



Centre de Recherches

LA TELEVISION ET LA CULTURE

PHASE II

Rapport final

P
91
C655
T68
1979
v.2

200, avenue de la Cathédrale, Saint-Boniface, Manitoba R2H 0H7

P
91
C655
T68
1979
v.2

Industry Canada
LIBRARY
JUL 23 1998
BIBLIOTHÈQUE
Industrie Canada

LA TELEVISION ET LA CULTURE

PHASE II

Rapport final

par : René Tounissoux
assisté de : Gérald Schaubroeck

Centre de recherches
du C.U.S.B.
30 avril 1979

~~COMMUNICATIONS CANADA
JUN 5 1979
LIBRARY - BIBLIOTHEQUE~~

P
91
C655
+68
1979
r.2

DD4493765
DL4493829

La Télévision et la culture - Phase II

Rapport soumis au Ministère des Communications Ottawa

Contrat no OSU78-00248 du Ministère des Approvisionnements et Services

Période du 1er novembre 1978 au 30 avril 1979

TABLE des MATIERES

	<u>Page</u>
<u>AVANT-PROPOS</u>	iv
1. <u>Schème théorique</u>	
1.1. Situation du problème	1
1.2. Objectif	4
1.3. Hypothèses	5
1.4. Plan du rapport	8
2. <u>Méthodologie</u>	
2.1. L'analyse secondaire	9
2.2. Choix des émissions	11
2.3. Choix des auditeurs	13
2.4. Hypothèses opérationnelles	15
2.5. Définition des variables	18
2.6. Echantillon	20
3. <u>Résultats</u>	
3.1. Méthode d'analyse	23
3.2. Limites de l'analyse	24
3.3. Analyse	28

	<u>Page</u>
3.3.1. L'auditoire canadien	28
3.3.1.1. Vérification de l'hypothèse générale	29
3.3.1.2. Ecoute canadienne et américaine	38
3.3.1.3. En résumé	44
3.3.2. L'auditoire francophone	49
3.3.2.1. Vérification de l'hypothèse no 1	50
3.3.2.2. Ecoute canadienne et américaine	55
3.3.2.3. En résumé	59
3.3.3 L'auditoire anglophone	61
3.3.3.1. Vérification de l'hypothèse no 2	62
3.3.3.2. Ecoute canadienne et américaine	66
3.3.3.3. En résumé	71
3.3.4. L'auditoire francophone unilingue	73
3.3.4.1. Vérification de l'hypothèse no 3	74
3.3.4.2. Ecoute canadienne et américaine	79
3.3.4.3. En résumé	83
3.3.5. L'auditoire francophone bilingue	85
3.3.5.1. Vérification de l'hypothèse no 4	86
3.3.5.2. Ecoute canadienne et américaine	90
3.3.5.3. En résumé	95
3.3.6. L'auditoire anglophone unilingue	97
3.3.6.1. Vérification de l'hypothèse no 5	98
3.3.6.2. Ecoute canadienne et américaine	102
3.3.6.3. En résumé	107
3.3.7 L'auditoire anglophone bilingue	109
3.3.7.1. Vérification de l'hypothèse no 6	110
3.3.7.2. Ecoute canadienne et américaine	113
3.3.7.3. En résumé	114

4. Synthèse

4.1. Vérification de l'hypothèse	
4.1.1. Selon la région et le type linguistique	115
4.1.2. Selon les données socio-démographiques	116
4.2. Ecoute canadienne et américaine	
4.2.1. Selon la région et le type linguistique	118
4.2.2. Selon les variables socio-démographiques	119

	<u>Page</u>
5. <u>Conclusions</u>	123
Appendice A	
Vérification de l'hypothèse	128
Liste des tableaux	129
Appendice B	
Ecoute canadienne et américaine	136
Liste des tableaux	137

AVANT-PROPOS

Cette étude et ses conclusions sont basées sur une analyse secondaire des données recueillies, entre le 6 et le 26 novembre 1978, par le "B.B.M. Bureau of Measurement" auprès d'un échantillon représentatif de quatre auditoires canadiens d'émissions télévisées.

Il s'agit des auditoires de "Grand-papa", de "La femme bionique", de "The Beachcombers" et de "Three's Company". Cette analyse porte donc sur deux émissions télévisées canadiennes et sur deux émissions télévisées américaines, sur deux émissions diffusées en langue française et deux émissions diffusées en langue anglaise; elle porte aussi sur deux émissions diffusées en semaine et deux émissions diffusées en fin de semaine; elle porte finalement sur quatre émissions diffusées, entre 19 et 21 heures, dans l'ensemble du pays et ayant chacune plus d'un million d'auditeurs et ensemble près de neuf millions d'auditeurs.

Les résultats et les conclusions que nous en tirons peuvent être appliqués à l'ensemble de l'auditoire canadien pour ce qui est des deux principales dimensions de l'étude, à savoir, l'auditoire francophone et anglophone, et l'écoute canadienne et américaine. L'auditoire à l'étude est selon ces deux dimensions représentatif de l'auditoire canadien. Nous n'avons cependant aucune donnée permettant d'estimer la représentativité de l'auditoire à l'étude quant aux autres variables (bilinguisme, âge, sexe, etc.); nous devons donc considérer, ces résultats et ces conclusions comme étant applicables aux émissions à l'étude.

1. Schème théorique

1.1. Situation du problème

Etant donnée la proximité géographique des deux pays et le développement de la câblodistribution, les producteurs canadiens et américains d'émissions télévisées sont en concurrence sur le marché canadien.

Les canadiens passent plus de 500 millions d'heures par semaine à regarder la télévision, soit une moyenne quotidienne de près de quatre heures par personne¹. Entre 1969 et 1976², C.B.C., le réseau national anglais et ses postes affiliés ont perdu 12.7% de l'écoute totale alors que Radio-Canada, le réseau national français et ses postes affiliés en ont perdu 2.5%³ et le réseau TVA 1.7%.

Durant cette même période, le réseau CTV et les postes indépendants ont augmenté leur écoute totale de 11.9% alors que les postes américains l'ont améliorée de 4.1% passant de 17.9% à 22.0% de l'écoute totale.

Sans tenir compte des programmes américains retransmis par les

¹ TV in Canada: What Canadians choose to watch, C.R.T.C., 1977.

² B.B.M. Television and Radio Data, 1977.

³ Notons que cette perte est principalement due aux postes affiliés et non aux réseaux centraux. En fait, Radio-Canada a augmenté sa part des heures d'écoute de 0.3% alors que les postes affiliés accusaient une perte de 2.8%.

postes canadiens, l'augmentation de l'écoute des postes américains continuant à ce rythme, plus du tiers de l'écoute sera accaparée par les réseaux américains, avant l'an 2,000.

Les statistiques identifiant l'écoute canadienne seule sont encore plus inquiétantes: les téléspectateurs canadiens de langue anglaise n'ont consacré que 26% de leurs heures d'écoute à regarder des émissions canadiennes, alors que les téléspectateurs canadiens de langue française ont passé 58% de leur temps d'écoute à regarder des émissions canadiennes¹.

Toutes les lois du CRTC touchant l'ensemble du système de la radio-diffusion canadienne ne permettront pas aux canadiens d'avoir une télévision reflétant la réalité, la culture canadiennes, à moins que la réalité, l'identité canadiennes ne deviennent de plus en plus américaines. C'est le risque que nous courons si, comme l'affirment Urho Kekkonen, président de la Finlande², et Herbert Schiller³, l'importation d'émissions télévisées étrangères s'accompagne d'une importation de la culture étrangère.

Il apparaît alors urgent de contrer l'envahissement américain,

¹ Radio-Canada: Vue d'ensemble, mémoire au C.R.T.C., vol. 1, chap. 2, p. 35.

² Proceedings of the Symposium on the International Flow of Television Programs, University of Tampere, Tampere, Finland, May 21-23, 1973.

³ Herbert I. Schiller, "Freedom from the 'Free Flow'", Journal of Communication, 24:110-117 (Summer 1974).

de concurrencer plus efficacement les productions américaines. La stratégie la plus simple consisterait à favoriser une plus grande diffusion des productions canadiennes en versions originales ou en traductions.

Et en fin de compte, c'est l'auditeur, le canadien qui librement choisit de regarder la télévision canadienne ou américaine, qui librement choisit d'écouter une émission en français ou en anglais. A ce niveau, il ne peut y avoir ni loi ni contrainte.

La stratégie proposée sera donc efficace à la condition que le téléspectateur canadien soit plus attiré par une production issue de sa propre culture, en version originale ou traduite, en français ou en anglais, que par une production étrangère, plus spécifiquement par une production américaine, qu'elle soit traduite ou non.

1.2. Objectif

L'objectif de notre étude est de mesurer l'attrait relatif des émissions canadiennes et américaines, diffusées dans l'ensemble du pays en français et en anglais. Cette mesure vise à estimer les possibilités d'échange d'émissions entre les diffuseurs canadiens de langue française et de langue anglaise.

1.3. Hypothèses

Notre hypothèse générale veut que les canadiens préfèrent les émissions télévisées canadiennes. Compte tenu de la majorité anglophone du pays, nous pouvons poser que les émissions anglaises auront un auditoire plus grand que celui des émissions françaises; l'hypothèse générale prendra alors la forme suivante:

Hypothèse générale: le Canadien préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions canadiennes-françaises, et préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-anglaises, et préfère les émissions américaines-anglaises aux émissions américaines-françaises.

Tenant compte de l'influence de la langue maternelle, nous pouvons poser deux hypothèses plus spécifiques:

Hypothèse 1: le canadien-français préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-françaises, et préfère les émissions américaines-françaises aux émissions canadiennes-anglaises, et préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions américaines-anglaises.

Hypothèse 2: le canadien-anglais préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions américaines-anglaises, et préfère les émissions américaines-anglaises aux émissions canadiennes-françaises, et préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-françaises.

Il ne reste maintenant qu'à distinguer le canadien bilingue du canadien unilingue.

S'il n'y a pas de barrière de langue, si le canadien est bilingue, il préférera l'émission canadienne à l'émission américaine et, par la suite, à un second degré, il choisira l'émission transmise dans sa langue maternelle avant celle qui est transmise dans sa langue seconde.

Si, au contraire, le canadien est unilingue, il préférera l'émission transmise dans sa langue maternelle et, à un second degré, il choisira l'émission canadienne plutôt que l'émission américaine.

Nous pouvons donc poser les quatre hypothèses suivantes:

Hypothèse 3: le canadien-français unilingue préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-françaises, et préfère les émissions américaines-françaises aux émissions canadiennes-anglaises, et les émissions canadiennes-anglaises aux émissions américaines-anglaises.

Hypothèse 4: le canadien-français bilingue préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions canadiennes-anglaises, et préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions américaines-françaises, et les émissions américaines-françaises aux émissions américaines-anglaises.

Hypothèse 5: le canadien-anglais unilingue préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions américaines-anglaises, et préfère les émissions américaines-anglaises aux émissions canadiennes-françaises, et les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-françaises.

Hypothèse 6: le canadien-anglais bilingue préfère les émissions canadiennes-anglaises aux émissions canadiennes-françaises, et préfère les émissions canadiennes-françaises aux émissions américaines-anglaises, et les émissions américaines-anglaises aux émissions américaines-françaises.

1.4. Plan du rapport

La problématique que nous venons d'esquisser sera abordée à l'aide d'une analyse secondaire. La méthodologie et les résultats de cette analyse secondaire seront présentés en détail dans les deux prochaines sections de ce rapport.

La section (2) méthodologique identifiera d'abord les avantages et les limites de l'analyse secondaire; elle donnera ensuite la définition des émissions, et des auditeurs à l'étude; l'opérationnalisation des hypothèses, la définition des variables et la description de l'échantillon étudié termineront cette section.

La section des résultats (3) expliquera d'abord la méthode d'analyse utilisée, identifiera les limites de cette analyse, pour ensuite vérifier les hypothèses et décrire les auditeurs.

Ces résultats détaillés seront synthétisés (section 4) avant que nous posions nos conclusions (section 5).

2. Méthodologie

2.1. L'analyse secondaire

Cette étude est une analyse secondaire effectuée sur la base des données recueillies lors des sondages réguliers du "B.B.M. Bureau of Measurement".

Ses limites essentielles sont donc relatives, d'une part, aux limites imposées par le type d'analyse utilisé, d'autre part, à la qualité (validité et fidélité) des données mises à l'analyse et finalement aux choix opérationnels que nous avons effectués.

L'analyse secondaire a pour principal avantage d'éliminer les coûts de cueillette des données. En contrepartie elle enlève à l'analyste toute liberté face aux données. Ce problème est particulièrement important quand un sujet d'étude et des données définies sont imposées au chercheur. Dans le cas de cette étude, nous avons à résoudre une problématique complexe et nous devons tenter de la résoudre à l'aide de données très peu subtiles, à savoir, les cotes d'écoute et quelques variables socio-démographiques. L'objectif apparaît fort ambitieux face à la simplicité du matériel disponible.

Pour ce qui est de la qualité des données recueillies par le "B.B.M. Bureau of Measurement", notons au départ qu'elles proviennent de

14,486 informateurs canadiens ayant écouté une des émissions à l'étude.

Cette grande taille d'échantillonnage combinée à une pondération appliquée à chacun des cahiers d'écoute réduit probablement une large part du biais de la non-réponse généralement élevée (50%) du sondage postal utilisé par le "B.B.M."

Malgré l'ampleur de ces pondérations, certains cahiers d'écoute ayant dix fois le poids de certains autres, les données de "B.B.M." apparaissent avoir, compte tenu de ce que nous connaissons de l'auditoire canadien, une validité pragmatique satisfaisante.

2.2. Choix des émissions

Notre première décision opérationnelle importante a été d'utiliser les données du sondage le plus récent de "B.B.M.", il s'agit du sondage de l'automne 1978, couvrant les trois semaines du 6 au 26 novembre 1978.

Notre seconde décision opérationnelle importante a été, après un pré-test (voir phase I, page 15), d'utiliser des données au niveau d'émissions spécifiques plutôt qu'à celui des réseaux qui permettent plus difficilement de distinguer l'écoute canadienne de l'écoute américaine.

Les émissions de divertissement représentant la majeure partie de l'écoute des canadiens, une troisième décision opérationnelle a été d'étudier les émissions de divertissement les plus populaires de la programmation régulière.

Une quatrième décision opérationnelle importante a été de sélectionner quatre émissions spécifiques, à savoir deux émissions canadiennes et deux émissions américaines, deux émissions de langue française et deux émissions de langue anglaise.

Il s'agit de l'émission canadienne-française "Grand-papa", diffusée le mardi à 20 heures, de l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers", diffusée le dimanche à 19 heures, de l'émission

américaine-française "La femme bionique", diffusée le samedi à 19 heures, et de l'émission américaine-anglaise "Three's Company", diffusée le mardi à 21 heures.

Nous avons donc à l'étude deux émissions canadiennes, dont une émission de langue française diffusée en semaine et une émission de langue anglaise diffusée en fin de semaine. Nous avons aussi deux émissions américaines, dont une de langue française diffusée en fin de semaine et une de langue anglaise diffusée en semaine.

Il aurait été fort utile d'avoir deux émissions supplémentaires, à savoir une production canadienne-française traduite en anglais et vice-versa. Malheureusement, aucune émission de ce type n'a été diffusée durant la période de l'étude.

2.3. Choix des auditeurs

Une quatrième décision était d'étudier l'ensemble de la population francophone et anglophone ayant écouté ou non chacune des quatre émissions (voir rapport de la phase I, page 17). Le mode de programmation de "B.B.M." ne pouvant nous fournir ces données, nous avons dû nous contenter d'étudier l'ensemble de la population francophone et anglophone ayant écouté au moins une des quatre émissions sélectionnées.

Nous ne pouvions donc pas avoir à l'analyse une population connue répartie en catégories d'auditeurs exclusives et exhaustives, à savoir, la population canadienne francophone et anglophone, âgée de 2 ans et plus.

Remarquons que ces données nous auraient permis de vérifier la validité de l'échantillon de "B.B.M." en les comparant aux données de Statistique Canada.

Nous avons dû nous contenter d'analyser une population inconnue (l'auditoire francophone et anglophone de quatre émissions spécifiques) répartie en catégories d'auditeurs non exclusives, quant aux émissions regardées, et non exhaustives, quant à l'ensemble des canadiens francophones et anglophones.

Nous avons cependant quatre catégories exhaustives et

mutuellement exclusives d'auditeurs, en fonction du groupe linguistique.

Il s'agit du francophone, défini en fonction de la langue maternelle, unilingue et bilingue, défini en fonction de la capacité ou non de participer à une conversation dans "l'autre langue officielle", et de l'anglophone unilingue ou bilingue, défini en fonction des mêmes données.

2.4. Hypothèses opérationnelles

Parmi les données mises en banque par "B.B.M.", la taille de l'auditoire est le seul indicateur nous permettant d'identifier la préférence d'une émission.

Nous devons donc opérationnaliser nos hypothèses de la façon suivante:

Hypothèse générale: La taille de l'auditoire canadien de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Enoncé opérationnel

BEA.C. > GRA.P. > THR.C. > FEM.B.

Hypothèse 1: La taille de l'auditoire canadien-français de l'émission "Grand-papa" sera plus grande que celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beachcombers", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Enoncé opérationnel

GRA.P. > FEM.B. > BEA.C. > THR.C.

Hypothèse 2: La taille de l'auditoire canadien-anglais de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Enoncé opérationnel

BEA.C. > THR.C. > GRA.P. > FEM.P.

Hypothèse 3: La taille de l'auditoire francophone unilingue de l'émission "Grand-papa" sera plus grande que celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beachcombers", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Enoncé opérationnel:

GRA.P. > FEM.B. > BEA.C. > THR.C.

Hypothèse 4: La taille de l'auditoire francophone bilingue de l'émission "Grand-papa" sera plus grande que celle de l'émission "The Beachcombers" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Enoncé opérationnel

GRA.P. > BEA.C. > FEM.B. > THR.C.

Hypothèse 5: La taille de l'auditoire anglophone unilingue de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui aura, à son tour, une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Enoncé opérationnel:

BEA.C. > THR.C. > GRA.P. > FEM.B.

Hypothèse 6: La taille de l'auditoire anglophone bilingue de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui aura, à son tour, une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Enoncé opérationnel

BEA.C. > GRA.P. > THR.C. > FEM.B.

2.5. Définition des variables

Pour ce qui est des variables socio-démographiques à l'étude, il s'agit du sexe et de l'âge de l'informateur, de son activité principale et de son occupation, de la taille du foyer, de la présence d'enfants de moins de 12 ans dans le ménage, du statut familial et du quintile d'écoute auquel il appartient.

Le quintile d'écoute divise l'ensemble des auditeurs en cinq groupes de tailles égales. Dans ce rapport, nous appelons le consommateur de premier quintile, le consommateur minimum, celui du second, le petit consommateur, celui du troisième, le consommateur moyen, celui du quatrième, le grand consommateur et celui du cinquième quintile, le consommateur maximum.

Les variables "langue officielle" et "langue maternelle" sont utilisées pour créer la typologie linguistique des auditeurs.

La page suivante donne la liste complète des variables à l'étude et de leurs composantes.

Variables socio-démographiques

SEXE	- Masculin Féminin	OCCUPATION	- Administrateur/gérant Professionnel Employé(e) de bureau Vendeur/vendeuse Fermier, pêcheur Contremaître, ouvrier Autre N/A
AGE	- 2 - 6 7 - 11 12 - 17 18 - 24 25 - 34 35 - 49 50 - 54 55 - 64 65 et plus	TAILLE DU FOYER	- 1 personne 2 personnes 3 personnes 4 personnes 5 personnes 6 personnes 7 personnes 8 personnes 9 et plus
LANGUE OFFICIELLE	- Anglais Français Les deux		
LANGUE MATERNELLE	- Anglais Français		
SCOLARITE	- Aucune Primaire Secondaire (en partie) Secondaire (complet) Collège/école tech. Université (en partie) Université (complet)	ENFANT DE MOINS DE DOUZE ANS	- oui non
HEURES DE TRAVAIL RENUMERE	- Aucune 1 - 19 20 et plus	STATUT FAMILIAL	- Chef de famille Maîtresse du foyer Autre personne du foyer
NE TRAVAILLE PAS	- Etudiant Retraité Tient maison N/A	QUINTILES D'ECOUTE	- Quintile 1 Quintile 2 Quintile 3 Quintile 4 Quintile 5

2.6. Echantillonnage

Le tableau suivant indique la répartition des 14,486 cahiers d'écoute selon le type linguistique et la région.

TABLEAU A

Répartition des cahiers d'écoute selon le type linguistique et la région, en fréquence et en pourcentage

Type linguistique	Région									
	Atlantique		Québec		Ontario		Ouest		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Francophone										
unilingue	137	(35.9)	5,058	(78.2)	69	(20.4)	8	(6.3)	5,272	(72.0)
bilingue	245	(64.1)	1,412	(21.8)	269	(79.6)	120	(93.7)	2,046	(28.0)
Sous-total	382	(5.2)	6,470	(88.4)	338	(4.6)	128	(1.7)	7,318	(50.5)
Anglophone										
unilingue	1,391	(93.7)	114	(45.1)	2,077	(93.3)	3,097	(96.6)	6,679	(93.2)
bilingue	94	(6.3)	139	(54.9)	148	(6.7)	108	(3.4)	489	(6.8)
Sous-total	1,485	(20.7)	253	(3.5)	2,225	(31.0)	3,205	(44.7)	7,168	(49.5)
Total	1,862	(12.9)	6,723	(46.4)	2,563	(17.7)	3,333	(23.0)	14,486	(100)

Les tableaux B et C indiquent la répartition de l'auditoire et de la population sur les mêmes variables.

TABLEAU B

Répartition de l'auditoire selon le type linguistique et la région en fréquence ('000) et en pourcentage.

Type linguistique	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Total
Francophone					
unilingue	61.9 (30.5)	2,937.5 (73.1)	43.7 (24.5)	8.3 (11.8)	3,052.2 (68.3)
bilingue	141.2 (69.5)	1,079.0 (26.9)	134.6 (75.5)	61.9 (88.2)	1,419.1 (31.7)
Sous-total	203.1 (4.5)	4,016.5 (89.8)	178.3 (4.0)	70.2 (1.6)	4,471.3 (50.5)
Anglophone					
unilingue	804.1 (93.8)	136.2 (51.3)	1,485.3 (93.0)	1,627.6 (96.9)	4,053.3 (92.4)
bilingue	53.1 (6.2)	129.1 (48.7)	96.9 (6.1)	51.8 (3.1)	331.4 (7.6)
Sous-total	857.2 (19.5)	265.3 (6.1)	1,582.2 (36.1)	1,679.4 (38.3)	4,384.7 (49.5)
Total	1,060.3 (12.0)	4,281.8 (48.3)	1,760.5 (19.9)	1,749.6 (19.8)	8,856.0 (100)

TABLEAU C

Répartition de la population selon le type linguistique et la région en fréquence ('000) et en pourcentage.¹

Type linguistique	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Total
Francophone					
unilingue	106.2 (40.0)	3,615.8 (74.3)	88.5 (18.3)	11.0 (6.2)	3,821.5 (66.0)
bilingue	159.1 (60.0)	1,250.6 (25.7)	393.9 (81.7)	166.1 (93.8)	1,969.7 (34.0)
Sous-total	265.3 (4.6)	4,866.4 (84.0)	482.4 (8.3)	177.1 (3.1)	5,791.2 (30.9)
Anglophone					
unilingue	1,715.6 (97.4)	499.1 (63.3)	5,708.5 (95.7)	4,303.1 (97.4)	12,226.3 (94.5)
bilingue	46.4 (2.6)	289.7 (36.7)	259.2 (4.3)	114.1 (2.6)	709.4 (5.5)
Sous-total	1,762.0 (13.6)	788.8 (6.1)	5,967.7 (46.1)	4,417.2 (34.1)	12,935.7 (69.1)
Total	2,027.3 (10.8)	5,655.2 (30.2)	6,450.1 (34.5)	4,594.3 (24.5)	18,726.9 (100.0)

¹ Statistique Canada, Catalogue 92-776 (SP-6) Août 1975.

La comparaison des tableaux A et B montre que les pondérations appliquées aux cahiers d'écoute ne modifient pas de façon importante la répartition de l'auditoire.

La comparaison des tableaux B et C indique que l'auditoire à l'étude comprend plus de francophones et de québécois qu'il n'y en a dans la population totale. A l'opposé, les auditeurs de l'Ontario et de l'Ouest sont sous-représentés. Notons aussi une légère sur-représentation des anglophones bilingues et une légère sous-représentation des francophones bilingues.

3. Résultats

3.1. Méthode d'analyse

Nous effectuerons d'abord la vérification de l'hypothèse générale relative à l'ensemble de l'auditoire des quatre émissions à l'étude. Nous ferons ensuite l'analyse comparative de l'auditoire des deux émissions canadiennes et de l'auditoire des deux émissions américaines, pour finalement résumer ces résultats.

Le même modèle d'analyse (vérification de l'hypothèse, comparaison canadienne et américaine et résumé) sera repris pour l'auditoire francophone puis pour l'auditoire anglophone, ensuite pour les auditoires francophones unilingues et bilingues et finalement pour les auditoires anglophones unilingues et bilingues.

Dans l'ensemble de cette analyse, nous tiendrons compte des données basées sur 75 cahiers d'écoute ou plus et nous éliminerons les autres; 75 cahiers d'écoute est la taille d'échantillonnage minimum jugée acceptable par "B.B.M.". D'autre part, une taille d'auditoire sera jugée significativement différente d'une autre si elle compte 4% ou 22,500 auditeurs de plus ou de moins. Cette marge d'erreur de 4% est généralement acceptée pour ce type de données alors que la marge de 22,500 auditeurs est le produit du nombre minimum acceptable de cahiers d'écoute (75) multiplié par le minimum d'auditeurs (environ 300) que peut représenter chacun de ces cahiers d'écoute.

3.2. Limites de l'analyse

Voyons avant de passer à l'analyse quelles limites lui sont imposées par la taille d'échantillonnage.

Les deux tableaux suivants indiquent le nombre de cahiers d'écoute relatifs aux deux émissions de langue française, selon le type linguistique et la région.

TABLEAU D

Répartition des cahiers d'écoute relatifs à l'émission "Grand-papa", selon la région et le type linguistique

Type linguistique	Région				Total
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	
Francophone					
unilingue	79	3185	31	2 *	3297
bilingue	74	757	49	8	888
Sous-total	153	3942	80	10	4185
Anglophone					
unilingue	1	2	0	2	5
bilingue	2	18	2	0	22
Sous-total	3	20	2	2	27
Total	156	3962	82	12	4212

* moins de 75 cahiers d'écoute

TABLEAU E

Répartition des cahiers d'écoute relatifs à l'émission "La femme bionique",
selon la région et le type linguistique

Type linguistique	Région				Total
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	
Francophone					
unilingue	49	1817	20	1*	1887
bilingue	31	424	30	1	486
Sous-total	80	2241	50	2	2373
Anglophone					
unilingue	0	1	2	0	3
bilingue	2	21	0	0	23
Sous-total	2	22	2	0	26
Total	82	2263	52	2	2399

* Moins de 75 cahiers d'écoute

Ces deux tableaux nous forcent dès le départ à limiter l'étendue de notre analyse. Près de 95% de l'auditoire des 2 émissions de langue française réside au Québec alors que seulement 53 cahiers d'écoute ont été complétés par des anglophones. Nous devons considérer l'auditoire anglophone des émissions de langue française comme étant négligeable.

Nous devons aussi considérer l'auditoire francophone de l'Ouest comme étant négligeable (12 dossiers) alors que l'analyse des auditoires de l'Ontario et de l'Atlantique devra se faire avec prudence, le nombre de cahiers d'écoute d'émissions de langue française étant très limité (130 pour l'Ontario et 233 pour l'Atlantique).

L'analyse des émissions de langue française portera donc essentiellement sur les francophones et sur les québécois.

Les deux tableaux suivants indiquent le nombre de cahiers d'écoute relatifs aux deux émissions de langue anglaise, selon le type linguistique et la région.

TABLEAU F

Répartition des cahiers d'écoute relatifs à l'émission "The Beachcombers", selon la région et le type linguistique

Type linguistique	Région				Total
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	
Francophone					
unilingue	3	3	1	3	10 *
bilingue	23	9	14	17	63
Sous-total	26	12	15	20	73
Anglophone					
unilingue	228	16	223	490	957
bilingue	17	9	7	11	44
Sous-total	245	25	230	501	1001
Total	271	37	245	521	1074

* Moins de 75 cahiers d'écoute

TABLEAU G

Répartition des cahiers d'écoute relatifs à l'émission "Three's Company",
selon la région et le type linguistique

Type linguistique	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Total
Francophone					
unilingue	6	53	17	2 *	78
bilingue	117	222	176	94	609
Sous-total	118	275	193	96	687
Anglophone					
unilingue	1162	95	1852	2605	5714
bilingue	73	91	139	97	400
Sous-total	1235	186	1991	2702	6114
Total	1353	461	2184	2798	6801

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

Les limites de l'analyse des émissions de langue anglaise sont plus complexes. Le nombre de cahiers d'écoute complétés par des francophones ayant écouté l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers" est trop petit (73) pour permettre l'analyse; il en est de même pour les anglophones bilingues et les anglophones du Québec.

Le nombre de cahiers d'écoute complétés par des canadiens ayant écouté l'émission américaine-anglaise est largement plus élevé; il élimine cependant de l'analyse les anglophones bilingues de l'Atlantique et les francophones unilingues de toutes les régions.

3.3. Analyse

3.3.1. L'auditoire canadien

L'auditoire hebdomadaire moyen des quatre émissions à l'étude regroupe près de neuf (9) millions de canadiens. Notons dès le départ que cet auditoire compte pratiquement autant de francophones (50.5%) que d'anglophones (49.5%), mais moins d'auditeurs d'émissions canadiennes (42.2%) que d'auditeurs d'émissions américaines (57.8%). Cette répartition, due principalement à la plus grande consommation d'émissions télévisées des francophones, nous permettra une analyse de même niveau de ces deux principales variables de notre étude, à savoir, la langue maternelle de l'auditeur et l'origine de l'émission.

Notons aussi que 48.3% de l'auditoire est québécois, 20.0% ontarien alors que 19.7% réside dans l'ouest du pays et 12.0% dans la région de l'Atlantique. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour tenir compte de l'auditoire de "Grand-papa" dans l'Ouest, de "The Beachcombers" au Québec et de "La femme bionique" en Ontario et dans l'Ouest. Le nombre de cahiers d'écoute est cependant suffisant pour vérifier notre hypothèse et comparer l'écoute canadienne et américaine de chacune des régions.

TABLEAU 1

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs canadiens selon l'émission,
et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa	156	3962	82	12 *	4212
The Beachcombers	271	37	245	521	1074
	427	3999	327	533	5286
<u>Américaine</u>					
La femme bionique	82	2263	52	2	2399
Three's Company	1353	461	2184	2798	6801
	1435	2724	2236	2800	9200
Total	1862	6723	2563	3333	14486

* Moins de 75 cahiers d'écoute

3.3.1.1. Vérification de l'hypothèse générale

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires canadiens des quatre émissions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires, pour chacune des régions.

TABLEAU 2

Ordre hypothétique et réel des auditoires canadiens ('00)
selon la région

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	BEA.C.	GRA.P.	THR.C.	FEM.B.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	THR.C.	GRA.P.	FEM.B.	BEA.C.
88,560 (100.0)	32,968 (37.2)	22,213 (25.1)	18,251 (20.6)	15,128 (17.1)
Atlantique :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
10,603 (12.0)	5,597 (52.8)	3,934 (37.1)	621 (5.9)	451 (4.3)
Québec :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
42,818 (48.4)	21,045 (49.1)	17,481 (40.8)	3,370 (7.9)	922 (2.2)*
Ontario :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
17,605 (19.9)	12,743 (72.4)	4,128 (23.4)	451 (2.6)	283 (1.6)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
17,496 (19.7)	11,258 (64.3)	6,141 (35.1)	61 (0.3)	36 (0.2)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

Notre hypothèse générale, relative à l'auditoire canadien total affirme que la taille de l'auditoire canadien de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

L'hypothèse est vérifiée au niveau national pour une émission seulement, "Grand-papa" prenant, tel que prévu, le second rang, avec 25.1% de l'auditoire canadien total. L'hypothèse est infirmée dans les trois autres cas; l'émission américaine "Three's Company" prend la première place, avec 37.2% de l'auditoire total, alors que l'émission canadienne "The Beachcombers", qui devait par hypothèse, occuper cette première place, est, en réalité, l'émission qui a la plus petite cote d'écoute (17.1%). "La femme bionique" prend la troisième place avec 20.6% de l'auditoire total.

3.3.1.1.1. Selon la région

"Three's company" conserve la première place dans les trois régions à majorité anglophone, suivi de "The Beachcombers", qui gagne ainsi deux rangs, par rapport à sa position nationale. "Grand-papa" passe alors en troisième place et "La femme bionique" reste en dernière place, la seule qui se conforme à l'hypothèse.

Pour ce qui est de la région du Québec, nous devons, compte tenu de la répartition linguistique de sa population, modifier l'énoncé opérationnel de l'hypothèse: l'émission "Grand-papa" devrait avoir un auditoire plus large que l'émission "The Beachcombers", alors que l'émission "La femme bionique" devrait avoir un auditoire plus large que l'émission "Three's Company". Il en résulte une confirmation de l'hypothèse pour l'émission "Grand-papa", mais une infirmation de l'hypothèse pour les trois autres émissions.

L'hypothèse est donc vérifiée au Québec et dans l'ensemble du pays pour une émission, à savoir, "Grand-papa" qui prend le premier rang au Québec et le second dans l'ensemble du pays. Elle est aussi vérifiée, pour une seule émission, dans les trois régions à majorité anglophone où "La femme bionique" est la moins écoutée des quatre émissions.

A l'opposé, l'hypothèse est infirmée par la nette prépondérance, dans l'ensemble du pays et chacune des régions hors Québec, de l'émission américaine-anglaise "Three's Company" sur l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers".

