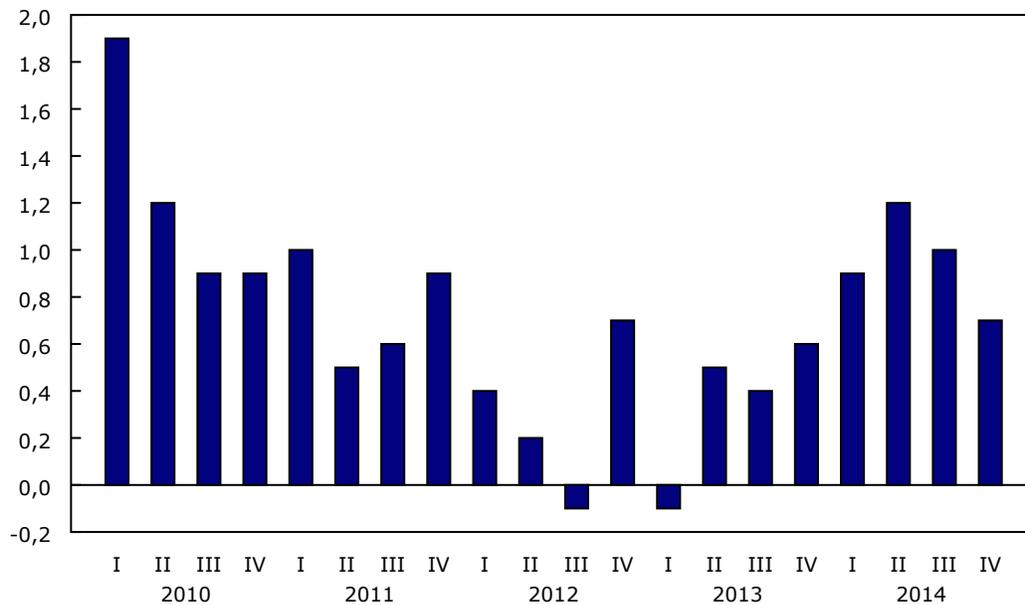
Indicateurs nationaux du tourisme, quatrième trimestre de 2014

Les dépenses touristiques au Canada ont augmenté de 0,7 % au quatrième trimestre, après avoir affiché une hausse de 1,0 % au trimestre précédent. Il s'agissait de la septième augmentation trimestrielle consécutive des dépenses touristiques.

Les dépenses touristiques des Canadiens au pays ont contribué dans une large mesure à la hausse.

Graphique 1 Augmentation des dépenses touristiques au Canada pour un septième trimestre consécutif

variation en %, trimestre précédent



Note(s) : Les données sont désaisonnalisées et ajustées en fonction des variations de prix.
Source(s) : Tableau CANSIM 387-0001.

Les dépenses touristiques des Canadiens continuent d'augmenter

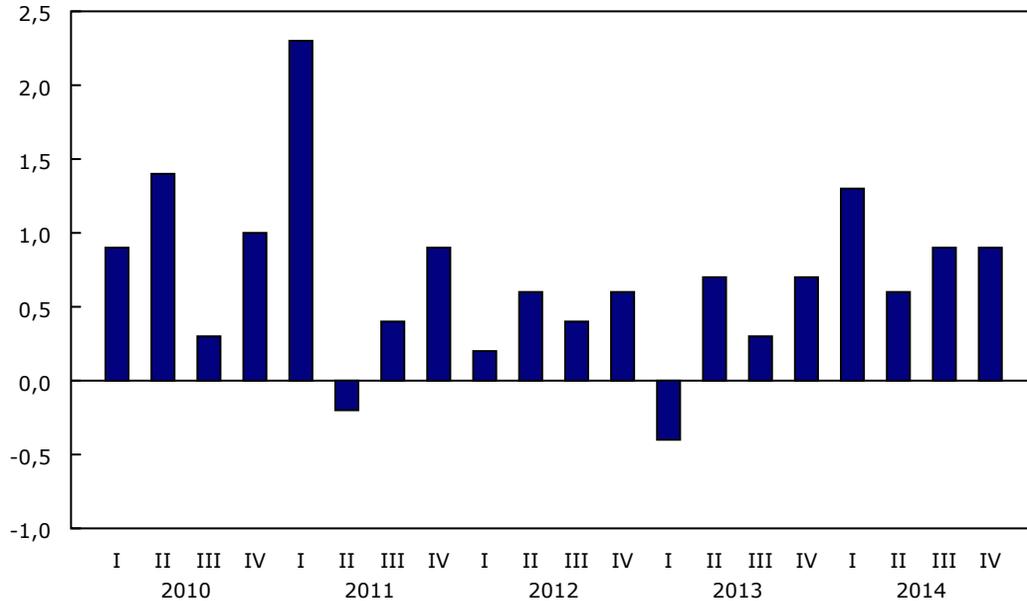
Les dépenses touristiques des Canadiens au pays ont augmenté de 0,9 % au quatrième trimestre, soit au même rythme qu'au trimestre précédent. Au cours des cinq dernières années, les dépenses touristiques au pays ont crû chaque trimestre sauf deux.