3.3.1.1.2. Selon le sexe¹

Les résultats selon le sexe sont identiques aux

¹ Voir appendice A, tableaux nos 1 à 5, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

résultats nationaux à deux exceptions près: les hommes du Québec et de l'ensemble du pays ont une tendance, quoique très faible, à écouter l'émission "La femme bionique" en plus grand nombre qu'ils n'écoutent l'émission "Grand-papa".

L'émission "Grand-papa" passe au second rang chez les hommes du Québec, et au troisième rang pour l'ensemble des canadiens alors qu'elle occupait le premier rang au Québec et le second rang dans l'ensemble du pays.

3.3.1.1.3. Selon l'âge

L'ordre d'écoute des quatre émissions est le même qu'au niveau national pour les canadiens âgés de 18 à 54 ans.

L'émission "The Beachcombers" confirme notre hypothèse en prenant la première place chez les canadiens âgés de 2 à 6 ans. Cependant, "La femme bionique" remplace "Grand-papa" en deuxième place, pour ce même groupe d'âge.

"The Beachcombers" prend la première place grâce aux jeunes de 2 à 6 ans de l'Ontario et de l'Ouest, et à ceux de 2 à 11 ans de la région de l'Atlantique, alors qu'il reste en dernière position au Québec. D'autre part, ce sont exclusivement les jeunes québécois âgés de 2 à 17 ans qui donnent à "La femme bionique" un deuxième rang, chez les 2 à 6 ans et les 12 à 17 ans, et même une

première place chez les jeunes de 7 à 11 ans au niveau de l'ensemble du pays.

L'émission "The Beachcombers" augmente de popularité chez les canadiens âgés de 55 ans et plus des trois régions à majorité anglophone; cette augmentation accompagnée d'une baisse de popularité de "La femme bionique" chez les 55 ans et plus du Québec, fait remonter "The Beachcombers" en troisième position.

3.3.1.1.4. Selon la scolarité

Les variations de l'ordre d'écoute selon la scolarité se font surtout sentir chez les canadiens n'ayant aucune scolarité.

Chez les non scolarisés, "La femme bionique" prend la première place alors que "The Beachcombers" prend la seconde place, au niveau national. Cette remontée de "La femme bionique" est principalement imputable aux non scolarisés du Québec, alors que celle de "The Beachcombers" est due aux non scolarisés des trois autres régions qui confirment notre hypothèse (premier rang) face à cette émission.

Notons que ces variations sont fortement reliées à l'âge des auditeurs non scolarisés. De fait "The Beachcombers" obtient la première place chez les résidents de l'Atlantique n'ayant aucune scolarité ou une scolarité élémentaire, et chez les jeunes de 2 à 11

ans de la même région.

Nous n'observons pas d'autres variations significatives jusqu'au niveau du début de la scolarité universitaire. A ce niveau et au niveau universitaire complété, l'émission "The Beachcombers" passe, encore une fois, de la quatrième à la deuxième position, grâce à sa popularité chez les résidants de l'Atlantique ayant un début de cours universitaire, à la hausse de l'écoute des émissions de langue anglaise au Québec et à la baisse de l'écoute des émissions de langue française chez les plus scolarisés de toutes les régions.

Notons pour terminer, que les résidants de l'Atlantique, ayant un début de scolarité universitaire, confirment l'hypothèse d'une première place pour l'émission "The Beachcombers".

3.3.1.1.5. Selon l'activité et l'occupation

L'ordre des quatre émissions est le même, pour chacune des régions, chez les canadiens qui travaillent à temps partiel ou à temps plein, quelle que soit leur occupation.

Cette variable n'a d'effet qu'au niveau national: "The Beachcombers" passe de la quatrième à la troisième position chez les travailleurs à temps partiel, les fermiers et pêcheurs, et les ouvriers spécialisés.

L'ensemble des non-travailleurs ne montre aucune différence dans l'ordre de préférence des quatre émissions, que ce soit au niveau des régions ou de l'ensemble du pays. Par contre, les étudiants, tout particulièrement ceux du Québec, regardent "La femme bionique" en plus grand nombre qu'ils ne regardent "Grand-papa". "La femme bionique" passe, pour l'auditoire étudiant, au deuxième rang, au niveau national, et au premier rang au Québec.

De plus, "The Beachcombers" est, conformément à notre hypothèse, placée en première place par l'auditoire des retraités de l'Atlantique, ce qui remonte cette émission d'un rang au niveau national.

3.3.1.1.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

L'émission "The Beachcombers" passe, encore une fois, de la quatrième à la troisième position chez les canadiens membres de ménages d'une ou deux personnes et chez les chefs masculins. Par contre "Grand-papa" tombe en troisième place, "La femme bionique" prenant la deuxième chez les membres de ménages de 6 personnes et plus ainsi que chez les membres non chef de ménage. Cette modification est plus nette au Québec où "La femme bionique" prend la première place pour ces deux catégories d'auditeurs.

3.3.1.1.7. Selon les quintiles d'écoute

Il n'y a pratiquement pas de variations significatives entre les quintiles d'écoute, au niveau national ou régional; ils suivent l'ordre général pour la population totale de chaque région et du pays en entier, à l'exception d'une tendance des consommateurs minimum à regarder plus souvent "The Beachcombers" qu'ils ne regardent "La femme bionique".

3.3.1.2. Écoute canadienne et américaine des Canadiens¹

Durant l'automne 1978, près de neuf millions de canadiens ont écouté hebdomadairement au moins une des quatre émissions à l'étude.

La majorité, soit 57.8% ou un peu plus de cinq millions, a choisi des émissions américaines alors que moins de quatre millions, soit 42.2%, ont opté pour des émissions canadiennes.

3.3.1.2.1. Selon la région

Les québécois, représentant environ la moitié de l'auditoire canadien total, sont les seuls à avoir une écoute canadienne légèrement supérieure (51.3%) à l'écoute américaine (48.7%).

L'écoute américaine est significativement plus élevée dans l'Ouest du pays (64.6%), et plus particulièrement en Ontario (74.0%), région la plus américanisée en ce qui a trait à cette écoute. Seule la région de l'Atlantique a un taux d'écoute canadien équivalent à celui de la moyenne nationale (43.0%).

Notons que le nombre d'auditeurs est supérieur à quatre millions au Québec, d'environ 1 million et trois-quarts en

¹ Voir appendice B, tableaux nos 1 à 5, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

Ontario et dans la région de l'Ouest, et d'un million dans celle de l'Atlantique.

3.3.1.2.2. Selon le sexe

Les femmes ont une légère tendance à regarder plus d'émissions canadiennes (43.1%) que ne le font les hommes (40.9%). Cette tendance ne tient cependant qu'au Québec (54.6 pour 46.5%), où elle est particulièrement forte, alors qu'elle est nettement inversée dans la région de l'Atlantique (38.2 pour 47.5%), de l'Ontario (24.5 pour 27.8%) et de l'Ouest (33.7 pour 37.5%).

3.3.1.2.3. Selon l'âge

Les enfants de 6 ans et moins et les adultes de 55 ans et plus écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (54.6, 48.8 et 49.6%) que ne le fait l'ensemble des canadiens. A l'opposé, les adolescents de 12 à 17 ans et les jeunes adultes de 18 à 24 ans écoutent significativement plus d'émissions américaines (69.1 et 64.8%).

L'écoute canadienne est largement majoritaire chez les moins de 7 ans des régions de l'Atlantique (82.7%), de l'Ontario (61.5%) et de l'Ouest (83.5%). Elle est encore majoritaire chez les 7 à 11 ans de la région de l'Atlantique (61.3%) et est significativement plus grande que ne l'est l'écoute régionale chez les 7 à 11 ans de l'Ontario (40.6%) et de l'Ouest (49.4%).

A l'opposé, l'écoute américaine est significativement plus élevée que celle de la moyenne nationale chez les 2 à 11 ans (62.3 à 69.2%), et majoritaire chez les 12 à 17 ans du Québec (59.7%). Le Québec est donc la seule région du pays où l'écoute des émissions canadiennes augmente continuellement avec l'âge des auditeurs, avec peut-être, une légère baisse chez les 35-48 ans. Dans les trois autres régions, le taux d'écoute des émissions canadiennes baisse radicalement de 2 à 24 ans pour remonter de 25 à 49 ans, avoir un léger déclin entre 50 et 54 ans, et remonter à nouveau, sans toutefois atteindre les taux majoritaires que l'on retrouve au Québec.

3.3.1.2.4. Selon la scolarité

Les canadiens n'ayant aucune scolarité ou ayant une scolarité élémentaire écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (53.2 et 48.0%) que ne le fait la moyenne des canadiens alors que seuls ceux qui ont complété une scolarité universitaire écoutent significativement plus d'émissions américaines (63.2%).

Cette situation est la même, pour ceux n'ayant aucune scolarité, dans toutes les régions, sauf le Québec où les sans scolarités sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines (68.0%). Notons aussi que les résidents de l'Atlantique ayant commencé une scolarité universitaire sont les seuls canadiens hors Québec, ayant plus qu'une scolarité élémentaire, à écouter significativement plus d'émissions canadiennes que ne le font l'ensemble des canadiens.

3.3.1.2.5. Selon l'activité et l'occupation

Les retraités et ceux qui tiennent maison sont les canadiens qui écoutent le plus d'émissions canadiennes (50.4 et 47.6%) alors que ceux qui travaillent à temps partiel, qui sont étudiants, fermiers ou pêcheurs sont ceux qui les écoutent les moins (34.8, 36.1 et 35.8%).

Les retraités de toutes les régions écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font les autres, alors que ceux qui tiennent maison écoutent plus d'émissions canadiennes, seulement s'ils sont résidents du Québec. Pour ce qui est des étudiants, seuls ceux du Québec écoutent plus d'émissions américaines (62.2%), ceux de l'Atlantique, au contraire, écoutent plus d'émissions canadiennes (48.0%) que ne le fait l'ensemble des résidents de cette région.

A l'opposé, les fermiers et pêcheurs du Québec écoutent plus d'émissions canadiennes (62.2%) que ne le font les québécois des autres professions (47.7 à 56.5%) ou les fermiers et pêcheurs de l'ensemble du pays (35.8%).

3.3.1.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

Les personnes seules et les chefs de ménage féminins sont ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes (46.8 et

47.4%) alors que ceux qui n'ont pas le statut de chef de ménage sont ceux qui les écoutent le moins (37.8%).

La situation est la même au Québec où les ménages de 3 personnes et moins écoutent plus les émissions canadiennes (56.4 à 59.4%). A l'inverse, dans la région de l'Atlantique, c'est le non chef qui écoute plus d'émissions canadiennes (47.0%) et le chef féminin qui en écoute moins (32.4%) alors que ce sont les ménages de 5 personnes qui ont la cote d'écoute canadienne la plus élevée (49.4%) de la région.

Les ménages québécois, sans enfants de moins de 12 ans, écoutent plus d'émissions canadiennes. Par contre, le contraire s'observe dans la région de l'Atlantique et l'Ouest canadien: les ménages avec enfants écoutent plus d'émissions canadiennes (47.0 et 41.0%), alors que les ménages sans enfants écoutent plus d'émissions américaines (61.4 et 69.0%).

3.3.1.2.7. Selon le quintile d'écoute

L'écoute canadienne et américaine est également répartie quelque soit le quintile d'écoute envisagé dans l'ensemble du pays et au Québec.

Le petit consommateur et le consommateur minimum de l'Atlantique écoutent cependant significativement plus d'émissions

américaines (67.0 et 62.0%) que ne le font le consommateur moyen (53.9%), grand (53.7%) et maximum (58.0%) de la même région. Par contre, le consommateur minimum de l'Ontario et de l'Ouest sont les plus grands consommateurs d'émissions télévisées canadiennes (32.1 et 39.9%) de leurs régions respectives.

3.3.1.3. L'auditoire canadien en résumé

3.3.1.3.1. Vérification de l'hypothèse générale

Notre hypothèse générale, relative à l'auditoire canadien total affirme que la taille de l'auditoire canadien de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique". Cette hypothèse s'applique à l'ensemble des auditeurs canadiens et à ceux qui résident dans les trois régions à majorité anglophone; l'ordre linguistique doit cependant être inversé au Québec, pour rendre compte de la majorité francophone de cette région.

Les résultats infirment en grande partie notre hypothèse: l'émission américaine-anglaise "Three's Company" attire deux fois plus d'auditeurs que l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers" (37.2 et 17.1%) qui se trouve au deuxième rang dans les trois régions à majorité anglophone et au quatrième rang pour l'ensemble du pays.

A l'opposé, les résultats confirment notre hypothèse pour ce qui est de l'émission canadienne-française "Grand-papa" qui attire le plus large auditoire québécois (49.1%) et le second, en terme de taille, au niveau national.

Notre hypothèse est aussi confirmée dans les trois régions à majorité anglophone où l'émission américaine-française est la moins écoutée des quatre émissions.

Ces résultats varient surtout en fonction de l'âge et de la scolarité des auditeurs. L'émission "The Beachcombers" attire le plus large auditoire des enfants de 2 à 6 ans et des non-scolarisés de l'Ontario et de l'Ouest, des enfants de 2 à 11 ans, des non-scolarisés et de ceux qui ont une scolarité élémentaire de la région de l'Atlantique. Les jeunes et les peu scolarisés des trois régions à majorité anglophone confirment donc notre hypothèse relative à l'émission canadienne-anglaise (premier rang).

L'émission "The Beachcombers" gagne aussi de la popularité chez les canadiens des trois régions à majorité anglophone, les plus âgés (55 ans et plus) et les plus scolarisés (début universitaire et universitaire complété). Ce regain de popularité est particulièrement important chez les résidents de l'Atlantique ayant un début de scolarité universitaire qui confirment notre hypothèse en étant plus nombreux à écouter l'émission canadienne-anglaise que toute autre émission.

Par contre, l'émission canadienne-française qui confirmait notre hypothèse au Québec et pour l'ensemble du pays, perd de la popularité chez les hommes qui tendent à écouter aussi fréquemment "La femme bionique" qu'ils écoutent "Grand-papa". L'émission "Grand-papa"

perd aussi de la popularité, et infirme notre hypothèse au profit de "La femme bionique", chez les jeunes québécois non scolarisés âgés de 2 à 17 ans et les jeunes canadiens non scolarisés âgés de 7 à 11 ans.

A l'exception des retraités de la région de l'Atlantique, qui écoutent surtout "The Beachcombers" et confirment notre hypothèse quant à cette émission, nous n'observons pas de variations importantes de l'ordre des émissions en fonction de l'occupation, du ménage et du quintile d'écoute auquel appartient l'auditeur.

3.3.1.3.2. Écoute canadienne et américaine des canadiens

La majorité des canadiens (57.8%) écoute des émissions américaines. Seuls les québécois montrent un taux d'écoute canadienne faiblement majoritaire (51.3%). Ce taux baisse à 43.0% dans la région de l'Atlantique, à 35.4% dans celle de l'Ouest et à 26.0%, son seuil minimum, en Ontario.

Les femmes de l'ensemble du pays et du Québec ont un taux d'écoute canadienne légèrement supérieur à celui des hommes. A l'opposé, ce sont les hommes qui ont un taux d'écoute canadienne supérieur à celui des femmes dans les trois régions à majorité anglophone, tout particulièrement celle de l'Atlantique.

Le taux d'écoute américaine est majoritaire

chez les québécois âgés de 2 à 17 ans, il baisse cependant avec l'âge alors que le taux d'écoute canadienne augmente régulièrement, devient majoritaire chez les 18 à 24 ans, et atteint près de 70% chez les 65 ans et plus.

Par contre, c'est le taux d'écoute canadienne qui est majoritaire chez les enfants de 2 à 6 ans des trois autres régions. Ce taux baisse rapidement de 7 à 24 ans, en bas de 30%, pour remonter lentement, sans dépasser 50% à 65 ans et plus.

Au total, ce sont les enfants de 6 ans et moins et les adultes de 55 ans et plus qui écoutent le plus d'émission canadiennes.

A l'exception du Québec, où les sans scolarité sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines, et de l'Atlantique où ceux qui ont commencé une scolarité universitaire sont aussi ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes, les canadiens les moins scolarisés sont ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes, alors que les plus scolarisés sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines.

Les canadiens qui sont retraités, tiennent maison, vivent seuls ou sont chefs de ménages féminins sont ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes. Par contre, ceux qui travaillent à temps partiel, les étudiants, les fermiers et pêcheurs et les

membres non chefs de ménage sont ceux qui écoutent le moins d'émissions canadiennes.

Notons que ces résultats sont exclusivement dus au québécois dans le cas de ceux qui tiennent maison et des étudiants; par contre les fermiers et pêcheurs du Québec écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font ceux des autres régions. A l'inverse, les membres non chefs de ménages de la région de l'Atlantique écoutent plus d'émissions canadiennes, alors que les chefs de ménages féminins en écoutent moins.

3.3.2. L'auditoire francophone

La grande majorité, soit 89.8% des auditeurs francophones, réside au Québec. Moins de 5%, soit environ 200,000, résident dans la région de l'Atlantique, 4%, soit environ 175,000, en Ontario et moins de 2%, soit moins de 100,000 dans la région de l'Ouest.

L'analyse portera donc essentiellement sur le Québec et l'ensemble du pays. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour tenir compte de "Grand-papa" dans l'Ouest, de "La femme bionique" dans l'Ontario et dans l'Ouest et de "The Beachcombers" dans l'ensemble du pays et chacune des régions. Notre hypothèse ne pourra donc être vérifiée complètement qu'au Québec alors que la comparaison d'écoute canadienne et américaine vaudra surtout pour cette même région.

TABLEAU 3

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs francophones selon l'émission et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa	153	3942	80	10 *	4185
The Beachcombers	26	12	15	20	73
	179	3954	95	30	4258
<u>Américaine</u>					
La femme bionique	80	2241	50	2	2373
Three's Company	118	275	193	96	687
	198	2516	243	98	3060
Total	377	6470	338	128	7318

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

3.3.2.1. Vérification de l'hypothèse no 1

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires francophones des quatre émissions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Notre première hypothèse affirme que la taille de l'auditoire francophone de l'émission "Grand-papa" sera plus grande que

TABLEAU 4

Ordre hypothétique et réel des auditoires francophones ('00)
selon la région

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	GRA.P.	FEM.B.	BEA.C.	THR.C.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
44,713 (100.0)	22,047 (49.3)	17,990 (40.2)	3,452 (7.7)	1,224 (2.7) *
Atlantique :	GRA.P.	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.
2,031 (4.5)	605 (29.8)	518 (25.5)	469 (23.1)	439 (21.6)
Québec :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
40,165 (89.8)	20,926 (52.1)	17,260 (43.0)	1,729 (4.3)	250 (0.6)
Ontario :	THR.C.	GRA.P.	BEA.C.	FEM.B.
1,783 (4.0)	817 (45.8)	441 (24.7)	270 (15.1)	255 (14.3)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
702 (1.6)	388 (55.3)	233 (33.2)	45 (6.4)	36 (5.1)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beachcombers", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

L'hypothèse est vérifiée, au niveau national, pour les deux émissions de langue française; l'émission canadienne-française, "Grand-papa", ayant le plus large auditoire francophone (49.3%), suivi de l'émission américaine-française, "La femme bionique" avec 40.2% de l'auditoire francophone.

Malgré la faible taille du reste de l'auditoire, l'hypothèse est infirmée pour les émissions de langue anglaise; l'émission américaine-anglaise ayant un auditoire de taille (7.7%) significativement supérieure à celle de l'émission canadienne-anglaise (2.7%).

3.3.2.1.1. Selon la région

L'émission "Grand-papa" conserve sa première place dans la région de l'Atlantique et au Québec; l'émission américaine-anglaise prend cependant la première place en Ontario et dans l'Ouest.

Pour ce qui est de "La femme bionique", elle ne confirme notre hypothèse qu'au Québec et tombe en quatrième position chez les francophones des autres régions.

Notons aussi que, contrairement à notre hypothèse, l'auditoire francophone de l'émission américaine-anglaise est, dans toutes les régions, comme dans l'ensemble du pays, plus grand que celui de l'émission canadienne-anglaise.

Notre hypothèse est donc vérifiée chez les francophones de l'ensemble du pays et du Québec pour les deux émissions de langue française. Elle est aussi confirmée dans la région de l'Atlantique pour les deux émissions canadiennes.

Elle est, par contre, infirmée en Ontario et dans l'Ouest, à une exception près: l'émission "The Beachcombers" prend le troisième rang tel que prévu en Ontario.

3.3.2.1.2. Selon les variables socio-démographiques¹

Le nombre d'auditeurs francophones des trois régions hors Québec est trop petit pour permettre une analyse selon les variables socio-démographiques. Nous ne tiendrons compte ici que du Québec qui montre des variations identiques à celles des francophones de l'ensemble du pays, puisqu'il regroupe près de 95% de ces derniers.

A l'exception de six sous-groupes, les francophones confirment notre hypothèse, en étant plus nombreux à écouter

¹ Voir appendice A, tableaux nos 6 à 10, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

d'abord les émissions de langue française, et à écouter l'émission canadienne-française plus souvent qu'ils n'écoutent l'émission américaine-française.

"La femme bionique" est cependant plus populaire que ne l'est "Grand-papa" chez les francophones de sexe masculin, les jeunes âgés de 2 à 17 ans, ceux qui n'ont aucune scolarité, les étudiants, les non chefs de ménage et les membres de ménages de 6 personnes et plus.

Par contre les francophones écoutent en plus grand nombre l'émission américaine-anglaise qu'ils n'écoutent l'émission canadienne-anglaise, et infirment notre hypothèse pour les émissions de langue anglaise quels que soient les sous-groupes socio-démographiques étudiés.

3.3.2.2. Ecoute canadienne et américaine des francophones

Les francophones représentent près de quatre millions et demi d'auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une faible majorité, soit 52.0%, a regardé des émissions canadiennes, et une large minorité, soit 48.0%, des émissions américaines.

3.3.2.2.1. Selon la région

Les francophones des régions de l'Atlantique et du Québec regroupent 94.4% de l'ensemble des francophones et montrent un taux d'écoute canadienne pratiquement égal au taux francophone total, soit 52.0%. Par contre moins de 40% des francophones résidant en Ontario (39.9%) et dans l'Ouest (39.6%) écoutent des émissions canadiennes, alors qu'ils ne comptent que pour 5.6% de l'auditoire francophone total.

3.3.2.2.2. Selon le sexe

Les francophones de sexe féminin regardent significativement plus d'émissions canadiennes (55.2%) que ne le font les hommes (47.5%). Cette tendance est particulièrement forte au Québec

¹ Voir appendice B, tableaux nos 6 à 10, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

(56.2% pour 47.6%) mais est inversée dans la région de l'Atlantique où 55.7% des hommes pour seulement 49.9% des femmes choisissent les émissions canadiennes.

3.3.2.2.3. Selon l'âge

L'écoute des émissions canadiennes augmente avec l'âge des francophones. La majorité de l'écoute des canadiens âgés de 2 à 17 ans est américaine (68.0 à 58.4%); elle devient canadienne chez les 18 à 24 ans (50.8%) pour atteindre un taux de 70.3% chez les francophones âgés de 65 ans et plus.

Ces taux sont pratiquement identiques au Québec.

3.3.2.2.4. Selon la scolarité

Les francophones n'ayant aucune scolarité sont ceux qui ont le taux d'écoute d'émissions américaines le plus élevé (67.5%) suivis de ceux qui ont complété une scolarité universitaire (52.1%).

La situation est, encore ici, identique au Québec.

3.3.2.2.5. Selon l'activité et l'occupation

Quelque soit leur occupation ou leur activité principale, tous les francophones, à l'exception des étudiants, regardent significativement plus d'émissions canadiennes que ne le fait la moyenne des canadiens de même occupation ou activité principale.

D'autre part, les francophones qui sont retraités ou qui tiennent maison, ainsi que ceux qui ont une occupation d'exécutif-gérant et de fermiers ou pêcheurs, regardent significativement plus d'émissions canadiennes (65.3, 61.0, 57.0 et 57.7% respectivement) que ne le font l'ensemble des francophones. La situation est, encore une fois, la même chez les francophones du Québec, par rapport à la moyenne canadienne.

3.3.2.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

Quelle que soit la taille du ménage, le statut et la présence ou non d'enfants de moins de 12 ans, tous les francophones, à l'exception de ceux qui sont membres d'un ménage de 6 personnes et plus et de ceux qui ne sont pas chefs de ménage, écoutent significativement plus d'émissions canadiennes que ne le font l'ensemble des canadiens de même situation dans le ménage.

D'autre part, les membres de ménages de 3

personnes et moins ainsi que les chefs féminins écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (58.2 à 58.8 et 62.6%) que ne le font la moyenne des francophones (52.0%).

La situation est toujours la même au Québec.

3.3.2.2.7. Selon le quintile d'écoute

Quelque soit leur quintile d'écoute, les francophones écoutent plus d'émissions canadiennes que la moyenne nationale, alors que le consommateur francophone minimum d'émissions télévisées, est aussi le francophone qui regarde le plus d'émissions canadiennes (56.5% pour 52.0% de moyenne).

Malgré qu'il soit le plus grand consommateur québécois d'émissions canadiennes (55.5%), le québécois ayant une consommation minimum d'émissions télévisées ne regarde pas significativement plus d'émissions canadiennes que le fait l'ensemble des québécois francophones (52.7%).

3.3.2.3. L'auditoire francophone en résumé

3.3.2.3.1. Vérification de l'hypothèse no 1

Notre première hypothèse affirme que la taille de l'auditoire francophone de l'émission "Grand-papa" sera plus grande que celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beachcombers", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Les résultats confirment notre hypothèse relative aux deux émissions de langue française au Québec et dans l'ensemble du pays; ils confirment aussi notre hypothèse relative aux deux émissions canadiennes dans la région de l'Atlantique et à l'émission canadienne anglaise en Ontario.

L'hypothèse est infirmée dans tous les autres cas, tout particulièrement par la prépondérance, dans toutes les régions, de l'émission américaine-anglaise "Three's Company" sur l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers".

Notons aussi que les francophones de sexe masculin, les jeunes âgés de 2 à 17 ans, ceux qui n'ont aucune scolarité, les étudiants, les membres non chefs de ménage et des ménages de 6 personnes et plus infirment aussi notre hypothèse, en étant plus nombreux à écouter "La femme bionique" qu'ils ne le sont à écouter "Grand-papa".

3.3.2.3.2. Écoute canadienne et américaine
des francophones

Une faible majorité des francophones (52.0%) écoute des émissions canadiennes. Ce taux est pratiquement identique dans les régions de l'Atlantique et du Québec mais tombe à environ 40% dans celles de l'Ontario et de l'Ouest.

L'écoute des émissions canadiennes augmente avec l'âge des francophones; elle est majoritairement américaine chez les enfants de 2 à 6 ans (68.0%) et devient majoritairement canadienne (70.3%) chez les 65 ans et plus.

Les francophones de sexe féminin, à l'exception de ceux de l'Atlantique, les plus âgés, les retraités, ceux qui tiennent maison, les exécutifs ou gérants, les fermiers ou pêcheurs, les membres de ménages de 3 personnes et moins, les chefs féminins et les consommateurs minimum d'émissions télévisées sont ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes.

Par contre les francophones âgés de 2 à 17 ans, n'ayant aucune scolarité ou une scolarité universitaire, ainsi que les francophones étudiants sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines.

3.3.3. L'auditoire anglophone

Près de 75% de l'auditoire anglophone réside en Ontario (36.1%) et dans les provinces de l'Ouest (38.3%). Près de 20% habitent la région de l'Atlantique et à peine plus de 5% le Québec.

L'analyse portera donc essentiellement sur les trois régions à majorité anglophones. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour tenir compte de l'auditoire de "Grand-papa" et de "La femme bionique" de l'ensemble du pays, de même que de "The Beachcombers" au Québec. La vérification de notre hypothèse ne pourra donc se faire que partiellement alors que la comparaison de l'écoute canadienne et de l'écoute américaine touchera essentiellement les anglophones hors du Québec.

TABLEAU 5

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs anglophones
selon l'émission et la région.

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa The Beachcombers	<u>3</u> 245	<u>20</u> <u>25</u>	<u>2</u> 230	<u>2</u> 501	<u>27</u> * 1001
	248	<u>45</u>	232	503	1028
<u>Américaine</u>					
La femme bionique Three's Company	<u>2</u> 1235	<u>22</u> 186	<u>2</u> 1991	<u>0</u> 2702	<u>26</u> 6114
	1237	208	1993	2702	6140
Total	1485	253	2225	3205	7168

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

3.3.3.1. Vérification de l'hypothèse no 2

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires anglophones des quatre émissions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Rappelons que notre seconde hypothèse affirme que la taille de l'auditoire anglophone de l'émission "The Beachcombers" sera

TABLEAU 6

Ordre hypothétique et réel des auditoires anglophones ('00)
selon la région

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	BEA.C.	THR.C.	GRA.P.	FEM.B.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
43,847 (100.0)	29,516 (67.3)	13,904 (31.7)	261 (0.6)	166 (0.4) *
Atlantique :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
8,572 (19.5)	5,079 (59.3)	3,465 (40.4)	16 (0.2)	12 (0.1)
Québec :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
2,653 (6.1)	1,641 (61.9)	672 (25.3)	221 (8.3)	119 (4.5)
Ontario :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
15,822 (36.1)	11,926 (75.4)	3,858 (24.4)	28 (0.2)	10 (0.1)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
16,794 (38.3)	10,870 (64.7)	5,908 (35.2)	16 (0.1)	0 (0.0)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

L'hypothèse est vérifiée, au niveau national, par la prépondérance des deux émissions de langue anglaise sur les deux émissions de langue française, qui ne sont que très faiblement écoutées par les anglophones.

L'hypothèse est cependant infirmée à l'intérieur de ces deux groupes d'émissions, les émissions américaines regroupant un plus large auditoire anglophone que ne le font les émissions canadiennes.

Notons que cette infirmation de l'hypothèse est peu significative pour les émissions de langue française qui ont des auditoires anglophones de très faibles tailles.

L'analyse par région et par variables socio-démographiques ne touchera que les émissions de langue anglaise.

3.3.3.1.1. Selon la région

Quelle que soit la région l'émission américaine-anglaise est toujours plus populaire, auprès des anglophones, que ne l'est l'émission canadienne anglaise, ce qui infirme notre hypothèse.

L'écoute des émissions de langue française est pratiquement négligeable et confirme, en ce sens, notre hypothèse.

3.3.3.1.2. Selon les variables socio-démographiques¹

A cause du petit nombre d'auditeurs québécois qui regardent une autre émission que "Three's Company" nous n'observons aucune variation significative selon les données socio-démographiques de cette région.

Deux groupes d'auditeurs font cependant exception à l'infirmation de notre hypothèse, pour les trois autres régions à l'étude et l'ensemble du pays. Les anglophones de 2 à 6 ans et ceux qui n'ont aucune scolarité regardent en plus grand nombre "The Beachcombers" que "Three's Company" et confirment notre hypothèse. De plus, dans la région de l'Atlantique les jeunes anglophones de 7 à 11 ans et ceux qui ont une scolarité élémentaire confirment notre hypothèse de relation entre les deux émissions de langue anglaise.

¹ Voir appendice A, tableaux nos 11 à 15, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.3.2. Ecoute canadienne et américaine des anglophones

Les anglophones représentent près de quatre millions et demi d'auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une minorité, soit 32.1% a écouté des émissions canadiennes alors qu'une forte majorité 67.9% a regardé des émissions américaines.

3.3.3.2.1. Selon la région

Dans la région de l'Atlantique les anglophones écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (40.6%) que ne le font l'ensemble des anglophones (32.1%). En Ontario, au contraire ils écoutent significativement plus d'émissions américaines (75.6%).

Le nombre d'auditeurs anglophones de la région du Québec est trop petit pour permettre l'identification de variations significatives selon les données socio-démographiques; la suite de l'analyse ne portera donc que sur les trois autres régions.

3.3.3.2.2. Selon le sexe

Les anglophones de sexe masculin de l'ensemble

¹ Voir appendice B, tableaux nos 11 à 15, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

du pays et de chacune des régions tendent à écouter plus fréquemment les émissions canadiennes (35.1%) que ne le font les anglophones de sexe féminin (29.4%).

Les hommes de la région de l'Atlantique écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (45.5%) que ne le font les femmes de cette région (35.4%), les hommes de l'Ouest (37.4%) et de l'Ontario (26.7%). Les femmes de l'Ouest et de l'Atlantique écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (33.4% et 35.4%) que ne le font celles de l'Ontario (22.5%).

3.3.3.2.3. Selon l'âge

L'écoute canadienne est à son niveau le plus élevé chez les anglophones de 2 à 6 ans (78.8%), elle baisse, mais reste supérieure à la moyenne, chez ceux de 7 à 11 ans (49.3%), atteint un minimum chez les anglophones de 18 à 24 ans (17.8%) pour ensuite remonter et atteindre 38.9% chez les 55 ans et plus.

Cette baisse d'écoute canadienne entre 2 et 24 ans, suivie d'une remontée s'observe chez les anglophones de toutes les régions à majorité anglophone. Notons cependant une nouvelle baisse d'écoute canadienne chez les anglophones de 65 ans et plus de la région de l'Atlantique.

3.3.3.2.4. Selon la scolarité

Les anglophones n'ayant aucune scolarité ou une scolarité élémentaire regardent significativement plus d'émissions canadiennes (79.3 et 42.7%) que ne le font l'ensemble des anglophones. A l'opposé les anglophones de scolarité secondaire, commerciale ou technique sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines (73.3, 74.8 et 75.5%).

Une variation régionale ressort plus nettement que les autres: dans la région de l'Atlantique les anglophones ayant commencé des études universitaires écoutent plus d'émissions canadiennes (50.8%) alors que ceux qui ont terminé des études universitaires sont ceux qui regardent le plus d'émissions américaines (74.8%).

3.3.3.2.5. Selon l'activité et l'occupation

Au niveau national, seuls les anglophones retraités ont une écoute canadienne (38.4%) supérieure à l'écoute canadienne anglophone moyenne (32.1%).

En Atlantique, les anglophones non travailleurs, les étudiants et les professionnels écoutent plus d'émissions canadiennes (44.7, 47.4 et 47.0%) que ne le font la moyenne des anglophones de leur région (40.6%) et de même type d'activité (35.7, 32.9 et 29.0%).

En Ontario, seuls les retraités ont une écoute canadienne (37.0%) plus forte que l'écoute régionale (24.4%), alors que les ouvriers spécialisés de l'Ouest sont les seuls à avoir une écoute canadienne (42.1%) plus élevée que celle de leur région (35.3%) et de leur catégorie professionnelle (30.8%).

3.3.3.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

Les anglophones membres de ménages d'une personne ou membres de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (37.0, 37.8%) que ne le font la moyenne des anglophones.

L'écoute canadienne est aussi plus grande chez les anglophones de l'Atlantique membre de ménages de 5 personnes (48.4%) et chez les membres non-chefs (47.1%) de ménage.

3.3.3.2.7. Selon le quintile d'écoute

A quelque quintile qu'il appartienne, l'anglophone regarde significativement plus d'émissions américaines (65.6% à 72.1%) que ne le fait l'auditeur canadien du même quintile. Le petit consommateur (72.1%) regarde plus d'émissions américaines que la moyenne des autres anglophones.

Dans la région de l'Atlantique le consommateur minimum (80.4%) regarde plus d'émissions américaines et le grand consommateur (46.3%) regarde plus d'émissions canadiennes que les anglophones du pays et de leur propre région. En Ontario, le petit consommateur (81.9%) et le consommateur moyen (80.3%) écoutent significativement plus d'émissions américaines que ne le font les anglophones du pays et de leur propre région.

3.3.3.3. L'auditoire anglophone en résumé

3.3.3.3.1. Vérification de l'hypothèse no 2

Notre seconde hypothèse affirme que la taille de l'auditoire anglophone de l'émission "The Beachcombers" sera plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Notre hypothèse est largement confirmée quant à la prépondérance des deux émissions de langue anglaise chez les auditeurs anglophones; elle est cependant nettement infirmée par la prépondérance des émissions américaines, tout particulièrement celle de l'émission américaine anglaise "Three's Company" qui attire 60% ou plus de l'auditoire anglophone du pays et de chacune des régions, de quelque groupe socio-démographique que ce soit à trois exceptions près: les enfants âgés de 2 à 6 ans, les anglophones sans scolarité de l'ensemble du pays ainsi que les 7 à 11 ans de l'Atlantique sont les seuls qui écoutent en plus grand nombre l'émission canadienne-anglaise qu'ils n'écoutent l'émission américaine-anglaise.

3.3.3.3.2. Ecoute canadienne et américaine des anglophones

Une large majorité (67.9%) des anglophones

écoute des émissions américaines.

Ce sont les anglophones de sexe masculin, âgés de 2 à 11 ans, sans scolarité ou ayant une scolarité élémentaire, retraités, membres de ménages d'une seule personne ou de ménages ayant des enfants de moins de 12 ans, qui écoutent le plus d'émissions canadiennes.

Par contre les anglophones âgés de 18 à 24 ans, ayant une scolarité secondaire, commerciale ou technique et ceux qui sont de petits consommateurs d'émissions télévisées sont ceux qui regardent le plus les émissions américaines.

3.3.4. L'auditoire francophone unilingue

La grande majorité, soit 96.2%, des auditeurs francophones unilingues réside au Québec. La région de l'Atlantique en compte à peine plus de 60,000 (2.0%) alors que l'Ontario et l'Ouest en compte à peine plus de 50,000 ensemble (1.7%).

L'analyse portera donc essentiellement sur le Québec et l'ensemble du pays. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour tenir compte de "The Beachcombers" et de "Three's Company", quelque soit la région ainsi que de "Grand-papa" en Ontario et dans l'Ouest, et de "La femme bionique" hors du Québec. Notre hypothèse ne pourra donc être vérifiée complètement qu'au Québec qui sera aussi la seule région permettant la comparaison de l'écoute canadienne et américaine.

TABLEAU 7

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs francophones unilingues
selon l'émission et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa	79	3185	31	2 *	3297
The Beachcombers	3	3	1	3	10
	82	3188	32	5	3307
<u>Américaine</u>					
La femme bionique	49	1817	20	1	1887
Three's Company	6	53	17	2	78
	55	1870	37	3	1965
Total	137	5058	69	8	5272

* Moins de 75 cahiers d'écoute

3.3.4.1. Vérification de l'hypothèse no 3

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires francophones unilingues des quatre régions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Rappelons que notre troisième hypothèse veut que la taille de l'auditoire francophone unilingue de l'émission "Grand-papa"

TABLEAU 8

Ordre hypothétique et réel des auditoires francophones unilinges ('00)
selon la région

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	GRA.P.	FEM.B.	BEA.C.	THR.C.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
30,522 (100.0)	16,177 (53.0)	13,573 (44.5)	620 (2.0)	151 (0.5) *
Atlantique :	GRA.P.	FEM.B.	BEA.C.	THR.C.
619 (2.0)	279 (45.1)	256 (41.4)	64 (10.3)	20 (3.2)
Québec :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
29,375 (96.2)	15,692 (53.4)	13,181 (44.9)	471 (1.6)	31 (0.1)
Ontario :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
437 (1.4)	186 (42.6)	122 (27.9)	118 (27.0)	11 (2.5)
Ouest :	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.	THR.C.
83 (0.3)	45 (54.2)	15 (18.1)	12 (14.5)	11 (13.2)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

soit plus grande que celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beach-combers", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

L'hypothèse est vérifiée, au niveau national, pour les deux émissions de langue française; l'émission canadienne-française, "Grand-papa", ayant le plus large auditoire francophone unilingue (53.0%), suivie de l'émission américaine-française, "La femme bionique" avec 44.5% de l'auditoire francophone unilingue.

Malgré la faible taille du reste de l'auditoire, l'hypothèse est infirmée pour les émissions de langue anglaise; l'émission américaine-anglaise ayant un auditoire de taille (2.0%) supérieure à celle de l'émission canadienne-anglaise (0.5%).

3.3.4.1.1. Selon la région

Les émissions "Grand-papa" et "La femme bionique" gardent la première et la deuxième place respectivement, confirmant ainsi notre hypothèse dans toutes les régions à l'exception de celles de l'Ouest et de l'Ontario où les tailles d'auditoires sont trop restreintes.

Notons aussi que seuls les francophones unilingues de la région de l'Atlantique sont plus nombreux à écouter l'émission canadienne-anglaise qu'ils ne le sont à écouter l'émission

américaine-anglaise. Ils sont les seuls à confirmer l'hypothèse pour les quatre émissions.

3.3.4.1.2. Selon les variables socio-démographiques¹

Le nombre d'auditeurs francophones unilingues des trois régions hors Québec est trop petit pour permettre une analyse selon les variables socio-démographiques. Nous ne tiendrons compte ici que du Québec qui montre des variations identiques à celles des francophones de l'ensemble du pays puisqu'il compte plus de 95% de ceux-ci.

A l'exception de sept sous-groupes, les francophones unilingues confirment notre hypothèse, pour ce qui est des émissions de langue française, en étant plus nombreux à écouter d'abord les émissions de langue française et à écouter l'émission canadienne-française plus souvent qu'ils n'écoutent l'émission américaine-française.

"La femme bionique" est cependant plus populaire que ne l'est "Grand-papa" chez les jeunes âgés de 2 à 17 ans, ceux qui n'ont aucune scolarité, les étudiants, les non chefs de ménages, les membres de ménage de 6 personnes et plus et les membres de ménages avec enfants de moins de 12 ans.

Notons qu'au niveau national les francophones

¹ Voir Appendice A, tableaux nos 16 à 20, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

unilingues de sexe masculin tendent à regarder autant "La femme bionique" que "Grand-papa".

D'autre part les francophones unilingues écoutent en plus grand nombre l'émission américaine-anglaise qu'ils n'écoutent l'émission canadienne-anglaise, et infirment notre hypothèse pour les émissions de langue anglaise quelque soit le sous-groupe socio-démographique étudié, à l'exception des jeunes de 2 à 6 ans.

3.3.4.2. Ecoute canadienne et américaine des francophones unilingues

Les francophones unilingues représentent plus de trois millions d'auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une faible majorité, soit 53.5% a regardé des émissions canadiennes, et une large minorité, soit 46.5%, des émissions américaines.

3.3.4.2.1. Selon la région

La grande majorité (96.2%) de ces auditeurs francophones unilingues résident au Québec. Le nombre d'auditeurs identifiés dans la région de l'Atlantique, de l'Ontario et de l'Ouest canadien est trop petit pour permettre l'identification de variations significatives selon les données socio-démographiques.

Cette analyse ne peut être effectuée que pour la région du Québec qui, dans ce cas particulier, donne des résultats pratiquement identiques à ceux que nous observons au niveau national.

3.3.4.2.2. Selon le sexe

Les francophones unilingues des deux sexes

¹ Voir appendice B, tableaux 16 à 20, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (49.5% des hommes et 55.9% des femmes) que ne le font l'ensemble des canadiens (42.2%). Les hommes francophones unilingues ont cependant une nette tendance à écouter plus souvent les émissions américaines (50.5%) que ne le font les femmes (44.1%). Notons, malgré la faible taille des auditoires, que la même tendance se retrouve dans la région de l'Atlantique où 61.9% des femmes et 50.1% des hommes choisissent des émissions canadiennes.

3.3.4.2.3. Selon l'âge

A mesure qu'ils vieillissent, les francophones unilingues écoutent de plus en plus les émissions canadiennes. Près de 70% des 2 à 6 ans écoutent des émissions américaines; ce taux baisse rapidement et atteint 44.1% chez les 18 à 24 ans qui choisissent en majorité les émissions canadiennes. Le taux d'écoute canadienne monte alors régulièrement pour atteindre 72.8% chez les francophones unilingues de 65 ans et plus. La situation est la même au Québec, le taux d'écoute canadien passant de 31.0% chez les 2 à 6 ans, à 72.5% chez les 65 ans et plus.

3.3.4.2.4. Selon la scolarité

Les francophones unilingues n'ayant aucune scolarité sont les seuls à écouter les émissions américaines (68.2%) de façon significativement plus importantes qu'ils n'écourent les émissions

canadiennes (31.8%). Dans tous les autres cas, de la scolarité élémentaire à la scolarité universitaire complétée, les francophones unilingues écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (52.8 à 60.0) que ne le font l'ensemble des canadiens de même niveau de scolarité (36.8 à 48.0%).

Notons que ce résultat risque d'être fortement lié au facteur âge et que ce sont les francophones unilingues ayant une scolarité de niveau secondaire qui écoutent le plus les émissions canadiennes (60.0%) de préférence aux émissions américaines (40.0%). Les résultats au Québec sont identiques à 1% près.

3.3.4.2.5. Selon l'activité et l'occupation

C'est, encore ici, un sous-groupe jeune d'auditeurs qui montre une nette préférence des émissions américaines: 59.8% des étudiants écoutent des émissions américaines.

A l'opposé, les exécutifs et gérants (65.8%), les fermiers et pêcheurs (68.5%), ceux qui ont une occupation non classée¹ (57.2%) de même que les retraités (70.9%), ceux qui tiennent maison (62.8%) et ceux qui travaillent à temps partiel (moins de 20 heures) (57.8%) sont plus nombreux que la moyenne des francophones unilingues

¹ B.B.M. classe 6 catégories occupationnelles: exécutifs et gérants, professionnels, employés de bureaux, employés de ventes, fermiers et pêcheurs, ouvriers spécialisés.

(53.5%) à écouter les émissions canadiennes. Les résultats au Québec sont encore ici identiques.

3.3.4.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

Les francophones unilingues membres de ménages de 6 personnes et plus (46.4%), ceux qui appartiennent à un ménage ayant un ou des enfants de moins de 12 ans (48.6%) ainsi que les membres non chef du ménage (43.3%) sont plus nombreux à écouter les émissions américaines. A l'opposé les membres de ménages de 3 personnes et moins (58.1 à 61.8), n'ayant pas d'enfants de moins de 12 ans (58.7%) et ayant un statut de chef masculin (59.2%) ou féminin (63.7%) écoutent significativement plus les émissions canadiennes, que ne le font l'ensemble des francophones unilingues. Les résultats au Québec sont identiques à moins de 1% près.

3.3.4.2.7. Selon le quintile d'écoute

A quelque quintile qu'il appartienne, le francophone unilingue regarde plus d'émissions canadiennes (49.6 à 58.2%) que ne le fait l'auditeur canadien du même quintile (40.3 à 43.5%). Le consommateur minimum regarde cependant plus d'émissions canadiennes (58.2%), et le consommateur moyen, plus d'émissions américaines (50.4%) que ne le font l'ensemble des francophones unilingues (53.5 et 46.5% respectivement).

3.3.4.3. L'auditoire francophone unilingue en résumé

3.3.4.3.1. Vérification de l'hypothèse no 3

Notre troisième hypothèse veut que la taille de l'auditoire francophone unilingue de l'émission "Grand-papa" soit plus grande que celle de l'émission "La femme bionique" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "The Beachcombers", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Les résultats confirment notre hypothèse relative aux deux émissions de langue française, pour l'ensemble du pays et chacune des régions à l'exception de celle de l'Atlantique. Notons que les francophones unilingues de cette région sont le seul sous-groupe linguistique qui vérifie complètement notre hypothèse.

Notons aussi que "La femme bionique" est plus populaire que "Grand-papa" parmi les francophones unilingues âgés de 2 à 17 ans, n'ayant aucune scolarité, étudiants, membres non chefs de ménages, membres de ménages de 6 personnes et plus, et de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans.

3.3.4.3.2. Écoute canadienne et américaine des francophones unilingues

Une faible majorité (53.5%) des francophones unilingues écoute des émissions canadiennes.

L'écoute canadienne augmente avec l'âge du francophone unilingue; elle est plus élevée chez les hommes, les exécutifs ou gérants, les fermiers ou pêcheurs, les retraités, ceux qui tiennent maison, ceux qui travaillent à temps partiel, les membres de ménages de 3 personnes et moins, ayant un statut de chef mais n'ayant pas d'enfants de moins de 12 ans ainsi que chez les francophones unilingues consommateurs minimum d'émissions télévisées.

Par contre l'écoute américaine est plus élevée chez les francophones unilingues de sexe féminin, les jeunes, ceux qui n'ont aucune scolarité et les étudiants, les membres non chefs de ménages, les membres de ménages de 6 personnes et plus, ceux qui ont des enfants de moins de 12 ans et qui sont des consommateurs moyens d'émissions télévisées.

3.3.5. L'auditoire francophone bilingue

Plus des trois-quarts des auditeurs francophones bilingues (76.0%) résident au Québec. La région de l'Atlantique et l'Ontario en comptent chacune près de 150,000 (9.9 et 9.5%), alors qu'il y en a moins de 75,000 (4.4%) dans la région de l'Ouest.

L'analyse devra donc, encore ici, se limiter au Québec et à l'ensemble du pays. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute n'est suffisant dans toutes les régions que pour l'émission "Three's Company" alors qu'il n'est insuffisant au Québec que pour "The Beachcombers". Notre hypothèse et la comparaison d'écoute canadienne et américaine ne pourront être vérifiées qu'au Québec.

TABLEAU 9

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs francophones bilingues
selon l'émission et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa	74	757	49	8*	888
The Beachcombers	23	9	14	17	63
	97	766	63	25	951
<u>Américaine</u>					
La femme bionique	31	424	30	1	486
Three's Company	117	222	176	94	609
	148	646	206	95	1095
Total	245	1412	269	120	2046

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

3.3.5.1. Vérification de l'hypothèse no 4

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires francophones bilingues des quatre régions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Rappelons que notre quatrième hypothèse veut que la taille de l'auditoire francophone bilingue de l'émission "Grand-papa"

TABLEAU 10.

Ordre hypothétique et réel des auditoires francophones bilingues ('00)
selon la région.

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	GRA.P.	BEA.C.	FEM.B.	THR.C.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
14,191 (100.0)	5,870 (41.4)	4,416 (31.1)	2,832 (20.0)	1,072 (7.5) *
Atlantique :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
1,412 (9.9)	498 (35.2)	405 (28.7)	326 (23.1)	183 (13.0)
Québec :	GRA.P.	FEM.B.	THR.C.	BEA.C.
10,790 (76.0)	5,234 (48.5)	4,079 (37.8)	1,258 (11.7)	219 (2.0)
Ontario :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
1,346 (9.5)	699 (51.9)	259 (19.2)	255 (19.0)	133 (9.9)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
619 (4.4)	377 (60.9)	188 (30.4)	33 (5.3)	21 (3.4)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

soit plus grande que celle de l'émission "The Beachcombers" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company.

Les francophones bilingues de l'ensemble du pays et du Québec sont significativement plus nombreux à regarder l'émission canadienne-française "Grand-papa" qu'ils ne le sont à regarder l'émission américaine-française "La femme bionique".

Ils confirment donc la première partie de notre hypothèse à l'exception des jeunes de 2 à 17 ans, des étudiants, des membres de ménages de 5 personnes et plus ainsi que des non-chefs de ménage qui préfèrent, en plus grand nombre, regarder "La femme bionique". Malgré leur petit nombre, les fermiers et pêcheurs francophones bilingues préfèrent "La femme bionique" au Québec et "Three's Company" dans l'ensemble du pays.¹

Pour ce qui est de la deuxième partie de l'hypothèse, elle est fortement infirmée dans l'ensemble du pays et au Québec, l'émission "the Beachcombers" prenant plus souvent la quatrième place que la deuxième. Elle est cependant confirmée chez les francophones bilingues âgés de 2 à 6 ans, "The Beachcombers" prenant la seconde place, alors que "Grand-papa" prend la dernière.

¹ Voir appendice A, tableaux nos 21 à 25, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

Malgré le petit nombre d'auditeurs francophones bilingues des autres régions, nous pouvons noter que l'émission "The Beachcombers" prend la seconde place en Ontario, dans l'Ouest et l'Atlantique, confirmant ainsi notre hypothèse. Par contre, l'émission américaine anglaise "Three's Company", qui aurait dû prendre la dernière place, est nettement la plus populaire dans ces trois régions et infirme notre hypothèse.

Notons aussi que les francophones bilingues âgés de 7 à 17 ans, et les étudiants choisissent d'abord les deux émissions américaines; ceux du Québec favorisent "La femme bionique" alors que ceux des trois autres régions favorisent "Three's Company".

3.3.5.2. Ecoute canadienne et américaine des francophones bilingues

Les francophones bilingues représentent près d'un million et demi d'auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une faible majorité, soit 51.1%, a regardé des émissions américaines et une large minorité (48.9%) des émissions canadiennes.

3.3.5.2.1. Selon la région

Les trois-quarts de ces auditeurs francophones bilingues résident au Québec où la majorité tend à préférer faiblement les émissions canadiennes (50.5%). Ceux qui viennent de la région de l'Atlantique, tendent aussi à favoriser les émissions canadiennes (51.8%).

Quant aux francophones bilingues de l'Ontario et de l'Ouest, ils favorisent nettement les émissions américaines (61.8 et 64.3%), au point où le nombre d'auditeurs d'émissions canadiennes devient trop faible pour permettre l'identification de variations significatives selon les données socio-démographiques.

¹ Voir appendice B, tableaux nos 21 à 25, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.5.2.2. Selon le sexe

Les auditeurs masculins de la région de l'Atlantique et les auditeurs féminins du Québec regardent significativement plus, que ne le font les auditeurs de l'autre sexe de leur région, les émissions canadiennes (58.4 et 56.9%).

Le poids des francophones bilingues de la région de l'Atlantique étant faible, comparé à celui du Québec (environ 1 pour 8), les francophones bilingues de sexe masculin montrent, au niveau de l'ensemble du pays une nette préférence pour les émissions américaines (55.7%) alors qu'à l'inverse, une préférence pour les émissions canadiennes, s'observe chez les francophones bilingues de sexe féminin, 53.4% regardant les émissions canadiennes.

3.3.5.2.3. Selon l'âge

A mesure qu'ils vieillissent, les francophones bilingues écoutent de plus en plus les émissions canadiennes. Cette augmentation est cependant moins rapide et importante qu'elle ne l'est chez les francophones unilingues. Le taux d'écoute d'émission américaine reste majoritaire (57.9%) jusqu'à 18 - 24 ans et le taux d'écoute d'émissions canadiennes ne dépasse pas 66.8% chez les 65 ans et plus alors qu'il atteint 72.8% chez les francophones unilingues.

Notons une légère baisse d'écoute canadienne dans le groupe des 35 à 49 ans et une primauté étonnante des émissions américaines chez les enfants de 2 à 6 ans (100%) et de 7 à 11 ans (94.5%) du Québec.

3.3.5.2.4. Selon la scolarité

Pour l'ensemble du pays, seuls les auditeurs francophones bilingues ayant une scolarité universitaire complétée écoutent significativement plus d'émissions américaines (55.8%) que ne le font la moyenne des francophones bilingues (51.1%). Cette observation vaut pour le Québec, où les auditeurs n'ayant aucune scolarité ou une scolarité commerciale et technique sont ceux qui regardent le plus d'émissions canadiennes (57.1 et 55.2%).

3.3.5.2.5. Selon l'activité et l'occupation

Dans l'ensemble du pays, les francophones bilingues qui sont retraités ou tiennent maison, qui sont professionnels ou employés de ventes regardent significativement plus d'émissions canadiennes (59.0, 55.7, 53.4 et 53.3% respectivement) que ne le font l'ensemble des francophones bilingues (48.9%). A l'opposé, les francophones bilingues travaillant à temps partiel (44.2%), les étudiants (34.5%), les fermiers et pêcheurs (27.4%), ainsi que les ouvriers spécialisés (43.9%) regardent significativement moins d'émissions canadiennes.

L'écoute plus américaine des travailleurs à temps partiel et des ouvriers spécialisés est due exclusivement aux francophones hors Québec; dans tous les autres cas, le niveau national d'écoute canadienne des francophones bilingues est pratiquement le même que celui du Québec.

3.3.5.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage.

Les francophones bilingues membres de ménage de trois personnes et moins, ainsi que le chef de ménage féminin écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (54.5 à 58.5 et 60.0%) que ne le font l'ensemble des francophones bilingues. A l'opposé, les membres de ménages de quatre personnes et plus (37.7 à 44.7%) et les membres non-chefs de ménage regardent significativement moins d'émissions canadiennes.

La situation est la même au Québec alors que dans la région de l'Atlantique, les variations semblent dues à la faible taille des auditoires francophones bilingues.

3.3.5.2.7. Selon le quintile d'écoute

Dans l'ensemble du pays, le francophone bilingue consommateur minimum d'émissions télévisées regarde nettement plus d'émissions canadiennes (53.9%) que le francophone bilingue moyen (48.9%).

Cette situation est cependant causée par les francophones bilingues hors Québec, puisque dans cette région c'est plutôt le grand consommateur de télévision qui regarde plus d'émissions canadiennes (55.4%).

3.3.5.3. L'auditoire francophone bilingue en résumé

3.3.5.3.1. Vérification de l'hypothèse no 4

Notre quatrième hypothèse veut que la taille de l'auditoire francophone bilingue de l'émission "Grand-papa" soit plus grande que celle de l'émission "The Beachcombers" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company".

Les résultats confirment notre hypothèse au Québec seulement, pour ce qui est de l'émission "Grand-papa". Les résultats confirment aussi notre hypothèse, au niveau national, pour ce qui est de l'émission "Grand-papa" alors qu'ils l'infirmement pour ce qui est de l'émission "The Beachcombers", qui est la moins populaire auprès de l'ensemble des francophones bilingues.

Notons encore que les jeunes de 2 à 17 ans, les étudiants, les membres de ménages de cinq personnes et plus ainsi que les non chefs préfèrent "La femme bionique" à "Grand-papa" alors que les 2 à 6 ans confirment l'hypothèse relative à l'émission canadienne-anglaise.

3.3.5.3.2. Ecoute canadienne et américaine des francophones bilingues

Une faible majorité (51.1%) des francophones

bilingues a regardé des émissions américaines.

Cette majorité n'est due qu'aux francophones bilingues de l'Ontario et de l'Ouest qui favorisent nettement les émissions américaines (61.8 et 64.3%), alors que ceux du Québec et de l'Atlantique ont une écoute canadienne faiblement majoritaire (50.5 et 51.8%).

L'écoute canadienne augmente avec l'âge du francophone bilingue; elle est plus élevée chez les femmes, les non scolarisés, les retraités, ceux qui tiennent maison, les professionnels et les employés des ventes; elle est aussi plus élevée chez les membres de ménages de trois personnes et moins, les chefs de ménages féminins et les consommateurs minimum d'émissions télévisées.

Par contre, l'écoute est plus américaine chez les jeunes, ceux qui ont complété une scolarité universitaire, les étudiants, les travailleurs à temps partiel, les fermiers ou pêcheurs et les ouvriers spécialisés. L'écoute américaine est aussi plus élevée chez les membres des ménages de 4 personnes et plus et les membres non chefs de ménage.

3.3.6. L'auditoire anglophone unilingue

La grande majorité (94.6%) de l'auditoire anglophone est unilingue, et plus des trois quarts des anglophones unilingues résident en Ontario (36.6%) et dans l'Ouest du pays (40.2%). Près de 20% résident dans la région de l'Atlantique et moins de 5% au Québec.

L'analyse portera donc essentiellement sur les trois régions à majorité anglophones et l'ensemble du pays. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour tenir compte des deux émissions de langue française et de l'émission "The Beachcombers" au Québec.

TABLEAU 11

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs anglophones unilingues
selon l'émission et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa The Beachcombers	<u>1</u> 228	<u>2</u> <u>16</u>	<u>0</u> 223	<u>2</u> 490	<u>5</u> * 957
	229	<u>18</u>	223	492	962
<u>Américaine</u>					
La femme bionique Three's Company	<u>0</u> 1162	<u>1</u> 95	<u>2</u> 1852	<u>0</u> 2605	<u>3</u> 5714
	1162	96	1854	2605	5717
Total	1391	114	2077	3097	6679

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

3.3.6.1. Vérification de l'hypothèse no 5

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires anglophones unilingues des quatre émissions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Rappelons que notre cinquième hypothèse veut que la taille de l'auditoire anglophone unilingue de l'émission "The Beachcombers"

TABLEAU 12

Ordre hypothétique et réel des auditoires anglophones unilingues ('00)
selon la région.

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	BEA.C.	THR.C.	GRA.P.	FEM.B.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
40,533 (100.0)	27,307 (67.4)	13,167 (32.5)	31 (0.1)	28 (0.1) *
Atlantique :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
8,041 (19.8)	4,802 (59.7)	3,232 (40.2)	7 (0.1)	0 (-)
Québec :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
1,362 (3.4)	943 (69.3)	410 (30.1)	6 (0.4)	3 (0.2)
Ontario :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
14,853 (36.6)	11,095 (74.7)	3,730 (25.1)	28 (0.2)	0 (-)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
16,276 (40.2)	10,466 (64.3)	5,794 (35.6)	16 (0.1)	0 (-)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

soit plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

L'hypothèse est vérifiée, au niveau national, par la prépondérance des deux émissions de langue anglaise sur les deux émissions de langue française, qui ne sont que très faiblement écoutées par les anglophones unilingues.

L'hypothèse est cependant infirmée à l'intérieur de ces deux groupes d'émissions, les émissions américaines regroupant un plus large auditoire anglophone unilingue que ne le font les émissions canadiennes.

Notons que cette infirmation de l'hypothèse est peu significative pour les émissions de langue française qui ont des auditoires anglophones de très faibles tailles.

L'analyse par région et par variables socio-démographiques ne touchera que les émissions de langue anglaise.

3.3.6.1.1. Selon la région

Quelle que soit la région, l'émission

américaine-anglaise est toujours plus populaire, auprès des anglophones unilingues, que ne l'est l'émission canadienne-anglaise, ce qui infirme notre hypothèse. L'écoute des émissions de langue française est pratiquement négligeable et confirme en ce sens, notre hypothèse.

3.3.6.1.2. Selon les variables socio-démographiques¹

A cause du petit nombre d'auditeurs québécois anglophones unilingues qui regardent une autre émission que "Three's Company" nous n'observons aucune variation significative selon les données socio-démographiques de cette région.

Deux groupes d'auditeurs font exception à l'infirmité de notre hypothèse, pour l'ensemble du pays: les anglophones unilingues de 2 à 11 ans et ceux qui n'ont aucune scolarité regardent en plus grand nombre "The Beachcombers" que "Three's Company" et confirment notre hypothèse.

Notre hypothèse est aussi confirmée par les anglophones unilingues âgés de 2 à 6 ans et n'ayant aucune scolarité, résidents de l'Ontario et de l'Ouest, ainsi que par les résidents anglophones unilingues de l'Atlantique âgés de 2 à 11 ans, sans scolarité ou ayant une scolarité élémentaire.

¹ Voir appendice A, tableaux nos 26 à 30, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.6.2. Écoute canadienne et américaine des anglophones unilingues

Les anglophones unilingues représentent plus de quatre millions d'auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une faible minorité, soit 32.6%, a regardé des émissions canadiennes et une forte majorité, 67.4%, a regardé des émissions américaines.

3.3.6.2.1. Selon la région

En Ontario, les anglophones unilingues écoutent significativement plus les émissions américaines (74.9%) que ne le font l'ensemble des anglophones unilingues (67.4%). Par contre, dans la région de l'Atlantique l'écoute des anglophones unilingues est significativement plus canadienne (40.3%):

Le nombre d'auditeurs anglophones unilingues de la région du Québec est trop petit pour permettre l'identification de variations significatives selon les données socio-démographiques; la suite de l'analyse ne portera que sur les trois autres régions.

¹ Voir appendice B, tableaux nos 26 à 30, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.6.2.2. Selon le sexe

Les anglophones unilingues de sexe masculin de l'ensemble du pays et de chacune des régions tendent à écouter plus fréquemment les émissions canadiennes (35.8%) que ne le font les anglophones unilingues de sexe féminin (29.6). Les hommes de la région de l'Atlantique écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (45.3%) que ne le font les femmes de cette région (34.8%), les hommes de l'Ouest (37.8%) et de l'Ontario (28.0%). Les femmes de l'Ouest et de l'Atlantique écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (33.8% et 34.8%) que ne le font celles de l'Ontario (22.6%).

3.3.6.2.3. Selon l'âge

L'écoute canadienne est à son niveau le plus élevé chez les anglophones unilingues de 2 à 6 ans (79.0%), elle baisse mais reste supérieure à la moyenne chez ceux de 7 à 11 ans (50.5%), atteint un minimum chez les anglophones unilingues de 18 à 24 ans (17.3%) pour ensuite remonter et atteindre 39.6% chez les 55 ans et plus.

Cette baisse d'écoute canadienne, entre 2 et 24 ans, suivie d'une remontée s'observe chez les anglophones unilingues de toutes les régions à majorité anglophone. Notons cependant une nouvelle baisse d'écoute canadienne chez les anglophones unilingues de 65 ans et plus de la région de l'Atlantique.

3.3.6.2.4. Selon la scolarité

Les anglophones unilingues n'ayant aucune scolarité ou une scolarité élémentaire regardent significativement plus d'émissions canadiennes (79.9 et 43.1%) que ne le font l'ensemble des anglophones unilingues. A l'opposé les anglophones unilingues de scolarité secondaire, commerciale ou technique sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines (72.6, 74.5 et 75.5%).

Une variation régionale ressort plus nettement que les autres: dans la région de l'Atlantique les anglophones unilingues ayant commencé des études universitaires écoutent plus d'émissions canadiennes (50.7%) alors que ceux qui ont terminé des études universitaires sont ceux qui regardent le plus d'émissions américaines (78.0%).

3.3.6.2.5. Selon l'activité et l'occupation

Au niveau national, seuls les anglophones unilingues retraités ont une écoute canadienne (39.3%) supérieure à l'écoute anglophone unilingue moyenne (32.6%).

En Atlantique, les anglophones unilingues non-travailleurs, les étudiants et les professionnels écoutent plus d'émissions canadiennes (44.0, 46.6 et 48.5%) que le font les anglophones-unilingues de leur région (40.3%) et de même type d'activité (36.3, 33.8 et 30.4%).

En Ontario, seuls les retraités ont une écoute canadienne (37.0%) plus forte que l'écoute régionale (25.1%) alors que les ouvriers spécialisés de l'Ouest sont les seuls à avoir une écoute canadienne (40.4%) plus élevée que celle de leur région (35.7%) et de leur catégorie professionnelle (31.2%).

3.3.6.2.6. Selon le statut, la taille et la présence d'enfants dans le ménage

Les anglophones unilingues membres de ménages d'une personne ou membres de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans, écoutent significativement plus d'émissions canadiennes (37.0 et 37.9%) que ne le font la moyenne des anglophones unilingues.

L'écoute canadienne est aussi plus grande chez les anglophones unilingues de l'Atlantique membres de ménages de 5 personnes (47.8%) et chez les membres non chefs (46.6%) de ménage.

3.3.6.2.7. Selon le quintile d'écoute

A quelque quintile qu'il appartienne, l'anglophone unilingue regarde plus d'émissions américaines (65.1 à 71.2%) que ne le fait l'auditeur canadien du même quintile.

Dans l'Atlantique, le consommateur minimum (80.9%) et le petit consommateur (63.7%) regardent plus d'émissions

américaines alors que le grand consommateur (46.7%) regarde plus d'émissions canadiennes que la moyenne des anglophones unilingues de cette région. En Ontario, le consommateur minimum (30.1%) regarde plus d'émissions canadiennes tandis que le petit consommateur (80.7%) et le consommateur moyen (79.8%) regardent plus d'émissions américaines.

3.3.6.3. L'auditoire anglophone unilingue en résumé

3.3.6.3.1. Vérification de l'hypothèse no 5

Notre cinquième hypothèse veut que la taille de l'auditoire anglophone unilingue de l'émission "The Beachcombers" soit plus grande que celle de l'émission "Three's Company" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Grand-papa", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

L'hypothèse est largement confirmée quant à la prépondérance des deux émissions de langue anglaise chez les auditeurs anglophones unilingues. Elle est cependant nettement infirmée par la prépondérance de l'émission américaine-anglaise sur l'émission canadienne-anglaise, dans l'ensemble du pays et chacune des régions.

Nous observons cependant que les anglophones unilingues âgés de 2 à 11 ans et n'ayant aucune scolarité confirment notre hypothèse, en étant plus nombreux à écouter "The Beachcombers" qu'ils n'écourent "Three's Company".