Les dépenses en carburant pour véhicules ont affiché une hausse de 2,9 % et ont contribué le plus à l'augmentation des dépenses des Canadiens au pays. Les dépenses en transport aérien de passagers (+1,0 %) et en hébergement (+1,0 %) ont aussi été plus élevées. Les dépenses en biens et services non touristiques, comme les produits d'épicerie et les vêtements, ont progressé de 0,5 %.

Par contre, les dépenses en services de voyage ont diminué de 0,9 %.

Graphique 2 Augmentation des dépenses touristiques des Canadiens au pays

variation en %, trimestre précédent



Note(s) : Les données sont désaisonnalisées et ajustées en fonction des variations de prix.

Source(s) : Tableau CANSIM 387-0001.

Légère hausse des dépenses des visiteurs internationaux

Les dépenses des visiteurs internationaux au Canada ont affiché une légère hausse de 0,1 % au quatrième trimestre, après avoir progressé de 1,5 % au trimestre précédent.

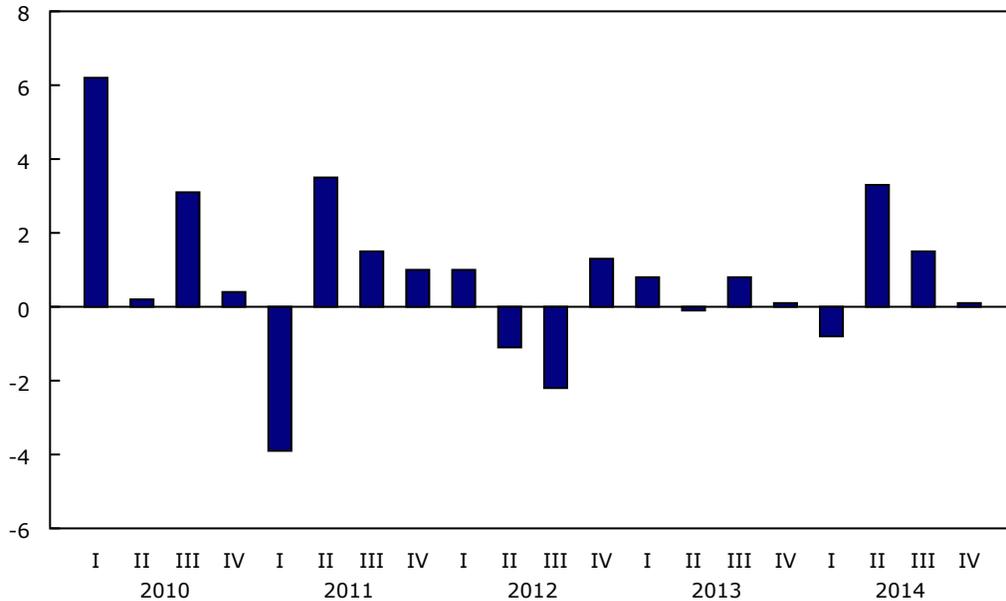
Les dépenses touristiques au chapitre des services de restauration (+0,4 %), des loisirs et divertissements (+0,5 %) et des biens et services non touristiques (+0,6 %) ont augmenté. Ces hausses ont été contrebalancées dans une large mesure par une diminution des dépenses en transport aérien de passagers (-0,8 %).

Les voyages d'une nuit ou plus en provenance de l'étranger ont augmenté au quatrième trimestre. Toutefois, les voyages avec nuitées effectuées par avion à destination du Canada ont affiché une baisse.