L'écoute des émissions de langue française est pratiquement négligeable et confirme, en ce sens, notre hypothèse.

3.3.6.3.2. Ecoute canadienne et américaine
des anglophones unilingues

Une large majorité (67.4%) des anglophones unilingues écoutent des émissions américaines.

Ce sont les anglophones unilingues de l'Atlantique, les hommes, les jeunes, ceux qui n'ont pas de scolarité ou qui ont une scolarité élémentaire, les retraités, les membres des ménages d'une personne et des ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans qui écoutent le plus d'émissions canadiennes.

A l'opposé, les sous-groupes suivants écoutent plus d'émissions américaines: les Ontariens, les femmes, les jeunes de 18 à 24 ans et ceux qui ont une scolarité secondaire, commerciale ou technique.

3.3.7. L'auditoire anglophone bilingue

La majorité (68.2%) de l'auditoire anglophone bilingue réside au Québec (39.0%) et en Ontario (29.2%). Les régions de l'Atlantique et de l'Ouest en comptent à peine 16% chacune, soit environ 50,000 auditeurs. Le tableau suivant indique que le nombre de cahiers d'écoute est insuffisant pour l'analyse des deux émissions canadiennes, de l'émission américaine-française dans toutes les régions et de l'émission américaine-anglaise en Atlantique.

TABLEAU 13

Répartition des cahiers d'écoute des auditeurs anglophones bilingues
selon l'émission et la région

Emission	Région				
	Atlantique	Québec	Ontario	Ouest	Canada
<u>Canadienne</u>					
Grand-papa The Beachcombers	2	18	2	0	22*
	17	9	7	11	44
	19	27	9	11	66
<u>Américaine</u>					
La femme bionique Three's Company	2	21	0	0	23
	73	91	139	97	400
	75	112	139	97	423
Total	94	139	148	108	489

* Moins de 75 cahiers d'écoute.

3.3.7.1. Vérification de l'hypothèse no 6

Le tableau suivant donne l'ordre hypothétique et l'ordre réel des auditoires anglophones bilingues des quatre émissions. Il donne aussi la taille et le pourcentage de chacun des auditoires pour chacune des régions.

Rappelons que notre sixième et dernière hypothèse veut que la taille de l'auditoire anglophone bilingue de l'émission

TABLEAU 14

Ordre hypothétique et réel des auditoires anglophones bilingues ('00)
selon la région

	Rang 1	Rang 2	Rang 3	Rang 4
<u>Hypothèse</u> :	BEA.C.	GRA.P.	THR.C.	FEM.B.
<u>Résultats</u> :	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
Canada :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
3,314 (100.0)	2,209 (66.7)	737 (22.2)	230 (6.9)	138 (4.2) *
Atlantique :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
531 (16.0)	277 (52.2)	233 (43.9)	12 (2.3)	9 (1.7)
Québec :	THR.C.	BEA.C.	FEM.B.	GRA.P.
1,291 (39.0)	698 (54.1)	262 (20.3)	218 (16.9)	113 (8.8)
Ontario :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
969 (29.2)	831 (85.8)	128 (13.2)	10 (1.0)	0 (-)
Ouest :	THR.C.	BEA.C.	GRA.P.	FEM.B.
518 (15.6)	404 (78.0)	114 (22.0)	0 (-)	0 (-)

* Les tailles d'auditoires encadrées sont estimées à partir de moins de 75 cahiers d'écoute.

"The Beachcombers" soit plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Les résultats infirment notre hypothèse l'émission américaine-anglaise prenant la première place avec un auditoire trois fois plus grand que celui de l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers".

3.3.7.1.1. Selon la région et les variables socio-démographiques¹

Seul l'auditoire de "Three's Company" est suffisamment important pour nous permettre d'identifier des variations significatives selon la région et les variables socio-démographiques. Nous ne pouvons donc pas approfondir l'analyse de notre hypothèse relative aux anglophones bilingues. Notons seulement que nous n'observons aucune variation significative au niveau de chacune des variables, pour l'ensemble du pays.

¹ Voir appendice A, tableaux nos 31 à 35, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.7.2. Écoute canadienne et américaine des anglophones bilingues

Les anglophones bilingues représentent plus de trois cent mille auditeurs hebdomadaires ayant regardé au moins une des quatre émissions à l'étude.¹

Une petite minorité, soit 26.4%, a regardé des émissions canadiennes et une forte majorité, 73.6%, a regardé des émissions américaines.

3.3.7.2.1. Selon la région

L'écoute des émissions canadiennes est plus forte dans la région de l'Atlantique (45.6%), mais plus faible en Ontario (14.2%) que ne l'est la moyenne d'écoute des anglophones bilingues du pays.

Le nombre d'auditeurs anglophones bilingues de chacune des quatre régions est trop petit pour permettre l'identification de variations significatives selon les données socio-démographiques.

¹ Voir appendice B, tableaux 31 à 35, pour les ventilations par variables socio-démographiques.

3.3.7.3. L'auditoire anglophone bilingue en résumé

3.3.7.3.1. Vérification de l'hypothèse no 6

Notre sixième et dernière hypothèse veut que la taille de l'auditoire anglophone bilingue de l'émission "The Beachcombers" soit plus grande que celle de l'émission "Grand-papa" qui, à son tour, aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "Three's Company", et que cette dernière aura une taille d'auditoire plus grande que celle de "La femme bionique".

Les résultats infirment notre hypothèse:

l'émission américaine-anglaise "Three's Company" étant largement prépondérante dans l'ensemble du pays (66.7%) et chacune des régions, suivie de l'émission "The Beachcombers" alors que l'auditoire anglophone bilingue d'émissions françaises est pratiquement nul, sauf au Québec.

3.3.7.3.2. Ecoute canadienne et américaine des anglophones bilingues

Près des trois-quarts (73.6%) des anglophones bilingues écoutent des émissions américaines. Cette écoute américaine est plus forte en Ontario (85.8%) et plus faible dans la région de l'Atlantique (54.4%). Les tailles d'auditoires sont trop faibles pour identifier des variations selon des données socio-démographiques.

4. Synthèse

4.1. Vérification de l'hypothèse

4.1.1. Selon la région et le type linguistique

Notre hypothèse voulant que les canadiens préfèrent les émissions canadiennes est confirmée par une des quatre émissions à l'étude; il s'agit de l'émission canadienne-française "Grand-papa" qui, avec un auditoire hebdomadaire moyen de plus de deux millions de téléspectateurs, est, en conformité avec notre hypothèse, la seconde émission de divertissement la plus populaire, parmi les quatre émissions à l'étude.

L'émission américaine-anglaise "Three's Company" est, avec un auditoire hebdomadaire moyen supérieur à trois millions de téléspectateurs canadiens, la plus populaire des quatre émissions à l'étude. Elle infirme donc notre hypothèse et ce, pour l'ensemble du pays et l'ensemble des anglophones, qu'ils soient unilingues ou bilingues, de quelques régions que ce soit.

L'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers" qui aurait dû être, selon notre hypothèse, la plus populaire a un auditoire hebdomadaire moyen d'un million et demi de téléspectateurs. Elle est moins populaire que ne l'est l'émission américaine-française "La femme bionique" qui aurait dû être, par hypothèse, la moins populaire et qui est regardée en moyenne chaque semaine, par plus d'un million huit-cent milles téléspectateurs canadiens.

Notre hypothèse est vérifiée partiellement pour ce qui est de la popularité de l'émission "Grand-papa": l'ensemble des francophones, les francophones unilingues et bilingues du Canada et du Québec, l'ensemble des francophones et les francophones unilingues de la région de l'Atlantique, et même les francophones unilingues de l'Ontario sont plus nombreux à écouter "Grand-papa" qu'ils ne le sont à écouter "La femme bionique" ou toute autre émission.

A l'exception des cas où "La femme bionique" est la plus populaire après "Grand-papa", les trois autres émissions ne sont pas dans l'ordre prévu chez les francophones ni chez les anglophones.

Notre hypothèse est donc, dans l'ensemble, plus souvent confirmée par les francophones qu'elle ne l'est par les anglophones. Elle est aussi plus souvent confirmée par les canadiens unilingues, qu'elle ne l'est par les canadiens bilingues.

Notons que les francophones unilingues de l'Atlantique sont les seuls qui confirment notre hypothèse en fonction des quatre émissions.

4.1.2. Selon les données socio-démographiques

Ces résultats subissent relativement peu de changement en fonction des variables socio-démographiques étudiées. De plus, ces

changements sont relativement stables: ils viennent infirmer les parties de notre hypothèse confirmée par les francophones, et confirmer les parties de notre hypothèse infirmées par les anglophones.

En termes plus clairs, huit sous-groupes de francophones infirment l'hypothèse (confirmée par l'ensemble des francophones) en étant plus nombreux à écouter l'émission américaine-française "La femme bionique" qu'ils n'écoutent l'émission canadienne-française "Grand-papa". Il s'agit des jeunes âgés de 2 à 17 ans, des étudiants, des membres de ménages comptant 6 personnes et plus, des membres non chef de ménage; il s'agit aussi des francophones bilingues membres de ménages de cinq personnes, des francophones unilingues membres de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans, de l'ensemble des francophones et des francophones unilingues n'ayant aucune scolarité.

Par contre trois sous-groupes d'anglophones confirment l'hypothèse (infirmée par l'ensemble des anglophones) en étant plus nombreux à écouter l'émission canadienne-anglaise "The Beachcombers" qu'ils n'écoutent l'émission américaine-anglaise "Three's Company". Il s'agit des jeunes âgés de 2 à 6 ans, des anglophones n'ayant aucune scolarité et des résidants de la région de l'Atlantique âgés de 7 à 11 ans, ayant une scolarité élémentaire. Notons que ces variations valent essentiellement pour les francophones du Québec et les anglophones des trois autres régions.

4.2. Écoute canadienne et américaine

4.2.1. Selon la région et le type linguistique

Les francophones écoutent significativement plus d'émissions télévisées canadiennes que le font les anglophones. A peine plus de 50% des francophones écoutent des émissions canadiennes. Ce taux baisse à 40% chez les francophones de l'Ontario et de l'Ouest, qui représentent cependant moins de 10% de cette population. D'autre part, les francophones unilingues ont une faible tendance à écouter plus d'émissions canadiennes que ne le font les francophones bilingues.

Environ 33% des anglophones écoutent des émissions canadiennes. Ce taux baisse à près de 25% chez les anglophones de l'Ontario et l'ensemble des anglophones bilingues; il tombe à 15% chez les anglophones bilingues de l'Ontario. Notons qu'à peine plus de 5% des téléspectateurs anglophones sont bilingues.

A l'opposé, le taux d'écoute des émissions canadiennes est de 40% chez les anglophones de la région de l'Atlantique et de 45% chez les anglophones bilingues de la même région. L'Atlantique se distingue, pour la seconde fois, en étant la seule région où le bilinguisme favorise l'écoute d'émissions canadiennes.

4.2.2. Selon les variables socio-démographiques

Les anglophones de sexe masculin écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font les anglophones de sexe féminin. Cette distinction est particulièrement forte chez les anglophones unilingues de la région de l'Atlantique.

A l'opposé, ce sont les francophones de sexe féminin qui écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font les francophones de sexe masculin. Les francophones de sexe masculin de l'Atlantique, tout particulièrement s'ils sont bilingues, écoutent cependant plus d'émissions canadiennes que ne le font les francophones de sexe féminin de cette région.

Les jeunes anglophones âgés de 2 à 17 ans, écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font les anglophones plus âgés; ils écoutent en majorité des émissions canadiennes de 2 à 11 ans, mais le taux d'écoute canadienne baisse en fonction de l'augmentation d'âge. Les jeunes francophones âgés de 2 à 17 ans écoutent plus d'émissions américaines que ne le font les francophones plus âgés; ils écoutent en majorité des émissions américaines, qu'ils soient unilingues ou bilingues mais le taux d'écoute américaine baisse en fonction de l'augmentation de l'âge.

Les anglophones âgés de 18 à 24 ans sont ceux qui écoutent

le plus d'émissions américaines. Le taux d'écoute canadienne est inférieur à 20% pour ce groupe d'âge et augmente en fonction de l'âge pour atteindre près de 40% chez les anglophones de 55 ans et plus. Les francophones âgés de 18 à 24 ans sont les plus jeunes à avoir une écoute canadienne majoritaire. Le taux d'écoute canadienne augmente alors en fonction de l'âge pour atteindre 70% chez les francophones de 65 ans et plus. Notons que ce taux est plus fort chez les francophones bilingues.

Les anglophones n'ayant aucune scolarité et, à un moindre degré, les anglophones ayant une scolarité élémentaire sont ceux qui écoutent le plus d'émissions canadiennes.

A l'opposé, les francophones unilingues n'ayant aucune scolarité et les francophones bilingues ayant complété une scolarité universitaire sont ceux qui écoutent le plus d'émissions américaines. D'autre part, ce sont les anglophones unilingues ayant complété des études secondaires, commerciales ou techniques qui écoutent le plus d'émissions américaines alors que ce sont les francophones bilingues sans scolarité ou ayant complété des études commerciales et techniques, et les francophones unilingues ayant complété des études secondaires qui écoutent le plus d'émissions canadiennes.

Pour ce qui est des non-travailleurs, les étudiants francophones, tout particulièrement s'ils sont unilingues écoutent plus d'émissions américaines que ne le font l'ensemble des francophones. A l'opposé, les retraités écoutent plus d'émissions canadiennes qu'ils

soient francophones ou anglophones. Notons qu'il s'agit du premier sous-groupe de l'échantillon qui favorise l'écoute canadienne des francophones et des anglophones. Finalement, les francophones qui tiennent maison écoutent aussi plus d'émissions canadiennes, alors que ceux qui travaillent à temps partiel écoutent plus d'émissions américaines que ne le font l'ensemble des francophones.

Aucune variation d'écoute ne mérite d'être mentionnée chez les non-travailleurs anglophones, à l'exception du cas des retraités. Nous n'observons pas plus de variations chez les anglophones qui travaillent. L'occupation apparaît être une variable moins importante que ne le sont le sexe, l'âge et la scolarité. Notons cependant que les fermiers et pêcheurs francophones unilingues écoutent plus d'émissions canadiennes alors que les fermiers et pêcheurs francophones bilingues écoutent plus d'émissions américaines que ne le font l'ensemble des francophones; notons de plus que les exécutifs et gérants francophones unilingues, ainsi que les professionnels et employés des ventes francophones bilingues écoutent aussi plus d'émissions canadiennes que ne le font l'ensemble des francophones.

Les anglophones membres de ménages d'une personne et les francophones membres de ménages de trois personnes et moins écoutent plus d'émissions canadiennes. Par contre les francophones bilingues membres de ménages de quatre personnes et plus ainsi que les francophones unilingues membres de ménages de 6 personnes et plus écoutent plus d'émissions américaines. Nous avons donc ici un deuxième

sous-groupe de l'échantillon favorisant dans le même sens l'écoute canadienne des francophones et des anglophones.

Les anglophones membres de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans écoutent plus d'émissions canadiennes que ne le font l'ensemble des anglophones. A l'opposé, les francophones unilingues membres de ménages ayant un ou des enfants de moins de 12 ans écoutent plus d'émissions américaines que ne le font l'ensemble des francophones.

Nous n'observons pas de variations d'écoute selon le statut dans le ménage des anglophones. Chez les francophones, le chef de ménage féminin et bilingue écoute plus d'émissions canadiennes que ne le fait le chef de ménage masculin et le non chef bilingue alors que le chef de ménage féminin et masculin unilingue écoute plus d'émissions canadiennes que ne le fait le non chef unilingue.

L'anglophone petit consommateur et l'anglophone unilingue consommateur minimum d'émissions télévisées sont ceux qui regardent le plus d'émissions américaines alors que l'anglophone grand consommateur d'émissions télévisées est celui qui regarde le plus d'émissions canadiennes.

Par contre le francophone consommateur minimum d'émissions télévisées est celui qui regarde le plus d'émissions canadiennes alors que le francophone unilingue consommateur moyen est celui qui regarde le plus d'émissions américaines.

5. Conclusion

Cette étude basée sur quatre émissions de divertissement écoutées, à l'automne 1978 par près de 9 millions d'auditeurs canadiens nous permet de tirer certaines conclusions qui s'appliquent à l'ensemble de l'auditoire canadien.

Une première conclusion apparaît évidente. S'il faut freiner l'augmentation d'écoute des émissions télévisées américaines, le frein devrait être appliqué en priorité pour les téléspectateurs anglophones, tout particulièrement pour les téléspectateurs anglophones de l'Ontario et, à un moindre degré, de l'Ouest canadien. Les émissions américaines sont nettement moins envahissantes pour les résidents de la région de l'Atlantique et les francophones du Québec.

La deuxième conclusion est d'ordre plus pratique: le Canadien, tout particulièrement s'il est anglophone, a fort peu tendance à écouter des émissions dans une langue autre que sa langue maternelle ou sa langue d'usage; il préférera regarder une émission américaine, diffusée dans sa langue, qu'une émission canadienne, diffusée dans une langue qui n'est pas la sienne. Et les producteurs américains mettent à sa disposition un grand nombre d'émissions en anglais et en français, alors que les producteurs canadiens se donnent rarement la peine de traduire leurs émissions en français ou en anglais. De fait aucune des émissions canadiennes diffusées durant la période couverte par notre étude n'est une traduction.

L'on pourrait sûrement faire augmenter le taux d'écoute canadienne chez les femmes anglophones en traduisant l'émission "Grand-papa" en anglais; les femmes anglophones écoutent moins d'émissions canadiennes que ne le font les hommes anglophones alors que l'émission "Grand-papa" est particulièrement populaire chez les téléspectateurs de sexe féminin.

La troisième conclusion est d'ordre plus général. Les données recueillies par le "B.B.M. of Measurement" ne permettent pas d'estimer directement et avec précision les possibilités d'échange entre les émissions télévisées canadiennes-françaises et canadiennes-anglaises. Elles suffisent cependant pour affirmer que les anglophones ne s'intéressent pas aux émissions canadiennes-françaises et que les francophones ne s'intéressent que très peu aux émissions canadiennes-anglaises, qu'ils soient bilingues ou non.

Les données suffisent aussi pour affirmer que les anglophones préfèrent les émissions américaines aux émissions canadiennes, ce qui n'est pas le cas des francophones. Dans ces conditions, favoriser une plus large diffusion d'émissions canadiennes n'assurera pas l'augmentation de l'écoute canadienne des anglophones; il serait de toute façon utopique d'espérer concurrencer l'augmentation de diffusion des émissions étrangères au niveau de la quantité: la production canadienne est près d'atteindre le maximum de son potentiel alors que le potentiel de diffusion ne cesse de se multiplier par le développement de la câblodistribution et de la télévision à péage.

La solution ne se trouvant pas dans la quantité, il faudra la chercher dans la qualité, ce qui nous ramène, à notre avis, au problème de l'identité canadienne.

En ce sens, les cotes d'écoute que nous venons d'étudier permettent plusieurs interprétations:

Nous pourrions penser d'abord que les émissions canadiennes de langue française reflètent mieux l'identité canadienne que ne le font les émissions canadiennes de langue anglaise. Ce qui expliquerait l'écoute canadienne nettement plus importante des francophones.

Nous pourrions penser aussi, sur la base des mêmes données, que l'identité canadienne-française est distincte de l'identité canadienne-anglaise. Ce qui expliquerait la faible écoute des émissions de l'autre langue.

Nous pourrions penser encore que l'identité canadienne implique des éléments de la culture américaine, et que ces éléments sont plus importants pour les canadiens-anglais qu'ils ne le sont pour les canadiens-français. Ce qui expliquerait l'importance et l'importance relative de l'écoute des émissions américaines au Canada.

Et nous pourrions conclure qu'une émission canadienne sera plus populaire qu'une émission américaine à condition qu'elle transmette plus d'éléments culturels canadiens et américains reconnus par les

Canadiens, que ne le fait l'émission américaine. Ce qui expliquerait l'écoute relativement plus forte des émissions canadiennes de langue française par rapport aux émissions canadiennes de langue anglaise.

Nous pouvons encore poser quelques conclusions plus spécifiques qui, jusqu'à preuve du contraire, sont applicables aux auditoires étudiés et ne peuvent être attribuées à l'ensemble de l'auditoire canadien.

Une première conclusion spécifique est plutôt étonnante: le bilinguisme favorise l'écoute des émissions télévisées américaines, tout particulièrement pour le téléspectateur anglophone. Le téléspectateur de la région de l'Atlantique apparaît encore ici atypique: chez lui, le bilinguisme favorise l'écoute des émissions télévisées canadiennes.

Une seconde conclusion spécifique est que l'envahissement des émissions américaines est particulièrement menaçante pour les jeunes francophones de moins de 17 ans alors qu'il épargne les jeunes anglophones du même âge. Il apparaît urgent, en ce sens, d'améliorer largement l'attrait des émissions canadiennes-françaises qui s'adressent aux enfants et aux adolescents. Il apparaît aussi urgent d'améliorer l'attrait des émissions canadiennes-anglaises qui s'adressent aux jeunes adultes anglophones qui sont, de 18 à 24 ans, le groupe d'âge écoutant le plus d'émissions américaines.

Nous devons aussi conclure que les autres variables à l'étude

sont fortement liées à l'âge ou au sexe des auditeurs. Par exemple, les auditeurs membres d'un ménage ayant un ou des enfants de moins de 12 ans, présumément plus jeunes que la moyenne des auditeurs, écoutent plus d'émissions canadiennes, s'ils sont anglophones, et plus d'émissions américaines s'ils sont francophones. Par contre, les retraités, plus âgés que la moyenne des auditeurs, écoutent plus d'émissions canadiennes, qu'ils soient francophones ou anglophones. Ces relations sont identiques à celles que l'on observe chez les auditeurs plus jeunes et plus âgés.

Il conviendrait donc, si l'on envisage de traduire des émissions télévisées canadiennes, dans le but d'augmenter l'écoute de ces émissions, de viser l'auditoire des jeunes francophones âgés de 2 à 17 ans et de jeunes anglophones de 18 à 24 ans. La traduction ferait alors augmenter l'écoute canadienne si l'auditoire des quatre émissions à l'étude est représentatif de l'auditoire canadien.

APPENDICE A

VERIFICATION DE L'HYPOTHESE

LISTE des TABLEAUX

N ^o	1	Canada	total - total
N ^o	2	Atlantique	total - total
N ^o	3	Québec	total - total
N ^o	4	Ontario	total - total
N ^o	5	Ouest	total - total
N ^o	6	Canada	francophone total
N ^o	7	Atlantique	francophone total
N ^o	8	Québec	francophone total
N ^o	9	Ontario	francophone total
N ^o	10	Ouest	francophone total
N ^o	11	Canada	anglophone total
N ^o	12	Atlantique	anglophone total
N ^o	13	Québec	anglophone total
N ^o	14	Ontario	anglophone total
N ^o	15	Ouest	anglophone total
N ^o	16	Canada	francophone unilingue
N ^o	17	Atlantique	francophone unilingue
N ^o	18	Québec	francophone unilingue
N ^o	19	Ontario	francophone unilingue
N ^o	20	Ouest	francophone unilingue

N ^o	21	Canada	francophone bilingue
N ^o	22	Atlantique	francophone bilingue
N ^o	23	Québec	francophone bilingue
N ^o	24	Ontario	francophone bilingue
N ^o	25	Ouest	francophone bilingue
N ^o	26	Canada	anglophone unilingue
N ^o	27	Atlantique	anglophone unilingue
N ^o	28	Québec	anglophone unilingue
N ^o	29	Ontario	anglophone unilingue
N ^o	30	Ouest	anglophone unilingue
N ^o	31	Canada	anglophone bilingue
N ^o	32	Atlantique	anglophone bilingue
N ^o	33	Québec	anglophone bilingue
N ^o	34	Ontario	anglophone bilingue
N ^o	35	Ouest	anglophone bilingue

TABLEAU 1

TOTAL-TOTAL : CANADA

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	THREE'S COMPANY	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY 32968 (37.2)	GRAND-PAPA 22213 (25.1)	THREE'S COMPANY 18251 (20.6)	FEMME BIONIQUE 15128 (17.1)	88560 (100.0)
SEXE					
HOMME	14923 (38.0)	8155 (20.8)	8250 (21.0)	7899 (20.1)	39227 (44.3)
FEMME	18045 (36.6)	14058 (28.5)	19601 (20.3)	7229 (14.7)	49333 (55.7)
AGE					
2 - 6	419 (10.8)	580 (14.9)	1349 (34.7)	1543 (39.7)	3891 (4.4)
7 - 11	2228 (25.8)	1625 (18.8)	2614 (30.2)	2178 (25.2)	8645 (9.8)
12 - 17	6658 (46.9)	2564 (19.0)	3160 (22.2)	1824 (12.8)	14206 (16.0)
18 - 24	4900 (44.7)	2843 (25.9)	2210 (20.1)	1017 (9.3)	10970 (12.4)
25 - 34	5703 (36.9)	4545 (29.4)	3066 (19.8)	2159 (14.0)	15473 (17.5)
35 - 49	4643 (34.9)	3842 (24.2)	2799 (21.0)	1986 (14.9)	13320 (15.0)
50 - 54	1935 (36.0)	1808 (33.6)	1074 (20.0)	561 (10.4)	5378 (6.1)
55 - 64	3430 (36.7)	2510 (26.9)	1273 (13.6)	2123 (22.7)	9336 (10.5)
65 +	3052 (41.6)	1848 (25.2)	706 (9.6)	1737 (23.7)	7343 (8.3)
SCOLARITE					
AUCUNE	291 (9.6)	539 (17.8)	1128 (37.2)	1075 (35.4)	3033 (3.5)
ELEMENTAIRE	6621 (29.3)	5874 (26.0)	5128 (22.7)	4951 (21.9)	22574 (26.0)
DEBUT SECONDAIRE	10590 (39.8)	6731 (25.3)	5625 (21.1)	3669 (13.8)	26615 (30.7)
SECONDAIRE COMPLETE	7777 (41.7)	5042 (27.1)	3373 (18.1)	2445 (13.1)	18637 (21.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	3177 (38.2)	2399 (28.8)	1647 (20.3)	1055 (12.7)	8308 (9.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	1914 (48.2)	657 (17.5)	474 (11.9)	897 (22.3)	3972 (4.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	1254 (48.0)	621 (17.0)	555 (15.2)	723 (19.8)	3653 (4.2)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	16881 (33.8)	12828 (25.7)	11164 (22.3)	9085 (18.2)	49958 (58.6)
1 - 19	3167 (51.9)	1143 (18.7)	811 (13.3)	978 (16.0)	6099 (7.2)
20 ET PLUS	11618 (39.9)	7588 (26.0)	5678 (19.5)	4255 (14.6)	29139 (34.2)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	7729 (35.9)	4048 (18.8)	6033 (28.0)	3732 (17.3)	21542 (27.5)
RETRAITE	2059 (16.8)	1517 (27.1)	715 (12.8)	1307 (23.3)	5598 (7.1)
TIENI MAISON	5330 (33.2)	5555 (34.6)	3092 (19.2)	2075 (12.9)	16042 (20.5)
NON APPLICABLE	14787 (42.0)	8730 (24.8)	6490 (18.4)	5233 (14.8)	35240 (44.9)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	964 (42.7)	612 (27.1)	365 (16.2)	315 (14.0)	2256 (2.8)
PROFESSIONNELS	1700 (38.9)	1160 (26.5)	832 (19.0)	682 (15.6)	4374 (5.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	1920 (38.0)	1478 (29.3)	1106 (21.9)	543 (10.8)	5047 (6.2)
EMPLOYES DE VENTES	513 (36.4)	426 (30.3)	315 (22.4)	154 (10.9)	1408 (1.7)
FERMIERS ET PECHEURS	695 (53.4)	258 (19.8)	140 (10.8)	208 (16.0)	1301 (1.6)
OUVRIER SPECIALISE	2207 (44.5)	967 (19.5)	854 (17.2)	932 (18.8)	4960 (6.0)
AUTRES	2644 (39.9)	1691 (25.5)	1229 (18.6)	1059 (16.0)	6623 (8.1)
NON-TRAVAILLEURS	20049 (35.8)	13969 (24.9)	11975 (21.4)	10064 (18.0)	56057 (68.3)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	2784 (36.4)	2022 (26.5)	1285 (16.8)	1553 (20.3)	7644 (8.6)
2 PERSONNES	6764 (41.1)	4197 (25.5)	2413 (14.7)	3094 (18.8)	16468 (18.6)
3 PERSONNES	5640 (37.6)	4430 (29.5)	2828 (18.8)	2120 (14.1)	15018 (17.0)
4 PERSONNES	7800 (36.3)	5103 (23.8)	4906 (22.8)	3669 (17.1)	21478 (24.3)
5 PERSONNES	5453 (36.4)	3474 (23.2)	3436 (22.9)	2638 (17.6)	15001 (16.9)
6 ET PLUS	4527 (34.9)	2989 (23.1)	3383 (26.1)	2054 (15.9)	12953 (14.6)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	33279 (33.0)	9660 (24.0)	9571 (23.8)	7764 (19.3)	40274 (45.5)
NON	19698 (40.8)	12554 (26.0)	8678 (18.0)	7363 (15.2)	48283 (54.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	8901 (39.8)	5138 (23.0)	3819 (17.1)	4479 (20.1)	22337 (26.0)
CHEF FEMININ	9167 (34.6)	9200 (34.7)	4787 (18.1)	3361 (12.7)	26515 (30.8)
NON-CHEF	14069 (37.8)	7176 (19.3)	9062 (24.4)	6887 (18.5)	37194 (43.2)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	2739 (41.2)	1595 (24.0)	1032 (15.5)	1284 (19.3)	6650 (7.5)
PETIT CONSOMMATEUR	5442 (40.9)	3370 (25.3)	2493 (18.7)	2015 (15.1)	13320 (15.0)
CONSOMMATEUR MOYEN	6843 (37.7)	4251 (23.4)	3995 (22.0)	3074 (16.9)	18163 (20.5)
GRAND CONSOMMATEUR	8451 (36.9)	5410 (23.6)	4646 (20.3)	4371 (19.1)	22878 (25.8)
CONSOMMATEUR MAXIMUM	9493 (34.5)	7588 (27.5)	6085 (22.1)	4383 (15.9)	27549 (31.1)

TABLEAU 2

TOTAL-TOTAL : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	THREE'S COMPANY	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY 5597 (52.8)	BEACHCOMBERS 3934 (37.1)	GRAND-PAPA 621 (5.9)	FEMME BIONIQUE 451 (4.3)	10603 (100.0)
<hr/>					
SEXE					
HOMME	2635 (48.3)	2338 (42.9)	250 (4.6)	228 (4.2)	5451 (51.4)
FEMME	2962 (57.5)	1596 (31.0)	371 (7.2)	223 (4.3)	5152 (48.6)
<hr/>					
AGE					
2 - 6	61 (12.3)	405 (81.5)	6 (1.2)	25 (5.0)	497 (4.7)
7 - 11	445 (34.5)	749 (53.2)	41 (3.2)	53 (4.1)	1288 (12.1)
12 - 17	1140 (57.1)	640 (32.4)	101 (5.1)	100 (5.4)	1997 (18.8)
18 - 24	835 (66.1)	254 (20.1)	78 (6.2)	96 (7.6)	1263 (11.9)
25 - 34	1070 (56.5)	651 (34.4)	115 (6.1)	59 (3.1)	1895 (17.9)
35 - 49	779 (59.3)	407 (31.0)	38 (6.7)	40 (3.0)	1314 (12.4)
50 - 54	284 (70.5)	80 (17.5)	29 (7.1)	12 (2.9)	410 (3.9)
55 - 64	572 (49.5)	469 (40.6)	74 (6.4)	40 (3.5)	1155 (10.9)
65 +	406 (51.6)	272 (34.6)	90 (11.4)	19 (2.4)	787 (7.4)
<hr/>					
SCOLARITE					
AUCUNE	64 (17.4)	250 (68.1)	21 (5.7)	32 (8.7)	367 (3.6)
ELEMENTAIRE	1286 (40.3)	1507 (47.2)	247 (7.7)	150 (4.7)	3190 (31.0)
DEBUT SECONDAIRE	1720 (57.1)	945 (31.2)	208 (6.9)	147 (4.9)	3028 (29.4)
SECONDAIRE COMPLETE	1183 (66.5)	446 (25.1)	73 (4.1)	78 (4.4)	1780 (17.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	534 (62.4)	278 (32.5)	21 (2.5)	23 (2.7)	856 (8.3)
DEBUT UNIVERSITAIRE	254 (44.8)	277 (47.9)	35 (6.1)	7 (1.2)	578 (5.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	348 (70.7)	130 (26.4)	7 (1.4)	7 (1.4)	492 (4.8)
<hr/>					
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	2966 (47.6)	2535 (40.7)	403 (6.5)	326 (5.2)	6230 (61.0)
1 - 19	395 (62.6)	203 (32.2)	19 (3.0)	14 (2.2)	631 (6.2)
20 ET PLUS	1983 (59.1)	1087 (32.4)	181 (5.4)	105 (3.1)	3356 (32.8)
<hr/>					
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	1335 (45.8)	1257 (43.1)	141 (4.8)	181 (6.2)	2914 (31.6)
RETRAITE	305 (40.2)	321 (42.3)	102 (13.4)	31 (4.1)	759 (8.2)
TIENT MAISON	871 (56.1)	494 (31.8)	116 (7.5)	72 (4.6)	1553 (16.9)
NON APPLICABLE	2377 (59.6)	1289 (32.3)	201 (5.0)	119 (3.0)	3986 (43.3)
<hr/>					
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	128 (51.4)	96 (38.6)	21 (8.4)	4 (1.6)	249 (2.5)
PROFESSIONNELS	284 (51.4)	251 (45.5)	13 (2.4)	4 (0.7)	552 (5.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	322 (70.5)	84 (18.4)	37 (8.1)	14 (3.1)	457 (4.6)
EMPLOYES DE VENTES	87 (52.4)	56 (33.7)	8 (4.8)	15 (9.0)	166 (1.7)
FERMIERS ET PECHEURS	112 (73.7)	38 (25.0)	2 (1.3)	0 (0.0)	152 (1.5)
OUVRIER SPECIALISE	302 (62.1)	216 (35.1)	6 (1.0)	11 (1.8)	615 (6.2)
AUTRES	433 (53.7)	265 (32.8)	64 (7.9)	45 (5.6)	807 (8.2)
NON-TRAVAILLEURS	3361 (49.0)	2738 (39.9)	423 (6.2)	340 (5.0)	6862 (69.6)
<hr/>					
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	399 (50.3)	267 (33.0)	80 (10.1)	48 (6.0)	794 (7.5)
2 PERSONNES	837 (59.4)	483 (34.3)	71 (5.0)	19 (1.3)	1410 (13.3)
3 PERSONNES	1016 (56.4)	625 (34.7)	116 (6.4)	45 (2.5)	1802 (17.0)
4 PERSONNES	1178 (53.9)	826 (37.9)	114 (5.2)	68 (3.1)	2186 (20.6)
5 PERSONNES	941 (46.8)	915 (45.5)	79 (3.9)	76 (3.8)	2011 (19.0)
6 ET PLUS	1226 (51.0)	822 (34.2)	162 (6.7)	194 (8.1)	2404 (22.7)
<hr/>					
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	2671 (48.6)	2325 (42.3)	258 (4.7)	237 (4.3)	5491 (51.8)
NON	2926 (57.3)	1610 (31.5)	360 (7.0)	213 (4.2)	5109 (48.2)
<hr/>					
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	1545 (54.2)	1094 (38.1)	163 (5.7)	56 (2.0)	2848 (27.7)
CHEF FEMININ	1460 (63.6)	546 (23.8)	198 (8.6)	90 (3.9)	2294 (22.3)
NON-CHEF	2455 (47.7)	2194 (42.6)	226 (4.4)	276 (5.4)	5151 (50.0)
<hr/>					
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	370 (59.2)	124 (19.8)	82 (13.1)	49 (7.8)	625 (5.9)
PETIT CONSUMMATEUR	920 (56.5)	527 (32.4)	92 (5.7)	84 (5.5)	1628 (15.3)
CONSUMMATEUR MOYEN	1158 (50.9)	464 (42.4)	84 (3.7)	69 (3.0)	2275 (21.5)
GRAND CONSUMMATEUR	1475 (48.9)	1238 (41.0)	160 (5.3)	145 (4.8)	3018 (28.5)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	1676 (54.8)	1081 (35.3)	204 (6.7)	99 (3.2)	3060 (28.9)

TABLEAU 3

TOTAL-TOTAL : QUEBEC

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> THREE'S COMPANY	> FEMME BIONIQUE	
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 21045 (49.1)	> FEMME BIONIQUE 17481 (40.8)	> THREE'S COMPANY 3376 (7.9)	> BEACHCOMBERS 922 (2.2)	TOTAL 42818 (100.0)

SEXE

HOMME	7722 (44.0)	7880 (44.9)	1511 (8.6)	454 (2.6)	17567 (41.0)
FEMME	13323 (52.8)	9601 (38.0)	1859 (7.4)	468 (1.9)	25251 (59.0)

AGE

2 - 6	566 (29.5)	1289 (67.2)	38 (2.0)	25 (1.3)	1918 (4.5)
7 - 11	1534 (36.8)	2497 (59.9)	99 (2.4)	36 (0.9)	4166 (9.7)
12 - 17	2413 (38.5)	3015 (48.1)	724 (11.6)	111 (1.8)	6263 (14.6)
18 - 24	2702 (49.5)	2073 (34.0)	599 (11.0)	81 (1.5)	5455 (12.7)
25 - 34	4341 (54.2)	2964 (37.0)	543 (6.8)	167 (2.1)	8015 (18.7)
35 - 49	3741 (52.3)	2730 (38.2)	514 (7.2)	169 (2.4)	7154 (16.7)
50 - 54	1721 (56.8)	1029 (33.9)	211 (7.0)	70 (2.3)	3033 (7.1)
55 - 64	2348 (58.4)	1201 (29.9)	313 (7.8)	161 (4.0)	4023 (9.4)
65 +	1677 (60.1)	682 (24.5)	327 (11.7)	103 (3.7)	2789 (6.5)

SCOLARITE

AUCUNE	509 (31.4)	1069 (65.9)	33 (2.0)	10 (0.6)	1621 (3.8)
ELEMENTAIRE	5384 (49.6)	4839 (44.6)	410 (3.8)	216 (2.0)	10849 (25.7)
DEBUT SECONDAIRE	6439 (49.2)	5420 (41.4)	1064 (8.1)	160 (1.2)	13083 (31.0)
SECONDAIRE COMPLETE	4853 (51.7)	3265 (34.8)	1033 (11.0)	230 (2.5)	9381 (22.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2329 (52.4)	1628 (36.6)	388 (8.7)	98 (2.2)	4443 (10.5)
DEBUT UNIVERSITAIRE	648 (44.1)	466 (31.7)	264 (18.0)	90 (6.1)	1468 (3.5)
UNIVERSITAIRE COMEL.	577 (41.5)	545 (39.2)	167 (12.0)	102 (7.3)	1391 (3.3)

HEURES DE TRAVAIL REMUNERE

AUCUNE	12056 (47.7)	10582 (41.9)	2009 (8.0)	617 (2.4)	25264 (60.9)
1 - 19	1101 (51.6)	791 (37.1)	228 (10.7)	13 (0.6)	2133 (5.1)
20 ET PLUS	7267 (51.5)	5551 (39.4)	1069 (7.6)	211 (1.5)	14098 (34.0)

NON-TRAVAILLEUR

ETUDIANT	3804 (35.7)	5718 (53.6)	918 (8.6)	223 (2.1)	10663 (27.7)
RETRAITE	1354 (56.3)	676 (28.1)	252 (10.5)	122 (5.1)	2404 (6.2)
TIENI MAISON	5282 (57.6)	2945 (32.1)	683 (7.4)	264 (2.9)	9174 (23.8)
NON APPLICABLE	8368 (51.6)	6342 (39.1)	1297 (8.0)	225 (1.4)	16232 (42.2)

OCCUPATION

EXECUTIFS ET GERANTS	575 (52.5)	361 (33.0)	115 (10.5)	44 (4.0)	1095 (2.8)
PROFESSIONNELS	1095 (51.0)	827 (38.6)	153 (7.1)	70 (3.3)	2145 (5.4)
EMPLOYES DE BURFAUX	1418 (52.2)	1084 (39.9)	205 (7.5)	11 (0.4)	2718 (6.9)
EMPLOYES DE VENTES	413 (53.8)	299 (39.0)	55 (7.2)	0 (0.0)	767 (1.9)
FERMIERS ET PECHEURS	252 (62.2)	140 (34.6)	13 (3.2)	0 (0.0)	405 (1.0)
OUVRIER SPECIALISE	938 (47.2)	834 (41.9)	206 (10.4)	11 (0.6)	1989 (5.0)
AUTRES	1609 (53.4)	1181 (39.2)	222 (7.4)	0 (0.0)	3012 (7.6)
NON-TRAVAILLEURS	13157 (48.0)	11373 (41.5)	2237 (8.2)	630 (2.3)	27397 (69.3)

TAILLE DU MENAGE

1 PERSONNE	1896 (56.1)	1220 (36.1)	245 (7.3)	18 (0.5)	3379 (7.9)
2 PERSONNES	3953 (54.6)	2333 (32.2)	608 (8.4)	343 (4.7)	7237 (16.9)
3 PERSONNES	4236 (53.6)	2742 (34.7)	704 (8.9)	227 (2.9)	7909 (18.5)
4 PERSONNES	4866 (46.3)	4786 (45.5)	758 (7.2)	101 (1.0)	10511 (24.5)
5 PERSONNES	3329 (44.7)	3297 (44.3)	625 (8.4)	189 (2.5)	7440 (17.4)
6 ET PLUS	2765 (43.6)	3104 (48.9)	432 (6.8)	43 (0.7)	6344 (14.8)

ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS

OUI	9186 (46.3)	9105 (45.9)	1177 (5.9)	372 (1.9)	19840 (46.3)
NON	11859 (51.6)	8375 (36.4)	2194 (9.5)	550 (2.4)	22978 (53.7)

STATUT DANS LE MENAGE

CHEF MASCULIN	4844 (50.1)	3736 (38.6)	881 (9.1)	215 (2.2)	9676 (23.3)
CHEF FEMININ	8740 (60.1)	4570 (31.4)	937 (6.4)	298 (2.0)	14545 (35.0)
NON-CHEF	6810 (39.4)	8627 (49.9)	1509 (8.7)	334 (1.9)	17280 (41.6)

QUINTILLE D'ECOUTE

CONSUMMATEUR MINIMUM	1448 (52.6)	979 (35.5)	283 (10.3)	44 (1.6)	2754 (6.4)
PETIT CONSOMMATEUR	3155 (50.6)	2196 (39.4)	547 (8.8)	134 (2.2)	6232 (14.6)
CONSUMMATEUR MOYEN	4099 (46.7)	3828 (41.6)	616 (7.0)	240 (2.7)	8783 (20.5)
GRAND CONSOMMATEUR	5135 (48.9)	4410 (42.0)	736 (7.0)	210 (2.0)	10491 (24.5)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	7208 (45.5)	5870 (40.3)	1187 (8.2)	295 (2.0)	14560 (34.0)

TABLEAU 4

TOTAL-TOTAL : ONTARIO

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	THREE'S COMPANY	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
	12743 (72.4)	4128 (23.4)	451 (2.6)	283 (1.6)	17605 (100.0)
SEXE					
HOMME	5756 (70.7)	2135 (26.2)	125 (1.5)	126 (1.5)	8142 (46.2)
FEMME	6987 (73.8)	1993 (21.1)	326 (3.4)	157 (1.7)	9463 (53.8)
AGE					
2 - 6	162 (31.6)	309 (60.4)	6 (1.2)	35 (6.8)	512 (2.9)
7 - 11	856 (55.2)	588 (37.9)	42 (2.7)	64 (4.1)	1550 (8.8)
12 - 17	2250 (85.1)	311 (11.8)	46 (1.7)	36 (1.4)	2643 (15.0)
18 - 24	1937 (85.2)	234 (10.3)	62 (2.7)	41 (1.8)	2274 (12.9)
25 - 34	2418 (78.4)	530 (18.2)	64 (2.1)	43 (1.4)	3085 (17.5)
35 - 49	1710 (71.5)	635 (26.5)	38 (1.6)	9 (0.4)	2392 (13.6)
50 - 54	842 (71.5)	252 (21.4)	50 (4.2)	33 (2.8)	1177 (6.7)
55 - 64	1238 (64.3)	595 (30.9)	74 (3.8)	17 (0.9)	1924 (10.9)
65 +	1327 (64.9)	643 (31.5)	69 (3.4)	5 (0.2)	2044 (11.6)
SCOLARITE					
AUCUNE	85 (26.3)	203 (62.8)	8 (2.5)	27 (8.4)	323 (1.9)
ELEMENTAIRE	2693 (61.7)	1347 (30.9)	187 (4.3)	139 (3.2)	4366 (25.5)
DEBUT SECONDAIRE	4059 (76.6)	1107 (20.9)	76 (1.4)	57 (1.1)	5299 (30.9)
SECONDAIRE COMPLETE	2946 (76.4)	776 (20.1)	106 (2.7)	30 (0.8)	3858 (22.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1277 (81.6)	248 (15.8)	18 (1.2)	22 (1.4)	1565 (9.1)
DEBUT UNIVERSITAIRE	712 (79.7)	169 (18.4)	12 (1.3)	0 (0.0)	893 (5.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	660 (77.6)	164 (19.3)	23 (2.7)	3 (0.4)	850 (5.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	6267 (67.7)	2391 (26.1)	331 (3.6)	241 (2.6)	9170 (54.6)
1 - 19	1102 (83.4)	193 (14.6)	19 (1.4)	7 (0.5)	1321 (7.9)
20 ET PLUS	4921 (78.2)	1256 (20.0)	91 (1.4)	23 (0.4)	6291 (37.5)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	2838 (71.6)	904 (22.8)	90 (2.3)	134 (3.4)	3966 (25.0)
RETRAITE	764 (60.8)	430 (34.2)	55 (4.4)	7 (0.6)	1256 (7.9)
TIENT MAISON	2171 (72.3)	617 (20.5)	150 (5.0)	65 (2.2)	3003 (19.0)
NON APPLICABLE	6022 (79.1)	1449 (19.0)	110 (1.4)	29 (0.4)	7610 (48.1)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	443 (90.8)	32 (6.6)	13 (2.7)	0 (0.0)	488 (3.0)
PROFESSIONNELS	754 (79.1)	162 (17.0)	34 (3.6)	3 (0.3)	953 (5.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	893 (83.5)	146 (13.7)	23 (2.2)	7 (0.7)	1069 (6.5)
EMPLOYES DE VENTES	186 (95.9)	8 (4.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	194 (1.2)
FERNIERS ET PECHEURS	189 (74.1)	65 (25.5)	1 (0.4)	0 (0.0)	255 (1.6)
OUVRIER SPECIALISE	997 (76.8)	272 (21.0)	20 (1.5)	9 (0.7)	1298 (7.9)
AUTRES	1196 (71.5)	474 (28.3)	0 (0.0)	3 (0.2)	1673 (10.2)
NON-TRAVAILLEURS	7308 (69.7)	2584 (24.6)	350 (3.3)	248 (2.4)	10490 (63.9)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1125 (63.6)	601 (34.0)	25 (1.4)	18 (1.0)	1769 (10.0)
2 PERSONNES	2945 (72.4)	935 (23.0)	144 (3.5)	46 (1.1)	4070 (23.1)
3 PERSONNES	2177 (74.2)	642 (21.9)	73 (2.5)	41 (1.4)	2933 (16.7)
4 PERSONNES	3162 (72.8)	1027 (23.7)	101 (2.3)	52 (1.2)	4342 (24.7)
5 PERSONNES	1845 (74.7)	502 (20.3)	60 (2.4)	64 (2.6)	2471 (14.0)
6 ET PLUS	1491 (73.7)	423 (20.9)	47 (2.3)	63 (3.1)	2024 (11.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	4951 (68.1)	1985 (26.5)	179 (2.5)	209 (2.9)	7124 (40.5)
NON	7892 (75.3)	2244 (21.4)	273 (2.6)	74 (0.7)	10483 (59.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	3555 (68.8)	1523 (29.5)	77 (1.5)	12 (0.2)	5167 (30.3)
CHEF FEMININ	3764 (73.3)	1022 (19.9)	245 (4.8)	107 (2.1)	5143 (30.1)
NON-CHEF	5038 (74.5)	1453 (21.5)	116 (1.7)	159 (2.3)	6766 (39.6)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	1080 (67.7)	471 (29.5)	41 (2.6)	4 (0.3)	1596 (9.1)
PETIT CONSONNATEUR	2187 (78.8)	462 (16.6)	118 (4.3)	8 (0.3)	2775 (15.8)
CONSONNATEUR MOYEN	2767 (76.7)	691 (19.2)	50 (1.4)	98 (2.7)	3606 (20.5)
GRAND CONSONNATEUR	3269 (68.6)	1339 (28.1)	67 (1.4)	92 (1.9)	4766 (27.1)
CONSONNATEUR MAXIMUM	3440 (70.8)	1166 (24.0)	174 (3.6)	80 (1.6)	4860 (27.6)

TABLEAU 5

TOTAL-TOTAL : QUEST.		HYPOTHESE: BEACHCOMBERS > GRAND-PAPA > THREE'S COMPANY > FEMME BIONIQUE				TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL	
	11258 (64.3)	6141 (35.1)	61 (0.3)	36 (0.2)	17496 (100.0)	
SEXE						
HOMME	5022 (62.4)	2969 (36.9)	47 (0.6)	15 (0.2)	8053 (46.0)	
FEMME	6236 (66.0)	3172 (33.6)	14 (0.1)	21 (0.2)	9443 (54.0)	
AGE						
2 - 6	158 (16.5)	802 (83.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	960 (5.5)	
7 - 11	829 (50.6)	805 (49.1)	5 (0.3)	0 (0.0)	1639 (9.4)	
12 - 17	2543 (77.1)	754 (22.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3297 (18.8)	
18 - 24	1531 (77.4)	447 (22.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1978 (11.3)	
25 - 34	1671 (67.8)	780 (31.7)	12 (0.5)	0 (0.0)	2463 (14.1)	
35 - 49	1637 (67.0)	776 (31.7)	11 (0.4)	21 (0.9)	2445 (14.0)	
50 - 54	593 (78.4)	159 (21.0)	4 (0.5)	0 (0.0)	756 (4.3)	
55 - 64	1305 (58.5)	898 (40.2)	14 (0.6)	15 (0.7)	2232 (12.8)	
65 +	992 (57.4)	720 (41.7)	15 (0.9)	0 (0.0)	1727 (9.9)	
SCOLARITE						
AUCUNE	109 (15.1)	611 (84.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	720 (4.2)	
ELEMENTAIRE	2213 (53.8)	1881 (45.3)	39 (0.9)	0 (0.0)	4153 (24.3)	
DEBUT SECONDAIRE	3739 (72.0)	1456 (28.0)	1 (0.0)	0 (0.0)	5196 (30.5)	
SECONDAIRE COMPLETE	2615 (72.5)	993 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3608 (21.1)	
COMMERCIAL/TECHNIQUE	977 (67.6)	433 (29.9)	21 (1.5)	15 (1.0)	1446 (8.5)	
DEBUT UNIVERSITAIRE	680 (65.9)	352 (34.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1032 (6.0)	
UNIVERSITAIRE COMPL.	581 (64.1)	325 (35.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	906 (5.3)	
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE						
AUCUNE	5658 (61.3)	3543 (38.1)	32 (0.3)	15 (0.2)	9238 (55.7)	
1 - 19	1443 (71.6)	569 (28.2)	3 (0.1)	0 (0.0)	2015 (12.1)	
20 ET PLUS	3646 (67.9)	1700 (31.6)	27 (0.5)	0 (0.0)	5373 (32.2)	
MGN-TRAVAILLEUR						
ETUDIANT	2639 (66.1)	1347 (33.9)	5 (0.1)	0 (0.0)	3991 (26.8)	
RETRAITE	738 (62.2)	433 (36.5)	15 (1.3)	0 (0.0)	1186 (8.0)	
TIENT MAISON	1604 (69.6)	698 (30.3)	1 (0.0)	0 (0.0)	2303 (15.5)	
NON APPLICABLE	5090 (68.9)	2270 (30.7)	30 (0.4)	0 (0.0)	7390 (49.7)	
OCCUPATION						
EXECUTIFS ET GERANTS	276 (65.9)	143 (34.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	419 (2.6)	
PROFESSIONNELS	508 (70.8)	199 (27.7)	11 (1.5)	0 (0.0)	718 (4.4)	
EMPLOYES DE BUREAUX	501 (62.4)	302 (37.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	803 (5.0)	
EMPLOYES DE VENTES	184 (66.9)	91 (33.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	275 (1.7)	
FERNIERS ET PECHEURS	379 (77.7)	105 (21.5)	4 (0.8)	0 (0.0)	488 (3.0)	
OUVRIER SPECIALISE	621 (58.8)	434 (41.1)	1 (0.1)	0 (0.0)	1056 (6.5)	
AUTRES	793 (70.4)	322 (28.6)	11 (1.0)	0 (0.0)	1126 (7.0)	
NON-TRAVAILLEURS	7141 (63.2)	4111 (36.4)	34 (0.3)	15 (0.1)	11301 (69.8)	
TAILLE DU MENAGE						
1 PERSONNE	1016 (60.1)	666 (39.4)	8 (0.5)	0 (0.0)	1690 (9.7)	
2 PERSONNES	2375 (63.4)	1335 (35.6)	23 (0.6)	15 (0.4)	3748 (21.4)	
3 PERSONNES	1743 (73.1)	626 (26.2)	16 (0.7)	0 (0.0)	2395 (13.6)	
4 PERSONNES	2702 (61.0)	1717 (38.8)	11 (0.2)	0 (0.0)	4430 (25.3)	
5 PERSONNES	2042 (66.4)	1032 (33.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3074 (17.6)	
6 ET PLUS	1380 (63.6)	766 (35.3)	4 (0.2)	21 (1.0)	2171 (12.4)	
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS						
OUI	4579 (58.7)	3182 (40.8)	20 (0.3)	21 (0.3)	7802 (44.6)	
NON	6677 (68.9)	2958 (30.5)	42 (0.4)	15 (0.2)	9692 (55.4)	
STATUT DANS LE MENAGE						
CHEF MASCULIN	2920 (63.0)	1656 (35.7)	42 (0.9)	15 (0.3)	4633 (27.0)	
CHEF FEMININ	3000 (66.4)	1495 (33.1)	3 (0.1)	21 (0.5)	4519 (26.4)	
NON-CHEF	5068 (63.4)	2907 (36.4)	16 (0.2)	0 (0.0)	7991 (46.6)	
QUINTILE D'ECGUTE						
CONSUMMATEUR MINIMUM	1003 (60.1)	644 (38.6)	22 (1.3)	0 (0.0)	1669 (9.5)	
PETIT CONSUMMATEUR	1788 (66.6)	893 (33.3)	3 (0.1)	0 (0.0)	2684 (15.3)	
CONSUMMATEUR MOYEN	2304 (66.1)	1179 (33.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3483 (19.9)	
GRAND CONSUMMATEUR	2974 (64.9)	1585 (34.6)	25 (0.5)	0 (0.0)	4584 (26.2)	
CONSUMMATEUR MAXIMUM	3191 (62.8)	1840 (36.2)	12 (0.2)	36 (0.7)	5079 (29.0)	

TABLEAU 6

FRANCOPHONE-TOTAL : CANADA

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 22047 (49.3)	> FEMME BIONIQUE 17990 (40.2)	> THREE'S COMPANY 3452 (7.7)	> BEACHCOMBERS 1224 (2.7)	TOTAL 44713 (100.0)
SEXE					
HOMME	8088 (43.9)	8094 (43.9)	1575 (8.6)	662 (3.6)	18419 (41.2)
FEMME	13959 (53.1)	9896 (37.6)	1877 (7.1)	562 (2.1)	26294 (58.8)
AGE					
2 - 6	577 (20.6)	1345 (66.7)	25 (1.2)	69 (3.4)	2016 (4.5)
7 - 11	1607 (36.0)	2568 (57.5)	157 (3.5)	136 (3.0)	4468 (10.0)
12 - 17	2559 (39.6)	3141 (43.6)	629 (9.7)	131 (2.0)	6460 (14.4)
18 - 24	2831 (49.1)	2197 (38.1)	639 (11.1)	102 (1.8)	5769 (12.9)
25 - 34	4480 (52.4)	3014 (35.3)	740 (8.7)	313 (3.7)	8547 (19.1)
35 - 49	3861 (51.9)	2750 (37.0)	613 (8.2)	215 (2.9)	7439 (16.6)
50 - 54	1801 (58.4)	1064 (34.6)	204 (6.6)	11 (0.4)	3084 (6.9)
55 - 64	2510 (61.0)	1245 (30.3)	268 (6.5)	92 (2.2)	4115 (9.2)
65 +	1823 (64.8)	662 (23.5)	175 (6.2)	155 (5.5)	2815 (6.3)
SCOLARITE					
AUCUNE	536 (31.7)	1124 (66.4)	18 (1.1)	14 (0.8)	1692 (3.8)
ELEMENTAIRE	5821 (48.4)	5055 (42.0)	659 (5.5)	503 (4.2)	12038 (27.3)
DEBUT SECONDAIRE	6710 (49.9)	5544 (41.2)	1020 (7.6)	192 (1.4)	13456 (30.6)
SECONDAIRE COMPLETE	5005 (53.6)	3321 (35.5)	879 (9.4)	137 (1.5)	9342 (21.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2378 (51.0)	1678 (36.0)	432 (9.3)	172 (3.7)	4660 (10.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	662 (46.7)	433 (30.5)	204 (14.4)	120 (8.5)	1419 (3.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	614 (43.5)	555 (39.3)	180 (12.8)	62 (4.4)	1411 (3.2)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	12726 (48.9)	11020 (42.3)	1637 (6.3)	662 (2.5)	26045 (60.1)
1 - 19	1139 (50.8)	796 (35.5)	286 (12.7)	23 (1.0)	2244 (5.2)
20 ET PLUS	7530 (50.1)	5594 (37.2)	1429 (9.5)	485 (3.2)	15638 (34.7)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	4018 (36.1)	5990 (53.8)	783 (7.0)	338 (3.0)	11129 (27.7)
RETRAITE	1567 (60.1)	682 (27.2)	189 (7.5)	130 (5.2)	2568 (6.2)
TIENT MAISON	5514 (59.9)	3022 (32.8)	565 (6.2)	107 (1.2)	9212 (23.0)
NON APPLICABLE	8669 (50.2)	6391 (37.0)	1715 (9.9)	508 (2.9)	17283 (43.1)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	605 (53.2)	365 (32.1)	124 (10.9)	43 (3.8)	1137 (2.8)
PROFESSIONNELS	1147 (50.5)	828 (36.5)	211 (9.3)	85 (3.7)	2271 (5.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	1463 (49.9)	1106 (37.7)	249 (8.5)	115 (3.9)	2933 (7.1)
EMPLOYES DE VENTES	426 (53.1)	315 (39.2)	54 (6.7)	8 (1.0)	803 (1.9)
FERRIERS ET PECHEURS	258 (57.7)	140 (31.3)	49 (11.0)	0 (0.0)	447 (1.1)
OUVRIER SPECIALISE	949 (47.4)	786 (39.3)	229 (11.4)	38 (1.9)	2002 (4.9)
AUTRES	1684 (50.0)	1217 (36.1)	330 (9.8)	137 (4.1)	3368 (8.2)
NON-TRAVAILLEURS	13864 (49.0)	11816 (41.8)	1923 (6.8)	686 (2.4)	28289 (68.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	2008 (57.1)	1273 (36.2)	157 (5.6)	40 (1.1)	3518 (7.9)
2 PERSONNES	4141 (56.0)	2376 (32.1)	670 (9.1)	211 (2.9)	7398 (16.5)
3 PERSONNES	4381 (53.9)	2797 (34.4)	572 (7.0)	373 (4.6)	8123 (18.2)
4 PERSONNES	5074 (46.5)	4797 (44.0)	804 (7.4)	233 (2.1)	10908 (24.4)
5 PERSONNES	3463 (44.8)	3393 (43.9)	656 (8.5)	226 (2.9)	7738 (17.3)
6 ET PLUS	2982 (42.4)	3353 (47.7)	553 (7.9)	140 (2.0)	7028 (15.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	9600 (45.4)	9444 (44.7)	1496 (7.1)	594 (2.8)	21134 (47.3)
NON	12448 (52.8)	8544 (36.2)	1955 (8.3)	630 (2.7)	23577 (52.7)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	5099 (49.7)	3726 (36.3)	1028 (10.0)	415 (4.0)	10268 (23.7)
CHEF FEMININ	9144 (60.7)	4701 (31.2)	540 (6.2)	282 (1.9)	15067 (34.7)
NON-CHEF	7111 (39.4)	8994 (49.9)	1427 (7.9)	498 (2.8)	18030 (41.6)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOmmATEUR MINIMUM	1553 (50.8)	1022 (33.4)	308 (10.1)	175 (5.7)	3058 (6.8)
PETIT CONSOmmATEUR	3353 (51.0)	2477 (37.7)	593 (9.0)	150 (2.3)	6573 (14.7)
CONSOmmATEUR MOYEN	4237 (47.4)	3904 (43.7)	603 (6.8)	187 (2.1)	8931 (20.0)
GRAND CONSOmmATEUR	5376 (48.4)	4602 (41.5)	768 (6.9)	356 (3.2)	11102 (24.8)
CONSOmmATEUR MAXIMUM	7529 (50.0)	5985 (39.8)	1181 (7.8)	355 (2.4)	15050 (33.7)

TABLEAU 7

FRANCOPHONE-TOTAL : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	GRAND-PAPA	> THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	605 (29.8)	518 (25.5)	469 (23.1)	439 (21.6)	2031 (100.0)
SEXE					
HOMME	247 (23.8)	236 (22.7)	331 (31.9)	224 (21.6)	1038 (51.1)
FEMME	358 (36.1)	282 (28.4)	138 (13.9)	215 (21.7)	993 (48.9)
AGE					
2 - 6	6 (9.4)	2 (3.1)	31 (48.4)	25 (39.1)	64 (3.1)
7 - 11	28 (13.3)	49 (23.2)	81 (38.4)	53 (25.1)	211 (10.4)
12 - 17	101 (28.3)	74 (20.7)	74 (20.7)	108 (30.3)	357 (17.6)
18 - 24	75 (25.1)	116 (30.0)	16 (5.4)	92 (30.8)	299 (14.7)
25 - 34	115 (30.3)	135 (35.6)	78 (20.6)	51 (13.5)	379 (18.6)
35 - 49	88 (40.6)	43 (19.8)	46 (21.2)	40 (18.4)	217 (10.7)
50 - 54	29 (40.3)	31 (43.1)	0 (0.0)	12 (16.7)	72 (3.5)
55 - 64	74 (40.7)	44 (24.2)	24 (13.2)	40 (22.0)	182 (8.9)
65 +	90 (35.6)	24 (9.5)	120 (47.4)	19 (7.5)	253 (12.4)
SCOLARITE					
AUCUNE	21 (38.2)	2 (3.6)	0 (0.0)	32 (58.2)	55 (2.7)
ELEMENTAIRE	234 (28.3)	151 (18.3)	292 (35.3)	150 (18.1)	827 (41.2)
DEBUT SECONDAIRE	205 (38.3)	130 (24.3)	57 (10.7)	143 (26.7)	535 (26.7)
SECONDAIRE COMPLETE	73 (26.5)	106 (33.5)	26 (9.5)	70 (25.5)	275 (13.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	21 (15.6)	53 (39.3)	38 (28.1)	23 (17.0)	135 (6.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	35 (39.8)	18 (20.5)	28 (31.8)	7 (8.0)	88 (4.4)
UNIVERSITAIRE COMPL.	7 (7.7)	48 (52.7)	29 (31.9)	7 (7.7)	91 (4.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	388 (30.8)	226 (18.0)	330 (26.2)	314 (25.0)	1258 (63.2)
1 - 19	19 (21.8)	40 (46.0)	14 (16.1)	14 (16.1)	87 (4.4)
20 ET PLUS	181 (28.0)	234 (36.2)	126 (19.5)	105 (16.3)	646 (32.4)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	128 (21.6)	114 (19.2)	170 (28.7)	181 (30.5)	593 (31.6)
RETRAITE	102 (35.8)	32 (11.2)	120 (42.1)	31 (10.9)	285 (15.2)
TIENT MAISON	116 (43.3)	64 (23.9)	24 (9.0)	64 (23.9)	268 (14.3)
NON APPLICABLE	201 (27.5)	273 (37.3)	139 (19.0)	119 (16.3)	732 (39.0)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	21 (26.2)	12 (15.0)	43 (53.7)	4 (5.0)	80 (4.3)
PROFESSIONNELS	13 (26.0)	18 (36.0)	15 (30.0)	4 (8.0)	50 (2.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	37 (33.6)	43 (39.1)	16 (14.5)	14 (12.7)	110 (5.9)
EMPLOYES DE VENTES	8 (34.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (65.2)	23 (1.2)
FERMIERS ET PECHEURS	2 (8.7)	21 (91.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	6 (11.3)	26 (49.1)	10 (18.9)	11 (20.8)	53 (2.8)
AUTRES	64 (33.0)	52 (26.8)	33 (17.0)	45 (23.2)	194 (10.3)
NON-TRAVAILLEURS	408 (30.3)	266 (19.9)	344 (25.6)	328 (24.4)	1346 (71.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	80 (44.9)	34 (19.1)	16 (9.0)	48 (27.0)	178 (8.8)
2 PERSONNES	71 (27.0)	109 (41.4)	64 (24.3)	19 (7.2)	263 (12.9)
3 PERSONNES	110 (27.8)	93 (23.5)	147 (37.2)	45 (11.4)	395 (19.4)
4 PERSONNES	114 (38.3)	87 (29.2)	37 (12.4)	60 (20.1)	298 (14.7)
5 PERSONNES	69 (19.5)	90 (25.4)	123 (34.7)	72 (20.3)	354 (17.4)
6 ET PLUS	162 (29.7)	105 (19.3)	84 (15.4)	194 (35.6)	545 (26.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
QUI	245 (24.7)	266 (26.9)	250 (25.3)	229 (23.1)	990 (48.8)
NON	357 (34.4)	252 (24.3)	220 (21.2)	209 (20.1)	1038 (51.2)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	163 (27.8)	160 (27.3)	207 (35.3)	56 (9.6)	586 (29.9)
CHEF FEMININ	198 (43.5)	130 (28.6)	45 (9.9)	82 (18.0)	455 (23.2)
NON-CHEF	211 (22.9)	222 (24.1)	217 (23.5)	272 (29.5)	922 (47.0)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	76 (37.6)	30 (14.9)	47 (23.3)	49 (24.3)	202 (9.9)
PETIT CONSONNATEUR	92 (33.7)	74 (27.1)	18 (6.6)	89 (32.6)	273 (13.4)
CONSONNATEUR MOYEN	84 (20.1)	121 (28.9)	144 (34.4)	69 (16.5)	418 (20.6)
GRAND CONSONNATEUR	150 (31.3)	124 (25.8)	73 (15.2)	133 (27.7)	480 (23.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	284 (30.9)	170 (25.8)	187 (28.3)	99 (15.0)	660 (32.5)