Graphique 3

Légère hausse des dépenses touristiques des voyageurs internationaux

variation en %, trimestre précédent



Note(s) : Les données sont désaisonnalisées et ajustées en fonction des variations de prix.

Source(s) : Tableau CANSIM 387-0001.

Augmentation du produit intérieur brut du tourisme

Le produit intérieur brut (PIB) du tourisme a progressé de 1,1 % au quatrième trimestre, poursuivant une tendance à la hausse qui s'est amorcée au troisième trimestre de 2009. En comparaison, le PIB national a crû de 0,6 % au quatrième trimestre.

Parmi les industries touristiques, l'hébergement (+1,6 %) et le transport (+0,9 %) ont contribué le plus à la hausse du PIB du tourisme. Le PIB du tourisme dans les industries non touristiques a augmenté de 1,5 %.

L'emploi généré par le tourisme a connu une hausse de 0,6 %, grâce aux fortes augmentations enregistrées dans le secteur du transport aérien (+3,7 %). Les services de voyages (+2,1 %) et les loisirs et divertissements (+1,0 %) ont aussi contribué à l'augmentation de l'emploi. Les emplois dans l'hébergement ont diminué de 0,2 %.

Année 2014

Les dépenses touristiques au Canada ont augmenté de 3,3 % en 2014, après avoir progressé de 1,1 % en 2013. Tant les dépenses des Canadiens au pays que les dépenses des visiteurs internationaux au Canada ont augmenté.

Les dépenses des Canadiens au pays ont connu une hausse de 3,3 %, du fait principalement d'une augmentation de 8,0 % au chapitre du transport aérien de passagers. Les dépenses en carburant pour véhicules (+5,3 %) et en services de restauration (+2,6 %) ont aussi contribué à l'augmentation globale. Les dépenses touristiques en biens et services non touristiques se sont accrues de 1,0 %, tandis que les dépenses précédant un voyage, comme l'achat de valises, ont diminué de 2,4 %.

Les dépenses des visiteurs internationaux au Canada ont connu une hausse de 2,9 %, les dépenses dans la plupart des catégories de biens et services touristiques ayant contribué à l'augmentation. Le transport aérien de passagers (+4,9 %), l'hébergement (+3,9 %) et les services de restauration (+4,3 %) ont contribué le plus à la hausse. Les dépenses en biens et services non touristiques ont connu une baisse de 1,5 %.

Le PIB du tourisme a augmenté de 2,6 %, après avoir crû de 1,2 % en 2013. En comparaison, le PIB national a progressé de 2,4 % en 2014.

Le transport (+5,3 %) a contribué le plus à la hausse annuelle du PIB du tourisme, de même que l'hébergement (+1,7 %) et les services de restauration (+2,6 %). Le PIB du tourisme dans les industries non touristiques a augmenté de 1,9 %.

L'emploi généré par le tourisme s'est accru de 1,4 %, après avoir augmenté de 1,5 % l'année précédente. Le nombre plus élevé d'emplois dans les services de restauration (+2,1 %) a contribué le plus à l'augmentation globale du nombre d'emplois. Le transport aérien (+2,2 %) et les loisirs et divertissements (+1,6 %) ont aussi connu des hausses, tandis que l'hébergement était inchangé.

Note aux lecteurs

Les taux de croissance des dépenses touristiques et du produit intérieur brut du tourisme sont exprimés en termes réels (c'est-à-dire ajustés en fonction des variations de prix) et sont désaisonnalisés, sauf indication contraire. Les données sur l'emploi sont également désaisonnalisées. Les variations en pourcentage connexes sont présentées aux taux trimestriels, sauf indication contraire.

Au moment de la diffusion des indicateurs nationaux du tourisme du quatrième trimestre de 2014, toutes les données du premier, deuxième et troisième trimestres de 2014 ont été révisées.

Les indicateurs nationaux du tourisme sont financés par la Commission canadienne du tourisme.