TABLEAU 8

FRANCOPHONE-TOTAL : QUEBEC

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 20926 (52.1)	> FEMME BIONIQUE 17260 (43.0)	> THREE'S COMPANY 1729 (4.3)	> BEACHCOMBERS 250 (0.6)	TOTAL 40165 (100.0)
SEXE					
HOMME	7672 (47.1)	7756 (47.6)	786 (4.8)	87 (0.5)	16301 (40.6)
FEMME	13254 (55.5)	9504 (39.8)	943 (4.0)	163 (0.7)	23864 (59.4)
AGE					
2 - 6	563 (30.4)	1285 (69.3)	6 (0.3)	0 (0.0)	1854 (4.6)
7 - 11	1534 (37.8)	2479 (61.0)	49 (1.2)	0 (0.0)	4062 (10.1)
12 - 17	2408 (41.6)	2996 (51.7)	364 (6.3)	24 (0.4)	5792 (14.4)
18 - 24	2700 (51.7)	2064 (39.5)	397 (7.6)	58 (1.1)	5219 (13.0)
25 - 34	4293 (56.5)	2920 (38.4)	318 (4.2)	70 (0.9)	7601 (18.9)
35 - 49	3713 (54.9)	2681 (39.6)	329 (4.9)	40 (0.6)	6763 (16.8)
50 - 54	1716 (61.2)	1023 (36.5)	57 (2.0)	8 (0.3)	2804 (7.0)
55 - 64	2348 (64.1)	1173 (32.0)	101 (2.8)	42 (1.1)	3664 (9.1)
65 +	1652 (68.7)	638 (26.5)	107 (4.4)	8 (0.3)	2405 (6.0)
SCOLARITE					
AUCUNE	506 (32.2)	1065 (67.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1571 (4.0)
ELEMENTAIRE	5349 (51.4)	4794 (46.1)	166 (1.8)	68 (0.7)	10397 (26.2)
DEBUT SECONDAIRE	6420 (52.1)	5343 (43.4)	546 (4.4)	6 (0.0)	12315 (31.1)
SECONDAIRE COMPLETE	4820 (55.9)	3221 (37.3)	560 (6.5)	25 (0.3)	8626 (21.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2329 (55.2)	1619 (38.3)	222 (5.3)	52 (1.2)	4222 (10.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	620 (48.5)	425 (33.2)	153 (12.0)	81 (6.3)	1279 (3.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	577 (48.1)	545 (45.4)	60 (5.0)	18 (1.5)	1200 (3.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	11981 (51.0)	10478 (44.6)	915 (3.9)	115 (0.5)	23489 (60.3)
1 - 19	1057 (54.9)	776 (38.9)	124 (6.2)	0 (0.0)	1997 (5.1)
20 ET PLUS	7230 (53.6)	5467 (40.5)	675 (5.0)	127 (0.9)	13499 (34.6)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	3799 (37.7)	5703 (56.7)	487 (4.8)	76 (0.8)	10065 (27.9)
RETRAITE	1344 (64.4)	643 (30.8)	101 (4.8)	0 (0.0)	2388 (5.8)
TIENT MAISON	5241 (62.0)	2393 (34.2)	284 (3.4)	31 (0.4)	8449 (23.4)
NON-APPLICABLE	8327 (53.7)	6243 (40.3)	799 (5.2)	127 (0.8)	15496 (42.9)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	568 (56.9)	361 (36.1)	70 (7.0)	0 (0.0)	999 (2.7)
PROFESSIONNELS	1093 (52.6)	823 (39.6)	91 (4.4)	70 (3.4)	2077 (5.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	1403 (52.9)	1084 (40.9)	154 (5.8)	11 (0.4)	2652 (7.2)
EMPLOYES DE VENTES	413 (56.3)	299 (40.7)	22 (3.0)	0 (0.0)	734 (2.0)
FERMIERS ET PECHEURS	252 (64.3)	140 (35.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	392 (1.1)
OUVRIER SPECIALISE	924 (51.5)	766 (42.7)	92 (5.1)	11 (0.6)	1793 (4.8)
AUTRES	1604 (54.6)	1164 (39.7)	167 (5.7)	0 (0.0)	2945 (7.9)
NON-TRAVAILLEURS	13079 (51.3)	11254 (44.2)	1039 (4.1)	115 (0.5)	25487 (68.7)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1882 (58.7)	1208 (37.7)	108 (3.4)	8 (0.2)	3206 (8.0)
2 PERSONNES	3914 (59.5)	2236 (34.9)	272 (4.1)	95 (1.4)	6577 (16.4)
3 PERSONNES	4208 (57.0)	2711 (36.7)	346 (4.7)	112 (1.5)	7377 (18.4)
4 PERSONNES	4837 (48.4)	4707 (47.1)	413 (4.1)	29 (0.3)	9986 (24.9)
5 PERSONNES	3328 (47.9)	3264 (47.0)	347 (5.0)	6 (0.1)	6945 (17.3)
6 ET PLUS	2758 (45.4)	3074 (50.6)	244 (4.0)	0 (0.0)	6076 (15.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	9144 (48.6)	9014 (47.9)	667 (3.5)	0 (0.0)	18825 (46.9)
NON	11783 (55.2)	8245 (38.6)	1062 (5.0)	251 (1.2)	21341 (53.1)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	4809 (53.8)	3643 (40.7)	460 (5.1)	29 (0.3)	8941 (23.0)
CHEF FEMININ	8690 (63.6)	4492 (32.9)	413 (3.0)	64 (0.5)	13659 (35.1)
NON-CHEF	6782 (41.5)	8591 (52.6)	839 (5.1)	128 (0.8)	16340 (42.0)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	1429 (54.8)	969 (37.1)	193 (7.4)	19 (0.7)	2610 (6.5)
PETIT CONSONNATEUR	3142 (53.0)	2380 (40.2)	334 (5.6)	70 (1.2)	5926 (14.9)
CONSONNATEUR MOYEN	4091 (50.0)	3765 (46.0)	322 (3.9)	8 (0.1)	8186 (20.4)
GRAND CONSONNATEUR	5116 (51.7)	4378 (44.3)	207 (2.9)	112 (1.1)	9893 (24.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	7149 (52.7)	5770 (42.6)	593 (4.4)	42 (0.3)	13554 (33.7)

TABLEAU 9

FRANCOPHONE-TOTAL : QUINTARIO

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	817 (45.8)	441 (24.7)	270 (15.1)	255 (14.3)	1783 (100.0)
SEXE					
HOMME	413 (50.7)	115 (14.1)	188 (23.1)	98 (12.0)	814 (45.7)
FEMME	404 (41.7)	326 (31.6)	82 (8.5)	157 (16.2)	969 (54.3)
AGE					
2 - 6	17 (18.5)	6 (6.5)	34 (37.0)	35 (38.0)	92 (5.2)
7 - 11	42 (29.8)	42 (29.8)	21 (14.9)	36 (25.5)	141 (7.9)
12 - 17	133 (59.9)	46 (20.7)	7 (3.2)	36 (16.2)	222 (12.5)
18 - 24	111 (47.2)	55 (23.4)	28 (11.9)	41 (17.4)	235 (13.2)
25 - 34	219 (48.0)	64 (14.0)	130 (28.5)	43 (9.4)	456 (25.6)
35 - 49	149 (62.9)	35 (14.8)	44 (18.6)	9 (3.8)	237 (13.3)
50 - 54	70 (45.8)	50 (32.7)	0 (0.0)	33 (21.6)	153 (8.6)
55 - 64	58 (38.9)	74 (49.7)	0 (0.0)	17 (11.4)	149 (8.4)
65 +	17 (17.5)	69 (71.1)	6 (6.2)	5 (5.2)	97 (5.4)
SCOLARITE					
AUCUNE	16 (25.8)	8 (12.9)	11 (17.7)	27 (43.5)	62 (3.6)
ELEMENTAIRE	208 (37.2)	187 (33.5)	53 (9.5)	111 (19.9)	559 (32.6)
DEBUT SECONDAIRE	234 (58.8)	76 (19.1)	31 (7.8)	57 (14.3)	398 (23.2)
SECONDAIRE COMPLETS	162 (46.3)	103 (29.4)	55 (15.7)	30 (8.6)	350 (20.4)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	101 (45.1)	18 (3.0)	83 (37.1)	22 (9.8)	224 (13.1)
DEBUT UNIVERSITAIRES	13 (72.2)	5 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (1.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	62 (60.8)	23 (22.5)	14 (13.7)	3 (2.9)	102 (6.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	327 (34.8)	324 (34.4)	77 (8.2)	213 (22.6)	941 (54.8)
1 - 19	61 (70.1)	19 (21.8)	0 (0.0)	7 (8.0)	87 (5.1)
20 ET PLUS	390 (56.0)	88 (12.8)	188 (27.3)	23 (3.3)	689 (40.1)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	120 (32.0)	83 (22.1)	66 (17.6)	106 (28.3)	375 (23.3)
RETRAITE	33 (34.7)	55 (57.9)	0 (0.0)	7 (7.4)	95 (5.9)
TIENT MAISON	148 (40.8)	150 (41.3)	0 (0.0)	65 (17.9)	363 (22.6)
NON APPLICABLE	451 (58.2)	107 (13.8)	188 (24.3)	29 (3.7)	775 (48.2)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	39 (75.0)	13 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	52 (3.1)
PROFESSIONNELS	81 (68.6)	34 (28.8)	0 (0.0)	3 (2.5)	118 (7.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	37 (23.9)	23 (14.8)	88 (56.8)	7 (4.5)	155 (9.3)
EMPLOYES DE VENTES	26 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (1.6)
FERMIERS ET PECHEURS	4 (80.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (0.3)
OUVRIER SPECIALISE	78 (67.2)	17 (14.7)	12 (10.3)	9 (7.8)	116 (6.9)
AUTRES	99 (56.6)	0 (0.0)	73 (41.7)	3 (1.7)	175 (10.4)
NON-TRAVAILLEURS	308 (37.7)	343 (33.4)	77 (7.5)	220 (21.4)	1028 (61.4)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	43 (46.7)	25 (27.2)	6 (6.5)	18 (19.6)	92 (5.2)
2 PERSONNES	184 (49.7)	134 (36.2)	6 (1.6)	46 (12.4)	370 (20.7)
3 PERSONNES	93 (29.9)	73 (23.5)	104 (33.4)	41 (13.2)	311 (17.4)
4 PERSONNES	227 (51.7)	101 (23.9)	81 (18.5)	30 (6.8)	439 (24.6)
5 PERSONNES	156 (51.1)	60 (19.7)	31 (10.2)	58 (19.0)	305 (17.1)
6 ET PLUS	114 (42.5)	47 (17.5)	44 (16.4)	63 (23.5)	268 (15.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	393 (40.5)	179 (18.5)	217 (22.4)	181 (18.7)	970 (54.4)
NON	423 (52.0)	263 (32.3)	54 (6.6)	74 (9.1)	814 (45.6)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	288 (53.9)	74 (13.9)	160 (30.0)	12 (2.2)	534 (30.5)
CHEF FEMININ	242 (39.4)	245 (39.9)	20 (3.3)	107 (17.4)	614 (35.1)
NON-CHEF	271 (45.1)	109 (18.1)	90 (15.0)	131 (21.8)	601 (34.4)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	56 (36.4)	34 (22.1)	60 (39.0)	4 (2.6)	154 (8.7)
PETIT CONSONNATEUR	177 (55.1)	115 (35.8)	21 (6.5)	8 (2.5)	321 (18.0)
CONSONNATEUR MOYEN	79 (35.6)	50 (22.5)	23 (10.4)	70 (31.5)	222 (12.5)
GRAND CONSONNATEUR	251 (46.4)	67 (12.4)	131 (24.2)	92 (17.0)	541 (30.4)
CONSONNATEUR MAXIMUM	252 (46.5)	174 (32.1)	36 (6.6)	80 (14.8)	542 (30.4)

TABLEAU 10

FRANCOPHONE-TOTAL : OUEST

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	388 (55.3)	233 (13.2)	45 (6.4)	36 (5.1)	702 (100.0)
SEXE					
HOMME	141 (55.7)	55 (21.7)	42 (16.6)	15 (5.9)	253 (36.0)
FEMME	247 (55.0)	178 (39.6)	3 (0.7)	21 (4.7)	449 (64.0)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.4)
7 - 11	18 (34.6)	34 (65.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	52 (7.4)
12 - 17	58 (69.0)	26 (31.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	84 (11.9)
18 - 24	16 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (2.3)
25 - 34	67 (65.0)	35 (34.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	103 (14.7)
35 - 49	90 (43.3)	86 (41.3)	11 (5.3)	21 (10.1)	208 (29.6)
50 - 54	47 (87.0)	3 (5.6)	4 (7.4)	0 (0.0)	54 (7.7)
55 - 64	64 (53.8)	26 (21.8)	14 (11.8)	15 (12.6)	119 (16.9)
65 +	28 (43.8)	21 (32.8)	15 (23.4)	0 (0.0)	64 (9.1)
SCOLARITE					
AUCUNE	0 (0.0)	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.5)
ELEMENTAIRE	114 (47.9)	90 (37.8)	34 (14.3)	0 (0.0)	238 (36.9)
DEBUT SECONDAIRE	110 (55.3)	88 (44.2)	1 (0.5)	0 (0.0)	199 (30.9)
SECONDAIRE COMPLETE	51 (62.2)	31 (37.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	82 (12.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	55 (68.8)	0 (0.0)	10 (12.5)	15 (18.8)	80 (12.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	20 (62.5)	12 (37.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (5.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	11 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (1.7)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	169 (48.1)	140 (39.9)	27 (7.7)	15 (4.3)	351 (57.1)
1 - 19	60 (82.2)	10 (13.7)	3 (4.1)	0 (0.0)	73 (11.9)
20 ET PLUS	130 (68.1)	45 (23.6)	16 (8.4)	0 (0.0)	191 (31.1)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	63 (70.8)	26 (29.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	89 (16.9)
RETRAITÉ	23 (47.9)	10 (20.8)	15 (31.3)	0 (0.0)	48 (9.1)
TIENT MAISON	72 (57.6)	52 (41.6)	1 (0.8)	0 (0.0)	125 (23.7)
NON APPLICABLE	191 (72.1)	55 (20.8)	19 (7.2)	0 (0.0)	265 (50.3)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.3)
PROFESSIONNELS	20 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (3.4)
EMPLOYES DE BUREAUX	16 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (2.7)
EMPLOYES DE VENTES	7 (46.7)	8 (53.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (2.5)
FERMISERS ET PECHEURS	23 (85.2)	0 (0.0)	4 (14.8)	0 (0.0)	27 (4.5)
OUVRIER SPECIALISE	33 (82.5)	6 (15.0)	1 (2.5)	0 (0.0)	40 (6.7)
AUTRES	12 (21.8)	32 (58.2)	11 (20.0)	0 (0.0)	55 (9.2)
NON-TRAVAILLEURS	229 (54.3)	149 (35.3)	29 (6.9)	15 (3.6)	422 (70.7)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	12 (40.0)	10 (33.3)	8 (26.7)	0 (0.0)	30 (4.3)
2 PERSONNES	107 (55.7)	47 (24.5)	23 (12.0)	15 (7.8)	192 (27.3)
3 PERSONNES	41 (80.4)	10 (19.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	51 (7.3)
4 PERSONNES	76 (43.7)	87 (50.0)	11 (6.3)	0 (0.0)	174 (24.8)
5 PERSONNES	62 (48.4)	66 (51.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	128 (18.2)
6 ET PLUS	90 (70.3)	13 (10.2)	4 (3.1)	21 (16.4)	128 (18.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	170 (51.1)	127 (38.1)	15 (4.5)	21 (6.3)	333 (47.4)
NON	218 (59.1)	105 (28.5)	31 (8.4)	15 (4.1)	369 (52.6)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	120 (61.5)	18 (9.2)	42 (21.5)	15 (7.7)	195 (28.5)
CHEF FEMININ	154 (46.7)	152 (46.1)	3 (0.9)	21 (6.4)	330 (48.2)
NON-CHEF	96 (60.4)	63 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	159 (23.2)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	27 (31.4)	48 (55.8)	11 (12.8)	0 (0.0)	86 (12.2)
PETIT CONSONNATEUR	8 (15.4)	41 (78.8)	3 (5.8)	0 (0.0)	52 (7.4)
CONSONNATEUR MOYEN	82 (87.2)	12 (12.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	94 (13.4)
GRAND CONSONNATEUR	106 (53.5)	41 (24.6)	20 (12.0)	0 (0.0)	167 (23.8)
CONSONNATEUR MAXIMUM	166 (54.6)	90 (29.6)	12 (3.9)	36 (11.8)	304 (43.2)

TABLEAU 11

ANGLOPHONE-TOTAL : CANADA

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	THREE'S COMPANY	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	29516 (67.3)	13904 (31.7)	261 (0.6)	166 (0.4)	43647 (100.0)
<hr/>					
SEXE					
HOMME	13348 (64.1)	7237 (34.8)	156 (0.7)	67 (0.3)	20808 (47.5)
FEMME	16168 (70.2)	6667 (28.9)	105 (0.5)	99 (0.4)	23039 (52.5)
<hr/>					
AGE					
2 - 6	394 (21.0)	1474 (78.6)	4 (0.2)	3 (0.2)	1875 (4.3)
7 - 11	2071 (49.6)	2042 (48.4)	46 (1.1)	18 (0.4)	4177 (9.5)
12 - 17	6029 (77.8)	1693 (21.9)	19 (0.2)	5 (0.1)	7746 (17.7)
18 - 24	4261 (81.9)	915 (17.6)	13 (0.2)	12 (0.2)	5201 (11.9)
25 - 34	4463 (71.7)	1046 (26.7)	52 (0.8)	65 (0.9)	6926 (15.8)
35 - 49	4030 (68.5)	1771 (30.1)	49 (0.8)	31 (0.5)	5881 (13.4)
50 - 54	1731 (75.5)	550 (24.0)	6 (0.3)	7 (0.3)	2294 (5.2)
55 - 64	3162 (60.6)	2031 (38.9)	28 (0.5)	0 (0.0)	5221 (11.9)
65 +	2077 (63.5)	1582 (34.9)	44 (1.0)	25 (0.6)	4528 (10.3)
<hr/>					
SCOLARITE					
AUCUNE	273 (20.4)	1061 (79.1)	4 (0.3)	3 (0.2)	1341 (3.1)
ELEMENTAIRE	5962 (56.6)	4448 (42.2)	73 (0.7)	53 (0.5)	10536 (24.6)
DEBUT SECONDAIRE	9570 (72.7)	3487 (26.5)	81 (0.6)	21 (0.2)	13159 (30.8)
SECONDAIRE COMPLETE	6898 (74.2)	2308 (24.8)	52 (0.6)	37 (0.4)	9295 (21.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2745 (75.2)	883 (24.2)	9 (0.2)	11 (0.3)	3648 (8.5)
DEBUT UNIVERSITAIRE	1710 (67.0)	767 (30.0)	41 (1.6)	35 (1.4)	2553 (6.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	1574 (70.2)	661 (29.5)	0 (0.0)	7 (0.3)	2242 (5.2)
<hr/>					
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	15244 (63.7)	8423 (35.2)	144 (0.6)	102 (0.4)	23913 (57.1)
1 - 19	2881 (74.7)	955 (24.8)	15 (0.4)	4 (0.1)	3855 (9.2)
20 ET PLUS	10189 (72.3)	3770 (26.7)	84 (0.6)	58 (0.4)	14101 (33.7)
<hr/>					
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	6946 (66.7)	3394 (32.6)	43 (0.4)	30 (0.3)	10413 (27.2)
RETRAITE	1870 (60.5)	1177 (38.1)	33 (1.1)	10 (0.3)	3090 (8.1)
TIENT MAISON	4761 (69.7)	1968 (28.8)	60 (0.9)	41 (0.6)	6830 (17.8)
NON APPLICABLE	13072 (72.8)	4725 (26.3)	99 (0.6)	61 (0.3)	17957 (46.9)
<hr/>					
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	840 (75.1)	272 (24.3)	0 (0.0)	7 (0.6)	1119 (2.7)
PROFESSIONNELS	1489 (70.8)	597 (26.4)	4 (0.2)	13 (0.6)	2103 (5.2)
EMPLOYES LE BUREAU	1671 (79.0)	428 (20.2)	0 (0.0)	15 (0.7)	2114 (5.2)
EMPLOYES DE VENTES	459 (75.9)	146 (24.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	605 (1.5)
FERMIERS ET PECHEURS	646 (75.6)	208 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	854 (2.1)
OUVRIER SPECIALISE	1578 (66.9)	894 (30.2)	68 (2.3)	18 (0.6)	2958 (7.3)
AUTRES	2314 (71.1)	922 (28.3)	12 (0.4)	7 (0.2)	3255 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	18126 (65.3)	9378 (33.8)	159 (0.6)	105 (0.4)	27768 (68.1)
<hr/>					
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	2587 (62.7)	1513 (36.7)	12 (0.3)	14 (0.3)	4126 (9.4)
2 PERSONNES	6094 (67.2)	2883 (31.8)	37 (0.4)	56 (0.6)	9070 (20.7)
3 PERSONNES	5069 (73.5)	1747 (25.3)	31 (0.4)	49 (0.7)	6895 (15.7)
4 PERSONNES	6996 (66.2)	3436 (32.5)	109 (1.0)	29 (0.3)	10570 (24.1)
5 PERSONNES	4757 (66.0)	2412 (33.2)	43 (0.6)	11 (0.2)	7263 (16.6)
6 ET PLUS	3974 (67.1)	1914 (32.3)	30 (0.5)	7 (0.1)	5925 (13.5)
<hr/>					
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	11783 (61.6)	7170 (37.5)	127 (0.7)	60 (0.3)	19140 (43.7)
NON	17733 (71.8)	6733 (27.3)	134 (0.5)	106 (0.4)	24706 (56.3)
<hr/>					
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	7873 (65.2)	4064 (33.7)	93 (0.8)	39 (0.3)	12069 (28.3)
CHEF FEMININ	8227 (71.9)	3079 (26.9)	86 (0.8)	56 (0.5)	11448 (26.8)
NON-CHEF	12642 (66.0)	6339 (33.3)	68 (0.4)	65 (0.3)	19164 (44.9)
<hr/>					
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	2431 (67.7)	1109 (30.9)	10 (0.3)	42 (1.2)	3592 (8.2)
PETIT CONSUMMATEUR	4849 (71.9)	1865 (27.6)	16 (0.2)	17 (0.3)	6747 (15.4)
CONSUMMATEUR MOYEN	6240 (67.6)	2887 (31.3)	91 (1.0)	14 (0.2)	9232 (21.1)
GRAND CONSUMMATEUR	7603 (65.2)	4015 (34.1)	44 (0.4)	34 (0.3)	11776 (26.9)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	8312 (66.5)	4028 (32.2)	100 (0.8)	59 (0.5)	12499 (28.5)

TABLEAU 12

ANGLOPHONE-TOTAL : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	THREE'S COMPANY	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
	5079 (59.3)	3465 (40.4)	16 (0.2)	12 (0.1)	8572 (100.0)
SEXE					
HOMME	2399 (54.4)	2007 (45.5)	3 (0.1)	4 (0.1)	4413 (51.5)
FEMME	2680 (64.4)	1458 (35.1)	13 (0.3)	8 (0.2)	4159 (48.5)
AGE					
2 - 6	59 (13.6)	374 (86.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	433 (5.1)
7 - 11	396 (36.8)	668 (62.0)	13 (1.2)	0 (0.0)	1077 (12.6)
12 - 17	1066 (65.0)	574 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1640 (19.1)
18 - 24	719 (74.6)	238 (24.7)	3 (0.3)	4 (0.4)	964 (11.2)
25 - 34	935 (61.7)	573 (37.8)	0 (0.0)	8 (0.5)	1516 (17.7)
35 - 49	736 (67.1)	361 (32.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1097 (12.8)
50 - 54	258 (76.3)	80 (23.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	338 (3.9)
55 - 64	528 (54.3)	445 (45.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	973 (11.4)
65 +	382 (71.5)	152 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	534 (6.2)
SCOLARITE					
AUCUNE	62 (19.9)	250 (80.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	312 (3.8)
ELEMENTAIRE	1135 (48.0)	1215 (51.4)	13 (0.6)	0 (0.0)	2363 (28.5)
DEBUT SECONDAIRE	1598 (64.1)	888 (35.6)	3 (0.1)	4 (0.2)	2493 (30.1)
SECONDAIRE COMPLETE	1077 (71.6)	420 (27.9)	0 (0.0)	8 (0.5)	1505 (18.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	481 (66.7)	240 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	721 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	241 (49.2)	249 (50.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	490 (5.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	300 (74.8)	101 (25.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	401 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	2740 (55.1)	2205 (44.3)	15 (0.3)	12 (0.2)	4972 (60.4)
1 - 19	355 (65.3)	189 (34.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	544 (6.6)
20 ET PLUS	1749 (64.5)	961 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2710 (32.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	1221 (52.6)	1087 (46.8)	13 (0.6)	0 (0.0)	2321 (31.6)
RETRAITE	273 (57.6)	201 (42.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	474 (6.5)
TIENT MAISON	807 (62.8)	470 (36.6)	0 (0.0)	0 (0.6)	1285 (17.5)
NON APPLICABLE	2104 (64.7)	1150 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3254 (44.4)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	116 (68.6)	53 (31.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	169 (2.1)
PROFESSIONNELS	266 (53.0)	236 (47.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	502 (6.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	279 (80.4)	68 (19.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	347 (4.3)
EMPLOYES DE VENTES	87 (60.8)	56 (39.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	143 (1.8)
FERMISERS ET PECHEURS	91 (70.5)	38 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	129 (1.6)
OUVRIER SPECIALISE	356 (63.3)	206 (36.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	562 (7.0)
AUTRES	381 (62.2)	232 (37.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	613 (7.7)
NON-TRAVAILLEURS	3095 (56.1)	2394 (43.4)	15 (0.3)	12 (0.2)	5516 (69.1)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	365 (59.3)	251 (40.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	616 (7.2)
2 PERSONNES	728 (63.5)	419 (36.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1147 (13.4)
3 PERSONNES	923 (65.6)	478 (34.0)	6 (0.4)	0 (0.0)	1407 (16.4)
4 PERSONNES	1091 (57.8)	789 (41.8)	0 (0.0)	8 (0.4)	1888 (22.0)
5 PERSONNES	851 (51.4)	792 (47.8)	10 (0.6)	4 (0.2)	1657 (19.3)
6 ET PLUS	1121 (60.3)	738 (39.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1859 (21.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	2405 (53.4)	2075 (46.1)	13 (0.3)	8 (0.2)	4501 (52.5)
NON	2674 (65.7)	1390 (34.1)	3 (0.1)	4 (0.1)	4071 (47.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	1385 (61.2)	877 (38.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2262 (27.2)
CHEF FEMININ	1330 (72.3)	501 (27.2)	0 (0.0)	8 (0.4)	1839 (22.1)
NON-CHEF	2233 (52.8)	1977 (46.7)	15 (0.4)	4 (0.1)	4229 (50.8)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	340 (80.4)	77 (18.2)	6 (1.4)	0 (0.0)	423 (4.9)
PETIT CONSONNATEUR	846 (62.4)	509 (37.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1355 (15.8)
CONSONNATEUR MOYEN	1037 (55.8)	820 (44.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1857 (21.7)
GRAND CONSONNATEUR	1351 (53.2)	1165 (45.9)	10 (0.4)	12 (0.5)	2538 (29.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1506 (62.7)	894 (37.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2400 (28.0)

TABLEAU 13

ANGLOPHONE-TOTAL : QUEBEC

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THRLE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> GRAND-PAPA	TOTAL
	1641 (61.9)	672 (25.3)	221 (8.3)	119 (4.5)	2653 (100.0)
SEXE					
HOMME	725 (57.3)	367 (29.0)	124 (9.8)	50 (3.9)	1266 (47.7)
FEMME	916 (66.0)	305 (22.0)	97 (7.0)	69 (5.0)	1387 (52.3)
AGE					
2 - 6	32 (50.0)	25 (39.1)	4 (6.3)	3 (4.7)	64 (2.4)
7 - 11	50 (48.1)	36 (34.6)	18 (17.3)	0 (0.0)	104 (3.9)
12 - 17	360 (76.4)	87 (18.5)	19 (4.0)	5 (1.1)	471 (17.8)
18 - 24	202 (85.6)	23 (9.7)	9 (3.8)	2 (0.8)	236 (8.9)
25 - 34	225 (54.3)	97 (23.4)	44 (10.6)	48 (11.6)	414 (15.6)
35 - 49	185 (47.3)	129 (33.0)	49 (12.5)	28 (7.2)	391 (14.7)
50 - 54	154 (67.2)	62 (27.1)	6 (2.6)	7 (3.1)	229 (8.6)
55 - 64	212 (59.1)	119 (33.1)	28 (7.8)	0 (0.0)	359 (13.5)
65 +	220 (57.3)	95 (24.7)	44 (11.5)	25 (6.5)	384 (14.5)
SCOLARITE					
AUCUNE	33 (66.0)	10 (20.0)	4 (8.0)	3 (6.0)	50 (1.9)
ELEMENTAIRE	224 (49.6)	148 (32.7)	45 (10.0)	35 (7.7)	452 (17.2)
DEBUT SECONDAIRE	518 (67.4)	154 (20.1)	77 (10.0)	19 (2.5)	768 (29.2)
SECONDAIRE COMPLETE	473 (62.6)	205 (27.2)	44 (5.8)	33 (4.4)	755 (28.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	166 (75.1)	46 (20.8)	9 (4.1)	0 (0.0)	221 (8.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	111 (58.7)	9 (4.8)	41 (21.7)	28 (14.8)	189 (7.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	107 (56.0)	84 (44.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	191 (7.3)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	1094 (61.6)	502 (28.3)	104 (5.9)	75 (4.2)	1775 (70.7)
1 - 19	104 (76.5)	13 (9.6)	15 (11.0)	4 (2.9)	136 (5.4)
20 ET PLUS	394 (65.8)	84 (14.0)	84 (14.0)	37 (6.2)	599 (23.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	431 (72.1)	147 (24.6)	15 (2.5)	5 (0.8)	598 (25.2)
RETRAITE	151 (47.8)	122 (38.6)	33 (10.4)	10 (3.2)	316 (13.3)
TIENT MAISON	399 (55.0)	233 (32.1)	52 (7.2)	41 (5.7)	725 (30.5)
NON APPLICABLE	498 (67.7)	98 (13.3)	99 (13.5)	41 (5.6)	736 (31.0)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	45 (46.9)	44 (45.8)	0 (0.0)	7 (7.3)	96 (3.9)
PROFESSIONNELS	62 (91.2)	0 (0.0)	4 (5.9)	2 (2.9)	68 (2.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	51 (77.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (22.7)	66 (2.7)
EMPLOYES DE VENTES	33 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (1.3)
FERRIERS ET PECHEURS	13 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (0.5)
OUVRIER SPECIALISE	114 (58.2)	0 (0.0)	68 (34.7)	14 (7.1)	196 (8.0)
AUTRES	55 (82.1)	0 (0.0)	12 (17.9)	0 (0.0)	67 (2.7)
NON-TRAVAILLEURS	1198 (62.7)	515 (27.0)	119 (6.2)	78 (4.1)	1910 (78.0)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	137 (79.2)	10 (5.0)	12 (6.9)	14 (8.1)	173 (6.5)
2 PERSONNES	336 (50.9)	248 (37.6)	37 (5.6)	39 (5.9)	660 (24.9)
3 PERSONNES	358 (67.3)	115 (21.6)	31 (5.8)	28 (5.3)	532 (20.1)
4 PERSONNES	345 (65.7)	72 (13.7)	79 (15.0)	29 (5.5)	525 (19.8)
5 PERSONNES	278 (56.2)	183 (37.0)	33 (6.7)	1 (0.2)	495 (18.7)
6 ET PLUS	188 (70.1)	43 (16.0)	30 (11.2)	7 (2.6)	268 (10.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	510 (50.2)	372 (36.7)	91 (9.0)	42 (4.1)	1015 (38.3)
NON	1132 (69.2)	299 (18.3)	130 (7.9)	76 (4.6)	1637 (61.7)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	421 (57.3)	186 (25.3)	93 (12.7)	35 (4.8)	735 (28.7)
CHEF FEMININ	524 (59.1)	234 (26.4)	78 (8.8)	50 (5.6)	886 (34.6)
NON-CHEF	670 (71.3)	206 (21.9)	36 (3.8)	28 (3.0)	940 (36.7)
QUINTILLE D'ECUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	90 (62.5)	25 (17.4)	10 (6.9)	19 (13.2)	144 (5.4)
PETIT CONSONNATEUR	213 (69.6)	64 (20.4)	16 (5.2)	13 (4.2)	306 (11.5)
CONSONNATEUR MOYEN	294 (49.2)	232 (38.9)	63 (10.6)	8 (1.3)	597 (22.5)
GRAND CONSONNATEUR	449 (75.1)	98 (16.4)	32 (5.4)	19 (3.2)	598 (22.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	594 (59.0)	253 (25.1)	100 (9.9)	59 (5.9)	1006 (37.9)

TABLEAU 14

ANGLOPHONE-TOTAL : ONTARIO

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY 11926 (75.4)	BEACHCOMBERS 3858 (24.4)	FEMME BIONIQUE 28 (0.2)	GRAND-PAPA 10 (0.1)	15822 (100.0)
SEXE					
HOMME	5343 (72.9)	1947 (26.6)	28 (0.4)	10 (0.1)	7328 (46.3)
FEMME	6583 (77.5)	1911 (22.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8494 (53.7)
AGE					
2 - 6	145 (34.5)	275 (65.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	420 (2.7)
7 - 11	814 (57.8)	567 (40.2)	28 (2.0)	0 (0.0)	1409 (8.9)
12 - 17	2117 (87.4)	304 (12.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	2421 (15.3)
18 - 24	1826 (89.6)	206 (10.1)	0 (0.0)	7 (0.3)	2039 (12.9)
25 - 34	2199 (83.6)	430 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2629 (16.6)
35 - 49	1561 (72.4)	591 (27.4)	0 (0.0)	3 (0.1)	2155 (13.6)
50 - 54	772 (75.4)	252 (24.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1024 (6.5)
55 - 64	1180 (66.5)	595 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1775 (11.2)
65 +	1310 (67.3)	637 (32.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1947 (12.3)
SCOLARITE					
AUCUNE	69 (26.4)	192 (73.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	261 (1.7)
ELEMENTAIRE	2485 (65.3)	1294 (34.0)	28 (0.7)	0 (0.0)	3807 (24.7)
DEBUT SECONDAIRE	3025 (78.0)	1076 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4901 (31.7)
SECONDAIRE COMPLETE	2784 (79.4)	721 (20.6)	0 (0.0)	3 (0.1)	3508 (22.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1176 (87.7)	165 (12.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1341 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	699 (79.9)	169 (19.3)	0 (0.0)	7 (0.8)	875 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	590 (79.9)	150 (20.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	748 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	5880 (71.5)	2314 (28.1)	28 (0.3)	7 (0.1)	8229 (54.6)
1 - 19	1041 (84.4)	193 (15.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1234 (8.2)
20 ET PLUS	4531 (80.9)	1068 (19.1)	0 (0.0)	3 (0.1)	5602 (37.2)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	2718 (75.7)	838 (23.3)	28 (0.8)	7 (0.2)	3591 (25.2)
RETRAITE	731 (63.0)	430 (37.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1161 (8.2)
TIENT MAISON	2023 (76.6)	617 (23.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2640 (18.6)
NON APPLICABLE	5571 (81.5)	1261 (18.4)	0 (0.0)	3 (0.0)	6835 (48.0)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	404 (92.7)	32 (7.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	436 (3.0)
PROFESSIONNELS	673 (80.6)	162 (19.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	835 (5.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	856 (93.7)	58 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	914 (6.2)
EMPLOYES DE VENTES	160 (95.2)	8 (4.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	168 (1.1)
FERMIERS ET PECHEURS	185 (74.0)	65 (26.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	250 (1.7)
OUVRIER SPECIALISE	919 (77.7)	260 (22.0)	0 (0.0)	3 (0.3)	1182 (8.0)
AUTRES	1097 (73.2)	401 (26.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1498 (10.2)
NON-TRAVAILLEURS	6920 (73.1)	2507 (26.5)	28 (0.3)	7 (0.1)	9462 (64.2)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1082 (64.5)	595 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1677 (10.6)
2 PERSONNES	2761 (74.6)	929 (25.1)	0 (0.0)	10 (0.3)	3700 (23.4)
3 PERSONNES	2084 (79.5)	538 (20.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2622 (16.6)
4 PERSONNES	2935 (75.2)	946 (24.2)	22 (0.6)	0 (0.0)	3903 (24.7)
5 PERSONNES	1689 (78.0)	471 (21.7)	6 (0.3)	0 (0.0)	2166 (13.7)
6 ET PLUS	1377 (78.4)	379 (21.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1756 (11.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	4458 (72.4)	1668 (27.1)	28 (0.5)	0 (0.0)	6154 (38.9)
NON	7469 (77.2)	2190 (22.6)	0 (0.0)	10 (0.1)	9669 (61.1)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	3267 (70.5)	1363 (29.4)	0 (0.0)	3 (0.1)	4633 (30.2)
CHEF FEMININ	3527 (77.9)	1002 (22.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4529 (29.5)
NON-CHEF	4767 (77.3)	1363 (22.1)	28 (0.5)	7 (0.1)	6165 (40.2)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	1024 (71.0)	411 (28.5)	0 (0.0)	7 (0.5)	1442 (9.1)
PETIT CONSUMMATEUR	2010 (81.9)	441 (18.0)	0 (0.0)	3 (0.1)	2454 (15.5)
CONSUMMATEUR MOYEN	2688 (79.4)	668 (19.7)	28 (0.8)	0 (0.0)	3384 (21.4)
GRAND CONSUMMATEUR	3017 (71.4)	1208 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4225 (26.7)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	3180 (73.8)	1130 (26.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4318 (27.3)

TABLEAU 15

ANGLOPHONE-TOTAL : OUEST

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	10870 (64.7)	5908 (35.2)	16 (0.1)	0 (0.0)	16794 (100.0)
SEXE					
HOMME	4881 (62.6)	2914 (37.4)	5 (0.1)	0 (0.0)	7800 (46.4)
FEMME	5989 (66.6)	2994 (33.3)	11 (0.1)	0 (0.0)	8994 (53.6)
AGE					
2 - 6	158 (16.5)	799 (83.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	957 (5.7)
7 - 11	811 (51.1)	771 (48.6)	5 (0.3)	0 (0.0)	1587 (9.4)
12 - 17	2485 (77.3)	728 (22.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3213 (19.1)
18 - 24	1515 (77.2)	447 (22.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1962 (11.7)
25 - 34	1604 (68.0)	745 (31.6)	11 (0.5)	0 (0.0)	2360 (14.1)
35 - 49	1547 (69.2)	690 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2237 (13.3)
50 - 54	546 (77.8)	156 (22.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	702 (4.2)
55 - 64	1241 (58.7)	872 (41.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2113 (12.6)
65 +	964 (58.0)	699 (42.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1663 (9.9)
SCOLARITE					
AUCUNE	109 (15.2)	608 (84.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	717 (4.4)
ELEMENTAIRE	2119 (59.1)	1791 (45.7)	5 (0.1)	0 (0.0)	3915 (23.8)
DEBUT SECONDAIRE	3629 (72.6)	1368 (27.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4997 (30.4)
SECONDAIRE COMPLETE	2564 (72.7)	962 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3526 (21.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	922 (67.5)	433 (31.7)	11 (0.8)	0 (0.0)	1366 (8.3)
DEBUT UNIVERSITAIRE	660 (66.0)	340 (34.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1000 (6.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	570 (63.7)	325 (36.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	895 (5.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	5529 (61.9)	3403 (38.1)	5 (0.1)	0 (0.0)	8937 (55.6)
1 - 19	1383 (71.2)	559 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1942 (12.1)
20 ET PLUS	3516 (67.9)	1655 (31.9)	11 (0.2)	0 (0.0)	5182 (32.3)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	2576 (66.0)	1321 (33.9)	5 (0.1)	0 (0.0)	3902 (27.2)
RETRAITE	715 (62.8)	423 (37.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1138 (7.9)
TIENT MAISON	1532 (70.3)	646 (29.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	2178 (15.2)
NON APPLICABLE	4899 (68.8)	2215 (31.1)	11 (0.2)	0 (0.0)	7125 (49.7)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	274 (65.7)	143 (34.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	417 (2.7)
PROFESSIONNELS	488 (69.9)	199 (28.5)	11 (1.6)	0 (0.0)	698 (4.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	485 (61.6)	302 (38.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	787 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	177 (68.1)	83 (31.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	260 (1.7)
FERMIERS ET PECHEURS	356 (77.2)	105 (22.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	461 (3.0)
OUVRIER SPECIALISE	588 (57.9)	428 (42.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1016 (6.5)
AUTRES	781 (72.9)	290 (27.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1071 (6.9)
NON-TRAVAILLEURS	6912 (63.5)	3962 (36.4)	5 (0.0)	0 (0.0)	10879 (69.8)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1004 (60.5)	656 (39.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1660 (9.9)
2 PERSONNES	2268 (63.8)	1288 (36.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3556 (21.2)
3 PERSONNES	1702 (72.9)	616 (26.8)	16 (0.7)	0 (0.0)	2334 (13.9)
4 PERSONNES	2626 (61.7)	1630 (38.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4256 (25.3)
5 PERSONNES	1980 (67.2)	966 (32.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2946 (17.5)
6 ET PLUS	1290 (63.1)	753 (36.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	2043 (12.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	4409 (59.0)	3055 (40.9)	5 (0.1)	0 (0.0)	7469 (44.5)
NON	6459 (69.3)	2853 (30.6)	11 (0.1)	0 (0.0)	9323 (55.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	2800 (63.1)	1638 (36.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4438 (27.0)
CHEF FEMININ	2846 (67.9)	1343 (32.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4189 (25.5)
NON-CHEF	4972 (63.5)	2844 (36.3)	16 (0.2)	0 (0.0)	7832 (47.6)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	976 (61.7)	596 (37.7)	11 (0.7)	0 (0.0)	1583 (9.4)
PETIT CONSONNATEUR	1780 (67.6)	852 (32.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2632 (15.7)
CONSONNATEUR MOYEN	2222 (65.6)	1167 (34.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	3389 (20.2)
GRAND CONSONNATEUR	2868 (64.9)	1544 (35.0)	5 (0.1)	0 (0.0)	4417 (26.3)
CONSONNATEUR MAXIMUM	3025 (63.4)	1750 (36.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4775 (28.4)

TABLEAU 16

FRANCOPHONE-UNILINGUE: CANADA

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	BEACHCOMBERS	THREE'S COMPANY	TOTAL
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 16177 (53.0)	FEMME BIONIQUE 13574 (44.5)	THREE'S COMPANY 620 (2.0)	BEACHCOMBERS 151 (0.5)	30522 (100.0)
SEXE					
HOMME	5541 (48.5)	5570 (48.7)	268 (1.8)	115 (1.0)	11434 (37.5)
FEMME	10636 (55.7)	8004 (41.9)	412 (2.2)	36 (0.2)	19088 (62.5)
AGE					
2 - 6	577 (29.7)	1300 (66.8)	23 (1.2)	46 (2.4)	1946 (6.4)
7 - 11	1583 (38.6)	2419 (59.0)	51 (1.2)	48 (1.2)	4101 (13.4)
12 - 17	2119 (43.4)	2512 (52.0)	154 (3.2)	43 (0.9)	4828 (15.8)
18 - 24	2041 (55.7)	1538 (42.0)	78 (2.1)	6 (0.2)	3663 (12.0)
25 - 34	3017 (57.7)	2094 (40.0)	119 (2.3)	0 (0.0)	5230 (17.1)
35 - 49	2594 (59.2)	1655 (37.8)	135 (3.1)	0 (0.0)	4384 (14.4)
50 - 54	1335 (61.0)	826 (37.8)	26 (1.2)	0 (0.0)	2187 (7.2)
55 - 64	1736 (67.6)	819 (31.9)	4 (0.2)	8 (0.3)	2567 (8.4)
65 +	1176 (72.8)	411 (25.4)	28 (1.7)	0 (0.0)	1615 (5.3)
SCOLARITE					
AUCUNE	513 (31.0)	1113 (67.2)	16 (1.0)	14 (0.8)	1656 (5.5)
ELEMENTAIRE	5190 (51.7)	4570 (45.5)	166 (1.7)	116 (1.2)	10042 (33.4)
DEBUT SECONDAIRE	5182 (53.4)	4254 (43.8)	261 (2.7)	6 (0.1)	9703 (32.3)
SECONDAIRE COMPLETE	3219 (59.7)	2043 (37.9)	112 (2.1)	14 (0.3)	5388 (17.9)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1317 (56.4)	970 (41.6)	47 (2.0)	0 (0.0)	2334 (7.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	275 (56.2)	205 (41.9)	9 (1.8)	0 (0.0)	489 (1.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	253 (55.8)	193 (42.6)	7 (1.5)	0 (0.0)	453 (1.5)
HEURES DE TRAVAIL RENUNERE					
AUCUNE	10142 (51.1)	9202 (46.4)	384 (1.9)	103 (0.5)	19831 (67.3)
1 - 19	723 (57.8)	513 (41.0)	14 (1.1)	0 (0.0)	1250 (4.2)
20 ET PLUS	4751 (56.7)	3398 (40.6)	210 (2.5)	14 (0.2)	8373 (28.4)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	3544 (39.3)	5156 (57.1)	240 (2.7)	88 (1.0)	9028 (33.6)
RETRAITE	936 (70.9)	393 (29.0)	1 (0.1)	0 (0.0)	1320 (4.9)
TIENT MAISON	4331 (62.8)	2438 (35.4)	125 (1.8)	0 (0.0)	6894 (25.7)
NON APPLICABLE	5474 (56.9)	3911 (40.6)	224 (2.3)	14 (0.1)	9623 (35.8)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	336 (65.8)	175 (34.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	511 (1.8)
PROFESSIONNELS	603 (55.2)	461 (42.2)	28 (2.6)	0 (0.0)	1092 (3.9)
EMPLOYES DE BUREAUX	785 (56.0)	558 (34.8)	60 (4.3)	0 (0.0)	1403 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	258 (52.9)	214 (43.9)	8 (1.6)	8 (1.6)	488 (1.7)
PENNIERS ET PECHEURS	226 (68.5)	104 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	330 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	587 (53.8)	496 (45.5)	8 (0.7)	0 (0.0)	1091 (3.9)
AUTRES	1284 (57.2)	861 (38.3)	101 (4.5)	0 (0.0)	2246 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	10865 (51.5)	9715 (46.1)	398 (1.9)	103 (0.5)	21081 (74.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1365 (58.1)	963 (41.0)	23 (1.0)	0 (0.0)	2351 (7.7)
2 PERSONNES	2717 (61.4)	1616 (36.5)	75 (1.7)	14 (0.3)	4422 (14.5)
3 PERSONNES	3119 (59.6)	2030 (38.8)	86 (1.6)	0 (0.0)	5235 (17.2)
4 PERSONNES	3673 (49.8)	3555 (43.2)	94 (1.3)	55 (0.7)	7377 (24.2)
5 PERSONNES	2786 (49.9)	2661 (46.8)	167 (2.9)	70 (1.2)	5684 (18.6)
6 ET PLUS	2517 (46.2)	2748 (50.4)	175 (3.2)	11 (0.2)	5451 (17.9)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	7681 (47.9)	7765 (49.0)	378 (2.4)	112 (0.7)	15856 (52.0)
NON	8576 (58.5)	5808 (39.6)	241 (1.6)	39 (0.3)	14664 (48.0)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	3027 (59.0)	1955 (38.1)	138 (2.7)	8 (0.2)	5128 (17.4)
CHEF FEMININ	6737 (63.6)	3701 (34.9)	148 (1.4)	6 (0.1)	10592 (35.9)
HON-CHEF	5828 (42.3)	7492 (54.4)	319 (2.3)	136 (1.0)	13775 (46.7)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	1069 (58.2)	691 (37.6)	76 (4.1)	0 (0.0)	1836 (6.0)
PETIT CONSUMMATEUR	2458 (54.1)	1025 (41.9)	142 (3.3)	34 (0.8)	4359 (14.3)
CONSUMMATEUR MOYEN	3052 (40.5)	3083 (49.0)	85 (1.4)	69 (1.1)	6289 (20.6)
GRAND CONSUMMATEUR	4017 (51.3)	3633 (46.4)	125 (1.6)	48 (0.6)	7823 (25.6)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	5681 (55.6)	4342 (42.5)	193 (1.9)	0 (0.0)	10216 (33.5)

TABLEAU 17

FRANCOPHONE-UNILINGUE: ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
RESULTAT:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	TOTAL
	279 (45.1)	256 (41.4)	64 (10.3)	20 (3.2)	619 (100.0)
SEXE					
HOMME	107 (31.4)	155 (45.5)	64 (10.8)	15 (4.4)	341 (55.1)
FEMME	172 (61.9)	101 (36.3)	0 (0.0)	5 (1.8)	278 (44.9)
AGE					
2 - 6	6 (9.4)	25 (39.1)	31 (48.4)	2 (3.1)	64 (10.3)
7 - 11	28 (29.5)	53 (55.8)	14 (14.7)	0 (0.0)	95 (15.3)
12 - 17	70 (43.8)	68 (42.5)	19 (11.9)	3 (1.9)	160 (25.8)
18 - 24	37 (35.9)	61 (59.2)	0 (0.0)	5 (4.9)	103 (16.6)
25 - 34	28 (80.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (20.0)	35 (5.7)
35 - 49	34 (66.7)	15 (29.4)	0 (0.0)	2 (3.9)	51 (8.2)
50 - 54	2 (33.3)	4 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.0)
55 - 64	31 (73.0)	11 (26.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	42 (6.8)
65 +	44 (69.8)	19 (30.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	63 (10.2)
SCOLARITE					
AUCUNE	16 (32.0)	32 (64.0)	0 (0.0)	2 (4.0)	50 (8.1)
ELEMENTAIRE	124 (40.9)	113 (37.3)	64 (21.1)	2 (0.7)	303 (48.9)
DEBUT SECONDAIRE	109 (58.4)	64 (34.6)	0 (0.0)	13 (7.0)	185 (29.9)
SECONDAIRE COMPLETE	17 (33.3)	34 (66.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	51 (8.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	5 (41.7)	7 (53.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (1.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	11 (61.1)	4 (22.2)	0 (0.0)	3 (16.7)	18 (2.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	209 (42.4)	215 (43.6)	64 (13.0)	5 (1.0)	493 (82.3)
1 - 19	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.3)
20 ET PLUS	54 (51.9)	35 (33.7)	0 (0.0)	15 (14.4)	104 (17.4)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	92 (30.7)	139 (46.3)	64 (21.3)	5 (1.7)	300 (55.2)
RETRAITE	40 (74.1)	14 (25.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	54 (9.9)
TIENT MAISON	59 (70.7)	24 (29.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	82 (15.1)
NON APPLICABLE	57 (53.3)	35 (32.7)	0 (0.0)	15 (14.0)	107 (19.7)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (0.5)
EMPLOYES DE VENTES	2 (22.2)	7 (77.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (1.5)
FERMIS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.7)
AUTRES	34 (45.9)	28 (37.0)	0 (0.0)	12 (16.2)	74 (12.6)
NON-TRAVAILLEURS	212 (42.7)	215 (43.3)	64 (12.9)	5 (1.0)	496 (84.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	39 (60.9)	23 (35.9)	0 (0.0)	2 (3.1)	64 (10.4)
2 PERSONNES	43 (78.2)	6 (10.9)	0 (0.0)	6 (10.9)	55 (8.9)
3 PERSONNES	29 (50.9)	21 (36.3)	0 (0.0)	7 (12.3)	57 (9.2)
4 PERSONNES	56 (59.6)	36 (38.3)	0 (0.0)	2 (2.1)	94 (15.2)
5 PERSONNES	29 (25.2)	22 (19.1)	64 (55.7)	0 (0.0)	115 (18.6)
6 ET PLUS	93 (35.6)	147 (63.1)	0 (0.0)	3 (1.3)	233 (37.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	125 (35.3)	156 (44.1)	64 (18.1)	9 (2.5)	354 (57.2)
NON	154 (58.1)	100 (37.7)	0 (0.0)	11 (4.2)	265 (42.8)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	42 (59.2)	17 (23.9)	0 (0.0)	12 (16.9)	71 (11.8)
CHEF FEMMIN	86 (78.2)	24 (21.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	110 (18.2)
NON-CHEF	142 (33.6)	208 (49.2)	64 (15.1)	9 (2.1)	423 (70.0)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	24 (44.4)	35 (55.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	63 (10.2)
PETIT CONSOMMATEUR	58 (44.3)	70 (53.4)	0 (0.0)	3 (2.3)	131 (21.2)
CONSOMMATEUR MOYEN	28 (25.2)	28 (25.2)	50 (45.0)	5 (4.5)	111 (17.9)
GRAND CONSOMMATEUR	84 (49.7)	69 (40.0)	14 (8.3)	2 (1.2)	169 (27.3)
CONSOMMATEUR MAXIMUM	81 (55.9)	54 (37.2)	0 (0.0)	10 (6.9)	145 (23.4)

TABLEAU 18

FRANCOPHONE-UNILINGUE: QUEBEC

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	TOTAL
	15692 (53.4)	13181 (44.9)	471 (1.6)	31 (0.1)	29375 (100.0)
SEXE					
HOMME	5367 (49.3)	5365 (49.2)	159 (1.5)	6 (0.1)	10897 (37.1)
FEMME	10325 (55.9)	7816 (42.3)	312 (1.7)	25 (0.1)	18478 (62.9)
AGE					
2 - 6	563 (31.0)	1248 (68.7)	6 (0.3)	0 (0.0)	1817 (6.2)
7 - 11	1526 (39.0)	2361 (60.3)	29 (0.7)	0 (0.0)	3916 (13.3)
12 - 17	2043 (43.9)	2434 (52.3)	151 (3.2)	24 (0.5)	4652 (15.8)
18 - 24	1996 (56.8)	1461 (41.6)	52 (1.5)	6 (0.2)	3515 (12.0)
25 - 34	2960 (58.0)	2075 (40.6)	71 (1.4)	0 (0.0)	5106 (17.4)
35 - 49	2543 (59.1)	1641 (38.1)	118 (2.7)	0 (0.0)	4302 (14.6)
50 - 54	1311 (61.8)	796 (37.5)	14 (0.7)	0 (0.0)	2121 (7.2)
55 - 64	1657 (68.0)	778 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2435 (8.3)
65 +	1043 (72.5)	307 (25.7)	28 (1.9)	0 (0.0)	1508 (5.1)
SCOLARITE					
AUCUNE	494 (31.9)	1056 (68.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1550 (5.4)
ELEMENTAIRE	4922 (52.1)	4392 (46.5)	111 (1.2)	18 (0.2)	9443 (32.6)
DEBUT SECONDAIRE	5053 (53.4)	4165 (44.0)	247 (2.6)	6 (0.1)	9471 (32.7)
SECONDAIRE COMPLETE	3190 (60.2)	2005 (37.8)	101 (1.9)	6 (0.1)	5302 (18.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1296 (57.4)	949 (42.0)	12 (0.5)	0 (0.0)	2257 (7.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	263 (56.7)	201 (43.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	464 (1.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	251 (56.9)	190 (43.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	441 (1.5)
HEURES DE TRAVAIL NENUNERE					
AUCUNE	9741 (51.5)	8857 (46.8)	307 (1.6)	24 (0.1)	18929 (66.7)
1 - 19	720 (58.2)	513 (41.4)	5 (0.4)	0 (0.0)	1238 (4.4)
20 ET PLUS	4687 (57.2)	3356 (40.9)	147 (1.8)	6 (0.1)	8196 (28.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	3403 (39.5)	4977 (57.8)	212 (2.5)	24 (0.3)	8616 (33.2)
RETRAITE	863 (70.4)	363 (29.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1226 (4.7)
TIENT MAISON	4166 (63.0)	2372 (35.7)	91 (1.4)	0 (0.0)	6649 (25.6)
NON APPLICABLE	5407 (57.3)	3869 (41.0)	152 (1.6)	6 (0.1)	9434 (36.4)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	336 (65.8)	175 (34.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	511 (1.9)
PROFESSIONNELS	601 (56.7)	459 (43.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1060 (3.9)
EMPLOYES LE BUREAUX	705 (56.5)	558 (40.2)	46 (3.3)	0 (0.0)	1389 (5.1)
EMPLOYES DE VENTES	251 (54.1)	207 (44.6)	6 (1.3)	0 (0.0)	464 (1.7)
FERMIERS ET PECHEURS	226 (68.5)	104 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	330 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	580 (54.0)	492 (45.8)	2 (0.2)	0 (0.0)	1074 (4.0)
AUTRES	1250 (57.6)	833 (38.4)	89 (4.1)	0 (0.0)	2172 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	10462 (51.9)	9370 (46.5)	312 (1.5)	24 (0.1)	20168 (74.2)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1314 (58.7)	925 (41.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2239 (7.6)
2 PERSONNES	2595 (61.5)	1563 (37.0)	56 (1.3)	6 (0.1)	4220 (14.4)
3 PERSONNES	3041 (59.5)	1999 (39.1)	70 (1.4)	0 (0.0)	5110 (17.4)
4 PERSONNES	3589 (50.1)	3495 (48.8)	64 (0.9)	18 (0.3)	7166 (24.4)
5 PERSONNES	2734 (49.8)	2621 (47.7)	134 (2.4)	6 (0.1)	5495 (18.7)
6 ET PLUS	2418 (47.0)	2577 (50.1)	148 (2.9)	0 (0.0)	5143 (17.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	7390 (48.6)	7530 (49.5)	281 (1.8)	0 (0.0)	15201 (51.7)
NON	8302 (58.6)	5650 (39.9)	190 (1.3)	31 (0.2)	14173 (48.3)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	2945 (59.2)	1916 (38.5)	110 (2.2)	0 (0.0)	4971 (17.5)
CHEF FEMININ	6546 (63.7)	3615 (35.2)	106 (1.0)	6 (0.1)	10273 (36.2)
NON-CHEF	5637 (42.9)	7236 (55.1)	240 (1.8)	24 (0.2)	13137 (46.3)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOUMATEUR MINIMUM	1029 (59.7)	656 (38.1)	38 (2.2)	0 (0.0)	1723 (5.9)
PETIT CONSOUMATEUR	2249 (54.8)	1752 (42.7)	103 (2.5)	0 (0.0)	4104 (14.0)
CONSOUMATEUR MOYEN	3012 (49.4)	3018 (49.5)	67 (1.1)	0 (0.0)	6097 (20.8)
GRAND CONSOUMATEUR	3905 (51.7)	3523 (46.6)	101 (1.3)	31 (0.4)	7560 (25.7)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	5457 (55.6)	4233 (42.8)	162 (1.6)	0 (0.0)	9892 (33.7)

TABLEAU 19

FRANCOPHONF-UNILINGUE: ONTARIO

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FENNE BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	TOTAL
* RESULTAT:	GRAND-PAPA	> FENNE BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	TOTAL
	186 (42.6)	122 (27.9)	118 (27.0)	11 (2.5)	437 (100.0)
SEXE					
HOMME	58 (46.8)	34 (27.4)	32 (25.8)	0 (0.0)	124 (28.4)
FEMME	128 (40.9)	88 (28.1)	86 (27.5)	11 (3.5)	313 (71.6)
AGE					
2 - 6	6 (10.2)	27 (45.8)	15 (25.4)	11 (18.6)	59 (13.6)
7 - 11	29 (51.8)	5 (8.9)	22 (39.3)	0 (0.0)	56 (12.9)
12 - 17	4 (30.8)	9 (69.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (3.0)
18 - 24	8 (17.8)	16 (35.6)	21 (46.7)	0 (0.0)	45 (10.3)
25 - 34	29 (36.2)	19 (23.7)	32 (40.0)	0 (0.0)	80 (18.4)
35 - 49	12 (46.2)	0 (0.0)	14 (53.8)	0 (0.0)	26 (6.0)
50 - 54	22 (36.7)	26 (43.3)	12 (20.0)	0 (0.0)	60 (13.8)
55 - 64	38 (70.4)	15 (27.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	54 (12.4)
65 +	37 (88.1)	5 (11.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	42 (9.7)
SCOLARITE					
AUCUNE	3 (5.8)	24 (46.2)	14 (26.9)	11 (21.2)	52 (12.2)
ELEMENTAIRE	140 (54.3)	65 (25.2)	53 (20.5)	0 (0.0)	258 (60.4)
DEBUT SECONDAIRE	15 (35.7)	25 (59.5)	2 (4.8)	0 (0.0)	42 (9.8)
SECONDAIRE COMPLETE	11 (73.3)	4 (26.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (3.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	7 (16.7)	0 (0.0)	35 (83.3)	0 (0.0)	42 (9.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (100.0)	0 (0.0)	6 (1.4)
UNIVERSITAIRE COMPL.	2 (16.7)	3 (25.0)	7 (58.3)	0 (0.0)	12 (2.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	176 (47.1)	115 (30.7)	72 (19.3)	11 (2.9)	374 (86.8)
1 - 19	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
20 ET PLUS	5 (8.8)	7 (12.3)	45 (70.9)	0 (0.0)	57 (13.2)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	44 (41.1)	40 (37.4)	23 (21.5)	0 (0.0)	107 (29.5)
RETRAITE	31 (83.8)	5 (13.5)	1 (2.7)	0 (0.0)	37 (10.2)
TIENT MAISON	87 (53.7)	42 (25.9)	33 (20.4)	0 (0.0)	162 (44.6)
NON APPLICABLE	5 (8.8)	7 (12.3)	45 (78.9)	0 (0.0)	57 (15.7)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	2 (6.1)	3 (9.1)	28 (84.8)	0 (0.0)	33 (7.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (100.0)	0 (0.0)	11 (2.6)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
FERNIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	3 (23.1)	4 (30.8)	6 (46.2)	0 (0.0)	13 (3.0)
AUTRES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON-TRAVAILLEURS	176 (47.1)	115 (30.7)	72 (19.3)	11 (2.9)	374 (86.8)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	10 (21.7)	15 (32.6)	21 (45.7)	0 (0.0)	46 (10.6)
2 PERSONNES	69 (62.2)	31 (27.9)	11 (9.9)	0 (0.0)	111 (25.5)
3 PERSONNES	49 (71.0)	11 (15.9)	9 (13.0)	0 (0.0)	69 (15.9)
4 PERSONNES	23 (30.7)	24 (32.0)	28 (37.3)	0 (0.0)	75 (17.2)
5 PERSONNES	22 (34.4)	18 (28.1)	24 (37.5)	0 (0.0)	64 (14.7)
6 ET PLUS	12 (17.1)	23 (32.9)	24 (34.3)	11 (15.7)	70 (16.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	82 (32.4)	80 (31.6)	80 (31.6)	11 (4.3)	253 (58.0)
NON	104 (56.8)	42 (23.0)	37 (20.2)	0 (0.0)	183 (42.0)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	31 (60.8)	7 (13.7)	13 (25.5)	0 (0.0)	51 (12.2)
CHEF FEMININ	98 (50.8)	62 (32.1)	33 (17.1)	0 (0.0)	193 (46.2)
NON-CHEF	45 (25.9)	48 (27.6)	70 (40.2)	11 (6.3)	174 (41.6)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOUMATEUR MINIMUM	12 (29.3)	0 (0.0)	29 (70.7)	0 (0.0)	41 (9.4)
PETIT CONSOUMATEUR	49 (56.3)	3 (3.4)	35 (40.2)	0 (0.0)	87 (20.0)
CONSOUMATEUR MOYEN	13 (18.3)	37 (52.1)	10 (14.1)	11 (15.5)	71 (16.3)
GRAND CONSOUMATEUR	19 (22.9)	42 (50.6)	22 (26.5)	0 (0.0)	83 (19.1)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	92 (60.1)	40 (26.1)	21 (13.7)	0 (0.0)	153 (35.2)

TABLEAU 20

FRANCOPHONE-UNILINGUE: OUEST

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	> BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> GRAND-PAPA	> THREE'S COMPANY	TOTAL
	45 (54.2)	15 (18.1)	12 (14.5)	11 (13.3)	83 (100.0)
SEXE					
HOMME	45 (61.6)	15 (20.5)	10 (13.7)	3 (4.1)	73 (88.0)
FEMME	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (20.0)	8 (80.0)	10 (12.0)
AGE					
2 - 6	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
7 - 11	34 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	34 (41.0)
12 - 17	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
18 - 24	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
25 - 34	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
35 - 49	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
50 - 54	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
55 - 64	8 (22.2)	15 (41.7)	10 (27.8)	3 (8.3)	36 (43.4)
65 +	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (2.4)
SCOLARITE					
AUCUNE	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
ELEMENTAIRE	34 (94.4)	0 (0.0)	2 (5.6)	0 (0.0)	36 (43.4)
DEBUT SECONDAIRE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
SECONDAIRE COMPLETE	3 (42.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (57.9)	19 (22.9)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	0 (0.0)	15 (60.0)	10 (40.0)	0 (0.0)	25 (30.1)
DEBUT UNIVERSITAIRE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	3 (10.0)	15 (50.0)	12 (40.0)	0 (0.0)	30 (61.2)
1 - 19	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (16.3)
20 ET PLUS	8 (72.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (27.3)	11 (22.4)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
RETRAITE	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (9.5)
TIENT MAISON	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON APPLICABLE	8 (42.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (57.9)	19 (90.5)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE VENTES	8 (72.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (27.3)	11 (22.4)
FERRIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
AUTRES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON-TRAVAILLEURS	3 (7.9)	15 (39.5)	12 (31.6)	8 (21.1)	38 (77.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (2.4)
2 PERSONNES	8 (22.2)	15 (41.7)	10 (27.8)	3 (8.3)	36 (43.4)
3 PERSONNES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
4 PERSONNES	37 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	37 (44.6)
5 PERSONNES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
6 ET PLUS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	37 (82.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (17.8)	45 (54.2)
NON	8 (21.1)	15 (39.5)	12 (31.6)	3 (7.9)	38 (45.8)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	8 (22.2)	15 (41.7)	10 (27.8)	3 (8.3)	36 (43.4)
CHEF FEMININ	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (20.0)	8 (80.0)	10 (12.0)
NON-CHEF	37 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	37 (44.6)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
PETIT CONSUMMATEUR	34 (94.4)	0 (0.0)	2 (5.6)	0 (0.0)	36 (43.4)
CONSUMMATEUR MOYEN	8 (72.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (27.3)	11 (13.3)
GRAND CONSUMMATEUR	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	0 (0.0)	15 (60.0)	10 (40.0)	0 (0.0)	25 (30.1)