Tableau 1
Indicateurs nationaux du tourisme — Données désaisonnalisées

	Quatrième trimestre de 2013	Premier trimestre de 2014	Deuxième trimestre de 2014	Troisième trimestre de 2014	Quatrième trimestre de 2014	Troisième trimestre au quatrième trimestre de 2014
	millions de dollars aux prix de 2007					variation en %
Dépenses touristiques totales						
Demande touristique au Canada	19 111	19 281	19 509	19 710	19 855	0,7
Demande touristique des non-résidents	3 897	3 864	3 992	4 050	4 054	0,1
Demande touristique intérieure	15 214	15 417	15 517	15 660	15 801	0,9
Transport						
Demande touristique au Canada	7 545	7 707	7 811	7 971	8 063	1,2
Demande touristique des non-résidents	1 247	1 252	1 291	1 317	1 311	-0,5
Demande touristique intérieure	6 298	6 455	6 520	6 654	6 752	1,5
Hébergement						
Demande touristique au Canada	2 809	2 815	2 863	2 881	2 901	0,7
Demande touristique des non-résidents	938	933	966	983	984	0,1
Demande touristique intérieure	1 871	1 882	1 897	1 898	1 917	1,0
Restauration						
Demande touristique au Canada	2 654	2 662	2 726	2 747	2 749	0,1
Demande touristique des non-résidents	636	633	657	667	670	0,4
Demande touristique intérieure	2 018	2 029	2 069	2 080	2 079	-0,0
Autres biens et services touristiques						
Demande touristique au Canada	2 946	2 965	2 962	2 956	2 971	0,5
Demande touristique des non-résidents	449	443	453	455	457	0,4
Demande touristique intérieure	2 497	2 522	2 509	2 501	2 514	0,5
Autres biens et services						
Demande touristique au Canada	3 157	3 132	3 147	3 155	3 171	0,5
Demande touristique des non-résidents	627	603	625	628	632	0,6
Demande touristique intérieure	2 530	2 529	2 522	2 527	2 539	0,5

Source(s) : Tableau CANSIM [387-0001](#).

Données offertes dans CANSIM : tableaux [387-0001](#) à [387-0003](#), [387-0008](#), [387-0010](#) et [387-0011](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [1910](#).

Le module [Système des comptes macroéconomiques](#), accessible à partir du module *Parcourir par ressource clé* de notre site Web, comprend un portrait à jour des économies nationale et provinciales et de leur structure.

Les données du premier trimestre sur les indicateurs nationaux du tourisme seront diffusées le 26 juin.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Indice des prix des services de messageries et des services de messagers, février 2015

L'Indice des prix des services de messageries et des services de messagers (IPSMSM) a diminué de 1,5 % en février comparativement à janvier. La composante des messageries a baissé de 1,8 %, tandis que celle des services locaux de messagers et de livraison était inchangée.

D'une année à l'autre, l'IPSMSM a augmenté de 3,7 % en février.

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des services de messageries et des services de messagers est un indice mensuel des prix qui mesure l'évolution des prix des services de messageries et des services de messagers fournis par des entreprises de livraison sur de longues et de courtes distances à des clients d'affaires établis au Canada.

Les données sont disponibles à l'échelle du Canada seulement.

Les données du mois en cours et des six mois précédents des séries sont sujettes à révision. Les indices ne sont pas désaisonnalisés.

Données offertes dans CANSIM : tableau [329-0053](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [5064](#).

Les données de mars sur l'Indice des prix des services de messageries et des services de messagers seront diffusées le 30 avril.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Indice des prix des logiciels commerciaux, février 2015

L'Indice des prix des logiciels commerciaux (IPLC) a augmenté de 3,6 % en février par rapport au mois précédent.

D'une année à l'autre, l'IPLC s'est accru de 7,9 %.

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des logiciels commerciaux est une série mensuelle qui mesure l'évolution du prix d'achat des logiciels généralement achetés par les entreprises et les administrations publiques. À chaque diffusion, les données des six mois précédents pourraient avoir été révisées. L'indice n'est pas désaisonné.

Cet indice est offert à l'échelle du Canada seulement.

Données offertes dans CANSIM : tableau [331-0009](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [5068](#).

Les données de mars sur l'Indice des prix des logiciels commerciaux seront diffusées le 24 avril.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Indices des prix des ordinateurs et des périphériques, février 2015

En février, les prix des ordinateurs commerciaux ont augmenté de 0,8 % et les prix des ordinateurs vendus aux consommateurs se sont accrus de 0,4 % par rapport à janvier. En ce qui concerne les périphériques d'ordinateurs, les prix des moniteurs ont augmenté de 6,0 % et les prix des imprimantes ont progressé de 0,2 %.

D'une année à l'autre, les prix des ordinateurs commerciaux ont diminué de 0,1 % et les prix des ordinateurs vendus aux consommateurs ont diminué de 2,3 %. Les prix des moniteurs ont augmenté de 6,4 % et ceux des imprimantes ont progressé de 0,2 %.

Note aux lecteurs

Les indices des prix des ordinateurs et des périphériques sont des séries mensuelles qui mesurent les changements au fil du temps pour le prix des ordinateurs et des périphériques vendus au secteur de l'administration publique, aux entreprises et aux consommateurs. À chaque diffusion, les données des six mois précédents pourraient avoir été révisées. Les indices ne sont pas désaisonnalisés.

Ces indices sont offerts à l'échelle du Canada seulement.

Données offertes dans CANSIM : tableaux [331-0010](#) et [331-0011](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [5032](#).

Les données de mars sur les indices des prix des ordinateurs et des périphériques seront diffusées le 24 avril.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Statistiques de la volaille et des œufs, janvier 2015

En janvier, la production d'œufs a augmenté de 1,2 % par rapport au même mois de l'année précédente pour se chiffrer à 56,4 millions de douzaines.

Les placements de poussins des couvoirs sur les fermes se sont établis à 55,5 millions d'oiseaux en février, en hausse de 2,7 % par rapport au même mois un an plus tôt.

Les stocks de viande de volaille congelée conservés dans les entrepôts frigorifiques au 1^{er} mars se sont chiffrés à 56 243 tonnes métriques, en baisse de 3,3 % par rapport à la même date de l'année précédente.

Note aux lecteurs

Il est possible de consulter les statistiques de la volaille et des œufs pour le Canada et les provinces.

Les données de janvier sur la production de la volaille et d'œufs sont maintenant accessibles. Les données de février sur les placements de poussins de couvoirs et de dindonneaux sont maintenant accessibles. Les données de mars sur les stocks d'œufs et de viande de volaille congelés ainsi que des produits d'œuf en poudre comestibles sont également disponibles.

Ces données sont sujettes à révision.

Données offertes dans CANSIM : tableaux [003-0021](#) à [003-0024](#), [003-0038](#) et [003-0039](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéros d'enquête [3425](#) et [5039](#).

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Laine : utilisation et valeur à la ferme, 2013

En 2013, le volume de laine brute achetée directement de producteurs canadiens s'est établi à 1,2 million de kilogrammes, en hausse de 0,8 % par rapport à 2012. Le prix moyen versé aux producteurs canadiens pour la laine était de 1,24 \$ par kilogramme en 2013.

La valeur totale à la ferme était de 1,5 million de dollars, en hausse de 1,6 % par rapport à 2012.

Note aux lecteurs

Il est maintenant possible de connaître la quantité, le prix et la valeur à la ferme de la laine achetée ainsi que de la laine utilisée dans les fermes en 2013 au Canada et par province.

Données offertes dans CANSIM : tableau [003-0097](#).

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête [3435](#).

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (infostats@statcan.gc.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (ligneinfomedias@statcan.gc.ca).

Nouveaux produits et études

Il n'y a pas de nouveaux produits aujourd'hui.

Calendrier des communiqués : 30 mars au 2 avril 2015

(En raison de circonstances imprévisibles, les dates de parution peuvent être modifiées.)

Date de parution	Titre	Période de référence
30	Indices des prix des produits industriels et des matières brutes	Février 2015
30	Étude : Femmes au Canada: la population féminine	2014
31	Produit intérieur brut par industrie	Janvier 2015
31	Emploi, rémunération et heures de travail	Janvier 2015
31	Étude : Mobilité scolaire et résultats scolaires des élèves des Premières Nations vivant hors réserve	2012
31	Étude : Quels sont les facteurs qui expliquent les différences entre les résultats scolaires des élèves des écoles secondaires publiques et ceux des élèves des écoles secondaires privées?	
2	Commerce international de marchandises du Canada	Février 2015

Voir aussi le [calendrier de diffusion des principaux indicateurs économiques](#) pour le reste de l'année.



Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-X.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, 100 promenade Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet ou pour s'y abonner, visitez notre site Web à l'adresse : <http://www.statcan.gc.ca>.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2015. Tous droits réservés. L'utilisation de la présente publication est assujettie aux modalités de l'entente de [licence ouverte de Statistique Canada](#) :

<http://www.statcan.gc.ca/reference/copyright-droit-auteur-fra.htm>