TABLEAU 21

PBANOPHONE-BILINGUE : CANADA

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	BEACHCOMBERS	FEMME BIONIQUE	THREE'S COMPANY	TOTAL
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 5670 (41.4)	FEMME BIONIQUE 4416 (31.1)	THREE'S COMPANY 2432 (20.0)	BEACHCOMBERS 1073 (7.6)	14 191 (100.0)
SEXE					
HOMME	2547 (36.5)	2524 (36.1)	1367 (19.6)	547 (7.8)	6985 (49.2)
FEMME	3323 (46.1)	1892 (26.3)	1465 (20.3)	526 (7.3)	7206 (50.8)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	45 (64.3)	2 (2.9)	23 (32.9)	70 (0.5)
7 - 11	24 (6.5)	149 (40.6)	106 (28.9)	88 (24.0)	367 (2.6)
12 - 17	440 (27.0)	629 (38.5)	475 (29.1)	88 (5.4)	1632 (11.5)
18 - 24	790 (37.5)	659 (31.3)	561 (26.6)	96 (4.6)	2106 (14.8)
25 - 34	1463 (44.1)	920 (27.7)	621 (18.7)	313 (9.4)	3317 (23.4)
35 - 49	1267 (41.5)	1095 (35.8)	478 (15.6)	215 (7.0)	3055 (21.5)
50 - 54	466 (52.0)	242 (27.0)	178 (19.8)	11 (1.2)	897 (6.3)
55 - 64	774 (50.0)	426 (27.5)	264 (17.1)	84 (5.4)	1548 (10.9)
65 +	647 (53.9)	251 (20.9)	147 (12.2)	155 (12.9)	1200 (8.5)
SCOLARITE					
AUCUNE	23 (63.9)	11 (30.6)	2 (5.6)	0 (0.0)	36 (0.3)
ELEMENTAIRE	631 (31.6)	405 (24.3)	493 (24.7)	387 (19.4)	1996 (14.3)
DEBUT SECONDAIRE	1528 (40.7)	1290 (34.4)	759 (20.2)	176 (4.7)	3753 (26.9)
SECONDAIRE COMPLETE	1786 (45.2)	1278 (32.3)	767 (19.4)	123 (3.1)	3954 (28.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1061 (45.6)	708 (30.4)	385 (16.6)	172 (7.4)	2326 (16.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	347 (41.6)	228 (24.5)	195 (21.0)	120 (12.9)	930 (6.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	361 (37.7)	362 (37.8)	173 (18.1)	62 (6.5)	958 (6.9)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	2584 (41.6)	1818 (29.3)	1253 (20.2)	559 (9.0)	6214 (44.8)
1 - 19	416 (41.9)	293 (28.5)	272 (27.4)	23 (2.3)	994 (7.2)
20 ET PLUS	2779 (41.7)	2196 (32.9)	1219 (18.3)	471 (7.1)	6665 (48.0)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	474 (22.6)	834 (39.7)	543 (25.8)	250 (11.9)	2101 (15.0)
RETRAITE	571 (48.1)	299 (25.2)	138 (15.8)	130 (10.9)	1188 (9.0)
TIENT MAISON	1183 (51.0)	584 (25.2)	444 (19.2)	107 (4.6)	2318 (17.5)
NON APPLICABLE	3195 (41.7)	2480 (32.8)	1491 (19.5)	494 (6.4)	7660 (57.7)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	269 (43.0)	190 (30.4)	124 (19.8)	43 (6.9)	626 (4.8)
PROFESSIONNELS	544 (46.1)	367 (31.1)	183 (15.5)	85 (7.2)	1179 (9.1)
EMPLOYES DE BUREAUX	678 (44.3)	548 (35.8)	189 (12.4)	115 (7.5)	1530 (11.8)
EMPLOYES DE VENTES	168 (53.3)	101 (32.1)	46 (14.6)	0 (0.0)	315 (2.4)
PERMIERS ET PECHEURS	32 (27.4)	36 (30.8)	49 (41.9)	0 (0.0)	117 (0.9)
OUVRIER SPECIALISE	362 (39.7)	290 (31.8)	221 (24.3)	38 (4.2)	911 (7.0)
AUTRES	400 (35.7)	356 (31.7)	229 (20.4)	137 (12.2)	1122 (8.6)
NON-TRAVAILLEURS	2999 (41.6)	2101 (29.1)	1525 (21.2)	583 (8.1)	7208 (55.4)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	643 (55.1)	310 (26.6)	174 (14.9)	40 (3.4)	1167 (8.2)
2 PERSONNES	1424 (47.8)	760 (25.5)	595 (20.0)	197 (6.6)	2976 (21.0)
3 PERSONNES	1262 (43.7)	767 (26.6)	486 (16.8)	373 (12.9)	2898 (20.3)
4 PERSONNES	1401 (39.7)	1242 (35.2)	710 (20.1)	178 (5.0)	3531 (24.9)
5 PERSONNES	677 (33.0)	732 (35.6)	489 (23.8)	156 (7.6)	2054 (14.5)
6 ET PLUS	465 (29.5)	605 (38.4)	378 (24.0)	129 (8.2)	1577 (11.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	1999 (37.9)	1679 (31.8)	1118 (21.2)	482 (9.1)	5278 (37.2)
NON	3872 (43.4)	2736 (30.7)	1714 (19.2)	591 (6.6)	8913 (62.8)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	2072 (40.3)	1771 (34.5)	890 (17.3)	407 (7.9)	5140 (37.1)
CHEF FEMMININ	2407 (53.8)	1000 (22.3)	792 (17.7)	276 (6.2)	4475 (32.3)
NON-CHEF	1293 (30.2)	1502 (35.3)	1108 (26.0)	362 (8.5)	4255 (30.7)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSOmmATEUR MINIMUM	484 (39.6)	331 (27.1)	232 (19.0)	175 (14.3)	1222 (8.6)
PETIT CONSOmmATEUR	955 (44.9)	652 (29.4)	451 (20.4)	116 (5.2)	2214 (15.6)
CONSOmmATEUR MOYEN	1185 (44.9)	821 (31.1)	518 (19.6)	118 (4.5)	2642 (18.6)
GRAND CONSOmmATEUR	1359 (41.4)	969 (29.6)	643 (19.6)	308 (9.4)	3279 (23.1)
CONSOmmATEUR MAXIMUM	1848 (30.2)	1643 (34.0)	988 (20.4)	355 (7.3)	4834 (34.1)

TABLEAU 22

FRANCOPHONE-BILINGUE : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> DEACHCCMBERS	> FEMME BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> DEACHCCMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	498 (35.3)	405 (28.7)	326 (23.1)	183 (13.0)	1412 (100.0)
SEXE					
HOMME	221 (31.7)	267 (38.3)	140 (20.1)	69 (9.9)	697 (49.4)
FEMME	277 (36.7)	138 (19.3)	186 (26.0)	114 (15.9)	715 (50.6)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	49 (42.2)	67 (57.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (8.2)
12 - 17	71 (36.0)	55 (27.9)	31 (15.7)	40 (20.3)	197 (13.9)
18 - 24	111 (56.6)	16 (8.2)	38 (19.4)	31 (15.8)	196 (13.9)
25 - 34	128 (37.2)	78 (22.7)	87 (25.3)	51 (14.8)	344 (24.3)
35 - 49	41 (24.7)	46 (27.7)	54 (32.5)	25 (15.1)	166 (11.7)
50 - 54	31 (47.0)	0 (0.0)	27 (40.9)	8 (12.1)	66 (4.7)
55 - 64	44 (31.4)	24 (17.1)	43 (30.7)	29 (20.7)	140 (9.9)
65 +	24 (12.6)	120 (63.2)	46 (24.2)	0 (0.0)	190 (13.4)
SCOLARITE					
AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (100.0)	0 (0.0)	5 (0.4)
ELEMENTAIRE	149 (28.4)	228 (43.5)	110 (21.0)	37 (7.1)	524 (37.8)
DEBUT SECONDAIRE	117 (33.4)	57 (16.3)	97 (27.7)	79 (22.6)	350 (25.2)
SECONDAIRE COMPLETE	106 (47.3)	26 (11.6)	56 (25.0)	36 (16.1)	224 (16.1)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	53 (43.1)	38 (30.9)	16 (13.0)	16 (13.0)	123 (8.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	15 (21.4)	28 (40.0)	24 (34.3)	3 (4.3)	70 (5.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	48 (52.7)	29 (31.9)	7 (7.7)	7 (7.7)	91 (6.6)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	221 (28.9)	266 (34.8)	179 (23.4)	99 (12.9)	765 (55.0)
1 - 19	40 (47.1)	14 (16.5)	17 (20.0)	14 (16.5)	85 (6.1)
20 ET PLUS	219 (40.4)	126 (23.2)	127 (23.4)	70 (12.9)	542 (38.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	109 (37.2)	106 (36.2)	36 (12.3)	42 (14.3)	293 (21.9)
RETRAITE	32 (13.9)	120 (51.9)	62 (26.8)	17 (7.4)	231 (17.3)
TIENI MAISON	64 (34.4)	24 (12.9)	50 (31.2)	40 (21.5)	186 (13.9)
NON APPLICABLE	259 (41.3)	139 (22.2)	144 (23.0)	84 (13.4)	625 (46.8)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	12 (15.0)	43 (53.7)	21 (26.2)	4 (5.0)	80 (6.2)
PROFESSIONNELS	18 (36.0)	15 (30.0)	13 (26.0)	4 (8.0)	50 (3.9)
EMPLOYES DE BUREAUX	40 (37.4)	16 (15.0)	37 (34.6)	14 (13.1)	107 (8.3)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (42.9)	8 (57.1)	14 (1.1)
FERMIERS ET PECHEURS	21 (91.3)	0 (0.0)	2 (8.7)	0 (0.0)	23 (1.8)
OUVRIER SPECIALISE	26 (53.1)	10 (20.4)	2 (4.1)	11 (22.4)	49 (3.8)
AUTRES	40 (33.3)	33 (27.5)	30 (25.0)	17 (14.2)	120 (9.3)
NON-TRAVAILLEURS	261 (30.7)	280 (32.9)	196 (23.1)	113 (13.3)	850 (65.7)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	32 (24.1)	16 (14.0)	41 (36.0)	25 (21.9)	114 (8.1)
2 PERSONNES	103 (49.5)	64 (30.8)	28 (13.5)	13 (6.3)	208 (14.7)
3 PERSONNES	86 (25.4)	147 (43.5)	81 (24.0)	24 (7.1)	338 (23.9)
4 PERSONNES	85 (41.7)	37 (18.1)	58 (28.4)	24 (11.8)	204 (14.4)
5 PERSONNES	90 (37.7)	59 (24.7)	40 (16.7)	50 (20.9)	239 (16.9)
6 ET PLUS	102 (32.7)	84 (26.9)	79 (25.3)	47 (15.1)	312 (22.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	257 (40.4)	186 (29.2)	120 (18.9)	73 (11.5)	636 (45.1)
NON	241 (31.2)	220 (28.5)	203 (26.3)	109 (14.1)	773 (54.9)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	148 (28.7)	207 (40.2)	121 (23.5)	39 (7.6)	515 (37.9)
CHEF FEMININ	130 (37.7)	45 (13.0)	112 (32.5)	58 (16.8)	345 (25.4)
NON-CHEF	213 (42.7)	153 (30.7)	69 (13.8)	64 (12.8)	499 (36.7)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	30 (21.6)	47 (33.8)	48 (34.5)	14 (10.1)	139 (9.8)
PETIT CONSUMMATEUR	71 (50.0)	18 (12.7)	34 (23.9)	19 (13.4)	142 (10.0)
CONSUMMATEUR MOYEN	116 (37.8)	94 (30.6)	56 (18.2)	41 (13.4)	307 (21.7)
GRAND CONSUMMATEUR	122 (39.2)	59 (19.0)	66 (21.2)	64 (20.6)	311 (22.0)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	168 (31.1)	187 (36.3)	123 (23.9)	45 (8.7)	515 (36.4)

TABLEAU 23

FRANCOPHONE-BILINGUE : QUEBEC

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	TOTAL
* RESULTAT:	GRAND-PAPA 5234 (48.5)	> FEMME BIONIQUE 4079 (37.8)	> THREE'S COMPANY 1258 (11.7)	> BEACHCOMBERS 219 (2.0)	10790 (100.0)
SEXE					
HOMME	2305 (42.7)	2391 (44.2)	627 (11.6)	81 (1.5)	5404 (50.1)
FEMME	2929 (54.4)	1688 (31.3)	631 (11.7)	138 (2.6)	5386 (49.9)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	37 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	37 (0.3)
7 - 11	8 (5.5)	118 (80.8)	20 (13.7)	0 (0.0)	146 (1.4)
12 - 17	365 (32.0)	562 (49.3)	213 (18.7)	0 (0.0)	1140 (10.6)
18 - 24	704 (41.3)	693 (35.4)	345 (20.2)	52 (3.1)	1704 (15.8)
25 - 34	1333 (53.4)	845 (33.9)	247 (9.9)	70 (2.8)	2495 (23.1)
35 - 49	1170 (47.5)	1040 (42.3)	211 (8.6)	40 (1.6)	2461 (22.8)
50 - 54	405 (59.3)	227 (33.2)	43 (6.3)	8 (1.2)	683 (6.3)
55 - 64	691 (56.2)	395 (32.1)	101 (8.2)	42 (3.4)	1229 (11.4)
65 +	559 (62.3)	251 (28.0)	79 (8.8)	8 (0.9)	897 (8.3)
SCOLARITE					
AUCUNE	12 (57.1)	9 (42.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (0.2)
ELEMENTAIRE	427 (44.8)	402 (42.1)	75 (7.9)	50 (5.2)	954 (8.9)
DEBUT SECONDAIRE	1367 (48.1)	1178 (41.4)	299 (10.5)	0 (0.0)	2844 (26.6)
SECONDAIRE COMPLETE	1630 (49.0)	1216 (36.6)	459 (13.8)	19 (0.6)	3324 (31.1)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1033 (52.6)	670 (34.1)	210 (10.7)	52 (2.6)	1965 (18.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	357 (43.8)	224 (27.5)	153 (18.8)	81 (9.9)	815 (7.6)
UNIVERSITAIRE CONCL.	326 (43.0)	355 (46.8)	60 (7.9)	18 (2.4)	759 (7.1)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	2240 (49.1)	1621 (35.5)	608 (13.3)	91 (2.0)	4560 (42.9)
1 - 19	377 (49.7)	263 (34.7)	119 (15.7)	0 (0.0)	759 (7.1)
20 ET PLUS	2543 (48.0)	2111 (39.8)	528 (10.0)	121 (2.3)	5303 (49.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	396 (27.3)	726 (50.1)	275 (19.0)	52 (3.6)	1449 (14.2)
RETRAITE	481 (55.8)	280 (32.5)	101 (11.7)	0 (0.0)	862 (8.5)
TIENT MAISON	1055 (58.6)	521 (28.9)	193 (10.7)	31 (1.7)	1800 (17.7)
NON APPLICABLE	2920 (48.2)	2374 (39.2)	647 (10.7)	121 (2.0)	6062 (59.6)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	232 (47.5)	186 (38.1)	70 (14.3)	0 (0.0)	488 (4.9)
PROFESSIONNELS	492 (48.4)	364 (35.8)	91 (8.9)	70 (6.9)	1017 (10.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	618 (48.9)	526 (41.6)	108 (8.6)	11 (0.9)	1263 (12.7)
EMPLOYES DE VENTES	162 (60.0)	92 (34.1)	16 (5.9)	0 (0.0)	270 (2.7)
FERRIERS ET PECREURS	26 (41.9)	36 (58.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	62 (0.6)
OUVRIER SPECIALISE	344 (47.8)	274 (38.1)	90 (12.5)	11 (1.5)	719 (7.3)
AUTRES	359 (46.4)	336 (43.5)	78 (10.1)	0 (0.0)	773 (7.8)
NON-TRAVAILLEURS	2617 (49.2)	1884 (35.4)	727 (13.7)	91 (1.7)	5319 (53.7)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	568 (58.7)	283 (29.3)	108 (11.2)	8 (0.8)	967 (9.0)
2 PERSONNES	1319 (56.0)	733 (31.1)	216 (9.2)	89 (3.8)	2357 (21.8)
3 PERSONNES	1167 (51.5)	712 (31.4)	276 (12.2)	112 (4.9)	2267 (21.0)
4 PERSONNES	1249 (44.3)	1212 (43.0)	349 (12.4)	11 (0.4)	2820 (26.1)
5 PERSONNES	594 (41.0)	643 (44.3)	213 (14.7)	0 (0.0)	1450 (13.4)
6 ET PLUS	340 (36.4)	497 (53.3)	96 (10.3)	0 (0.0)	933 (8.6)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	1754 (48.4)	1484 (40.9)	386 (10.7)	0 (0.0)	3624 (33.6)
NON	3481 (48.6)	2595 (36.2)	872 (12.2)	220 (3.1)	7168 (66.4)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	1864 (47.0)	1727 (43.5)	350 (8.8)	29 (0.7)	3970 (37.6)
CHEF FEMININ	2144 (63.3)	877 (25.9)	307 (9.1)	58 (1.7)	3386 (32.1)
NON-CHEF	1145 (35.7)	1355 (42.3)	599 (18.7)	104 (3.2)	3203 (30.3)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	400 (45.1)	313 (35.3)	155 (17.5)	19 (2.1)	887 (8.2)
PETIT CONSONNATEUR	893 (49.0)	628 (34.5)	231 (12.7)	70 (3.8)	1822 (16.9)
CONSONNATEUR MOYEN	1079 (51.7)	747 (35.8)	255 (12.2)	8 (0.4)	2089 (19.4)
GRAND CONSONNATEUR	1211 (51.9)	855 (36.6)	186 (8.0)	81 (3.5)	2333 (21.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1652 (45.1)	1537 (42.0)	431 (11.8)	42 (1.1)	3662 (33.9)

TABLEAU 24

FRANCOPHONE-BILINGUE : ONTARIO

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	699 (51.9)	259 (19.2)	255 (18.9)	133 (9.9)	1346 (100.0)
SEXE					
HOMME	381 (55.2)	188 (27.2)	57 (8.3)	64 (9.3)	690 (51.3)
FEMME	318 (48.5)	71 (10.4)	198 (30.2)	69 (10.5)	656 (48.7)
AGE					
2 - 6	2 (6.1)	23 (69.7)	0 (0.0)	8 (24.2)	33 (2.4)
7 - 11	20 (23.5)	21 (24.7)	13 (15.3)	31 (36.5)	85 (6.3)
12 - 17	133 (63.6)	7 (3.3)	42 (20.1)	27 (12.9)	209 (15.5)
18 - 24	90 (47.4)	28 (14.7)	47 (24.7)	25 (13.2)	190 (14.1)
25 - 34	187 (49.7)	130 (34.6)	35 (9.3)	24 (6.4)	376 (27.9)
35 - 49	135 (64.0)	44 (20.9)	23 (10.9)	9 (4.3)	211 (15.7)
50 - 54	58 (62.4)	0 (0.0)	28 (30.1)	7 (7.5)	93 (6.9)
55 - 64	57 (60.0)	0 (0.0)	36 (37.9)	2 (2.1)	95 (7.1)
65 +	17 (30.9)	6 (10.9)	32 (58.2)	0 (0.0)	55 (4.1)
SCOLARITE					
AUCUNE	2 (20.0)	0 (0.0)	5 (50.0)	3 (30.0)	10 (0.8)
ELEMENTAIRE	155 (51.5)	53 (17.6)	47 (15.6)	46 (15.3)	301 (23.4)
DEBUT SECONDAIRE	232 (65.2)	31 (8.7)	61 (17.1)	32 (9.0)	356 (27.7)
SECONDAIRE COMPLETE	162 (48.4)	55 (16.4)	92 (27.5)	26 (7.8)	335 (26.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	66 (36.3)	83 (45.6)	11 (6.0)	22 (12.1)	182 (14.2)
DEBUT UNIVERSITAIRE	7 (58.3)	0 (0.0)	5 (41.7)	0 (0.0)	12 (0.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	55 (61.1)	14 (15.6)	21 (23.3)	0 (0.0)	90 (7.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	255 (45.0)	66 (11.6)	148 (26.1)	98 (17.3)	567 (44.1)
1 - 19	61 (70.1)	0 (0.0)	19 (21.8)	7 (8.0)	87 (6.8)
20 ET PLUS	345 (54.6)	188 (29.7)	83 (13.1)	16 (2.5)	632 (49.1)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	97 (36.2)	66 (24.6)	39 (14.6)	66 (24.6)	268 (21.5)
RETRAITE	32 (55.2)	0 (0.0)	24 (41.4)	2 (3.4)	58 (4.7)
TIENT MAISON	115 (57.2)	0 (0.0)	63 (31.3)	23 (11.4)	201 (16.1)
NON APPLICABLE	406 (56.5)	188 (26.2)	102 (14.2)	22 (3.1)	718 (57.7)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	39 (75.0)	0 (0.0)	13 (25.0)	0 (0.0)	52 (4.2)
PROFESSIONNELS	53 (62.4)	0 (0.0)	32 (37.6)	0 (0.0)	85 (6.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	26 (18.1)	88 (61.1)	23 (16.0)	7 (4.9)	144 (11.6)
EMPLOYES DE VENTES	26 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (2.1)
FERMIERS ET PECHEURS	4 (80.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	5 (0.4)
OUVRIER SPECIALISE	72 (69.9)	12 (11.7)	14 (13.6)	5 (4.9)	103 (8.3)
AUTRES	99 (56.6)	73 (41.7)	0 (0.0)	3 (1.7)	175 (14.1)
NON-TRAVAILLEURS	316 (48.3)	66 (10.1)	167 (25.5)	105 (16.1)	654 (52.6)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	22 (47.8)	6 (13.0)	15 (32.6)	3 (6.5)	46 (3.4)
2 PERSONNES	173 (66.8)	6 (2.3)	65 (25.1)	15 (5.8)	259 (19.2)
3 PERSONNES	84 (34.7)	104 (43.0)	24 (9.9)	30 (12.4)	242 (17.9)
4 PERSONNES	199 (54.7)	81 (22.3)	78 (21.4)	6 (1.6)	364 (27.0)
5 PERSONNES	132 (54.8)	31 (12.9)	38 (15.8)	40 (16.6)	241 (17.9)
6 ET PLUS	90 (45.5)	33 (16.7)	35 (17.7)	40 (20.2)	198 (14.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	313 (43.7)	206 (28.7)	97 (13.5)	101 (14.1)	717 (53.2)
NON	386 (61.2)	54 (8.6)	159 (25.2)	32 (5.1)	631 (46.8)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	275 (56.9)	160 (33.1)	43 (8.9)	5 (1.0)	483 (36.3)
CHEF FEMININ	209 (49.6)	20 (4.8)	147 (34.9)	45 (10.7)	421 (31.6)
NON-CHEF	201 (47.1)	79 (18.5)	64 (15.0)	83 (19.4)	427 (32.1)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	27 (23.9)	60 (53.1)	22 (19.5)	4 (3.5)	113 (8.4)
PETIT CONSONNATEUR	142 (60.7)	21 (9.0)	66 (28.2)	5 (2.1)	234 (17.4)
CONSONNATEUR MOYEN	69 (45.7)	12 (7.9)	37 (24.5)	33 (21.9)	151 (11.2)
GRAND CONSONNATEUR	229 (50.0)	131 (28.6)	48 (10.5)	50 (10.9)	458 (34.1)
CONSONNATEUR MAXIMUM	231 (59.4)	36 (9.3)	82 (21.1)	40 (10.3)	389 (28.9)

TABLEAU 25

FRANCOPHONE-BILINGUE : OUEST

HYPOTHESE:	GRAND-PAPA	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> THREE'S COMPANY	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	377 (60.9)	188 (30.4)	33 (5.3)	21 (3.4)	619 (100.0)
SEXE					
HOMME	138 (76.7)	10 (5.6)	32 (17.8)	0 (0.0)	180 (29.1)
FEMME	239 (54.4)	178 (40.5)	1 (0.2)	21 (4.8)	439 (70.9)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	18 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (2.9)
12 - 17	58 (69.0)	26 (31.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	84 (13.5)
18 - 24	16 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (2.6)
25 - 34	59 (62.1)	35 (36.0)	1 (1.1)	0 (0.0)	95 (15.3)
35 - 49	90 (43.3)	86 (41.3)	11 (5.3)	21 (10.1)	208 (33.5)
50 - 54	47 (87.0)	3 (5.6)	4 (7.4)	0 (0.0)	54 (8.7)
55 - 64	61 (73.5)	18 (21.7)	4 (4.8)	0 (0.0)	83 (13.4)
65 +	28 (45.2)	21 (33.9)	13 (21.0)	0 (0.0)	62 (10.0)
SCOLARITE					
AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ELEMENTAIRE	114 (56.4)	56 (27.7)	32 (15.8)	0 (0.0)	202 (35.9)
DEBUT SECONDAIRE	110 (55.3)	88 (44.2)	1 (0.5)	0 (0.0)	199 (35.4)
SECONDAIRE COMPLETE	40 (63.5)	23 (36.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	63 (11.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	55 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	55 (9.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	20 (62.5)	12 (37.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	11 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (2.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	169 (52.6)	137 (42.7)	15 (4.7)	0 (0.0)	321 (56.7)
1 - 19	52 (80.0)	10 (15.4)	3 (4.6)	0 (0.0)	65 (11.5)
20 ET PLUS	127 (70.6)	37 (20.6)	16 (8.9)	0 (0.0)	180 (31.8)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	63 (70.8)	26 (29.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	89 (17.6)
RETRAITE	23 (50.0)	10 (21.7)	13 (28.3)	0 (0.0)	46 (9.1)
TIENT MAISON	72 (57.6)	52 (41.6)	1 (0.8)	0 (0.0)	125 (24.7)
NON APPLICABLE	180 (73.2)	47 (19.1)	19 (7.7)	0 (0.0)	246 (48.6)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.4)
PROFESSIONNELS	20 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (3.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	16 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (2.9)
EMPLOYES DE VENTES	4 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.7)
FERMERS ET PECHEURS	23 (85.2)	0 (0.0)	4 (14.8)	0 (0.0)	27 (4.9)
OUVRIER SPECIALISE	33 (82.5)	6 (15.0)	1 (2.5)	0 (0.0)	40 (7.3)
AUTRES	12 (21.8)	32 (58.2)	11 (20.0)	0 (0.0)	55 (10.0)
NON-TRAVAILLEURS	221 (57.6)	146 (38.0)	17 (4.4)	0 (0.0)	384 (70.1)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	12 (42.9)	10 (35.7)	6 (21.4)	0 (0.0)	28 (4.5)
2 PERSONNES	104 (66.7)	39 (25.0)	13 (8.3)	0 (0.0)	156 (25.2)
3 PERSONNES	41 (80.4)	10 (19.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	51 (8.2)
4 PERSONNES	76 (55.5)	50 (36.5)	11 (8.0)	0 (0.0)	137 (22.1)
5 PERSONNES	54 (45.0)	66 (55.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	120 (19.4)
6 ET PLUS	90 (70.3)	13 (10.2)	4 (3.1)	21 (16.4)	128 (20.6)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	162 (56.3)	90 (31.3)	15 (5.2)	21 (7.3)	288 (46.5)
NON	215 (65.0)	97 (29.3)	19 (5.7)	0 (0.0)	331 (53.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	117 (73.6)	10 (6.3)	32 (20.1)	0 (0.0)	159 (26.5)
CHEF FEMININ	146 (45.6)	152 (47.5)	1 (0.3)	21 (6.6)	320 (53.2)
NON-CHEF	96 (78.7)	26 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	122 (20.3)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOUMATEUR MINIMUM	19 (24.4)	48 (61.5)	11 (14.1)	0 (0.0)	78 (12.6)
PETIT CONSOUMATEUR	8 (50.0)	7 (43.9)	1 (6.3)	0 (0.0)	16 (2.6)
CONSOUMATEUR MOYEN	79 (95.2)	4 (4.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	83 (13.4)
GRAND CONSOUMATEUR	106 (64.6)	38 (23.2)	20 (12.2)	0 (0.0)	164 (26.5)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	166 (59.5)	90 (32.3)	2 (0.7)	21 (7.5)	279 (45.0)

TABLEAU 26

ANGLOPHONE-UNILINGUE : CANADA

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	27307 (67.4)	11167 (32.5)	31 (0.1)	28 (0.1)	40533 (100.0)
SEXE					
HOMME	12333 (64.1)	6875 (35.7)	28 (0.1)	8 (0.0)	19244 (47.5)
FEMME	14974 (70.3)	6292 (29.6)	3 (0.0)	20 (0.1)	21289 (52.5)
AGE					
2 - 6	386 (21.0)	1449 (79.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1835 (4.5)
7 - 11	1942 (48.8)	1996 (50.2)	28 (0.7)	12 (0.3)	3978 (9.8)
12 - 17	5138 (78.1)	1439 (21.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	6577 (16.2)
18 - 24	3889 (42.7)	812 (17.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4701 (11.6)
25 - 34	4689 (72.8)	1738 (27.0)	0 (0.0)	14 (0.2)	6441 (15.9)
35 - 49	3780 (69.4)	1664 (30.5)	3 (0.1)	2 (0.0)	5457 (13.5)
50 - 54	1612 (76.9)	403 (21.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2095 (5.2)
55 - 64	3053 (60.4)	2004 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	5057 (12.5)
65 +	2811 (64.0)	1582 (36.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4393 (10.8)
SCOLARITE					
AUCUNE	264 (20.1)	1051 (79.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1315 (3.3)
ELEMENTAIRE	5646 (56.7)	4279 (42.9)	28 (0.3)	12 (0.1)	9965 (25.2)
DEBUT SECONDAIRE	8662 (72.6)	3265 (27.4)	0 (0.0)	4 (0.0)	11931 (30.2)
SECONDAIRE COMPLETE	6426 (74.5)	2195 (25.4)	3 (0.0)	2 (0.0)	8626 (21.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2592 (75.5)	829 (24.2)	0 (0.0)	11 (0.3)	3432 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	1530 (68.1)	718 (31.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	2248 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	1422 (72.4)	542 (27.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1964 (5.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	14037 (63.6)	7998 (36.2)	31 (0.1)	14 (0.1)	22080 (57.0)
1 - 19	2613 (74.4)	897 (25.5)	0 (0.0)	4 (0.1)	3514 (9.1)
20 ET PLUS	9539 (72.4)	3622 (27.5)	0 (0.0)	11 (0.1)	13172 (34.0)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	6112 (65.9)	3128 (33.7)	28 (0.3)	12 (0.1)	9280 (26.3)
RETRAITE	1816 (60.7)	1177 (39.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2993 (8.5)
TIENI MAISON	4527 (70.9)	1849 (29.0)	3 (0.0)	2 (0.0)	6381 (18.1)
NON APPLICABLE	12153 (72.8)	4519 (27.1)	0 (0.0)	14 (0.1)	16686 (47.2)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	725 (76.3)	225 (23.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	950 (2.5)
PROFESSIONNELS	1309 (69.6)	597 (29.9)	0 (0.0)	11 (0.6)	1997 (5.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	1588 (78.8)	428 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2016 (5.3)
EMPLOYES DE VENTES	422 (74.3)	146 (25.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	568 (1.5)
PERMIERS ET PECHEURS	644 (75.6)	208 (24.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	852 (2.3)
OUVRIER SPECIALISE	1056 (68.8)	840 (31.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	2696 (7.1)
AUTRES	2189 (70.5)	916 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3105 (8.2)
NON-TRAVAILLEURS	16651 (65.1)	8895 (34.8)	31 (0.1)	17 (0.1)	25594 (67.7)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	2505 (63.0)	1473 (37.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3978 (9.8)
2 PERSONNES	5790 (67.0)	2852 (33.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8642 (21.3)
3 PERSONNES	4657 (73.9)	1625 (25.8)	0 (0.0)	19 (0.3)	6301 (15.5)
4 PERSONNES	6463 (66.4)	3253 (33.4)	22 (0.2)	0 (0.0)	9738 (24.0)
5 PERSONNES	4280 (65.9)	2198 (33.9)	6 (0.1)	7 (0.1)	6491 (16.0)
6 ET PLUS	3612 (67.1)	1767 (32.8)	3 (0.1)	2 (0.0)	5384 (13.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	10939 (62.0)	6702 (37.8)	28 (0.2)	12 (0.1)	17731 (43.7)
NON	16318 (71.6)	6464 (28.3)	3 (0.0)	16 (0.1)	22801 (56.3)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	7398 (65.8)	3851 (34.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	11249 (28.5)
CHEF FEMININ	7888 (72.6)	2978 (27.4)	3 (0.0)	2 (0.0)	10871 (27.6)
NON-CHEF	11273 (65.2)	5966 (34.5)	28 (0.2)	26 (0.2)	17293 (43.9)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	2133 (67.5)	1016 (32.2)	0 (0.0)	11 (0.3)	3160 (7.8)
PETIT CONSONNATEUR	4411 (71.2)	1780 (24.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	6191 (15.3)
CONSONNATEUR MOYEN	5798 (68.1)	2688 (31.6)	28 (0.3)	0 (0.0)	8514 (21.0)
GRAND CONSONNATEUR	7130 (65.1)	3811 (34.8)	0 (0.0)	12 (0.1)	10953 (27.0)
CONSONNATEUR MAXIMUM	7814 (66.9)	3872 (31.1)	3 (0.0)	5 (0.0)	11714 (28.9)

TABLEAU 27

ANGLOPHONE-UNILINGUE : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	BEACHCOMBENS	THREE'S COMPANY	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	BEACHCOMBENS	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
	4802 (59.7)	3232 (40.2)	7 (0.1)	0 (0.0)	8041 (100.0)
SEXE					
HOMME	2280 (54.7)	1897 (45.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4185 (52.0)
FEMME	2514 (65.2)	1335 (34.6)	7 (0.2)	0 (0.0)	3856 (48.0)
AGE					
2 - 6	53 (12.4)	374 (117.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	427 (5.3)
7 - 11	383 (37.2)	640 (62.1)	7 (0.7)	0 (0.0)	1030 (12.8)
12 - 17	936 (68.2)	437 (31.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1373 (17.1)
18 - 24	661 (77.9)	187 (22.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	848 (10.5)
25 - 34	905 (61.2)	573 (38.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1478 (18.4)
35 - 49	712 (67.4)	344 (32.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1056 (13.1)
50 - 54	255 (76.1)	80 (21.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	335 (4.2)
55 - 64	516 (53.7)	445 (46.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	961 (12.0)
65 +	301 (71.5)	152 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	533 (6.6)
SCOLARITE					
AUCUNE	56 (18.3)	250 (81.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	306 (3.9)
ELEMENTAIRE	1101 (48.7)	1152 (51.0)	7 (0.3)	0 (0.0)	2260 (29.1)
DEBUT SECONDAIRE	1493 (64.9)	807 (35.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2300 (29.7)
SECONDAIRE COMPLETE	1013 (72.7)	381 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1394 (18.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	468 (66.7)	234 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	702 (9.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	226 (49.3)	232 (50.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	458 (5.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	263 (78.0)	74 (22.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	337 (4.3)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	2571 (56.0)	2014 (43.9)	7 (0.2)	0 (0.0)	4592 (59.5)
1 - 19	338 (68.4)	156 (31.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	494 (6.4)
20 ET PLUS	1674 (63.7)	952 (36.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2626 (34.1)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	1039 (53.4)	942 (46.2)	7 (0.3)	0 (0.0)	2038 (29.7)
RETRAITE	266 (57.0)	201 (43.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	467 (6.8)
TIENT MAISON	793 (64.5)	437 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1230 (17.9)
NON APPLICABLE	2012 (64.5)	1108 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3120 (45.5)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	107 (68.2)	50 (31.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	157 (2.1)
PROFESSIONNELS	251 (51.5)	236 (48.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	487 (6.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	269 (75.8)	68 (20.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	337 (4.5)
EMPLOYES DE VENTES	80 (58.8)	56 (41.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	136 (1.8)
FERMERS ET PECHEURS	91 (70.5)	38 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	129 (1.7)
OUVRIER SPECIALISE	345 (62.6)	206 (37.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	551 (7.4)
AUTRES	365 (61.8)	226 (38.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	591 (7.9)
NON-TRAVAILLEURS	2909 (57.2)	2170 (42.7)	7 (0.1)	0 (0.0)	5086 (68.0)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	351 (60.4)	230 (39.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	581 (7.2)
2 PERSONNES	699 (63.3)	405 (36.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1104 (13.7)
3 PERSONNES	854 (64.7)	465 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1319 (16.4)
4 PERSONNES	1029 (58.7)	724 (41.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1753 (21.8)
5 PERSONNES	802 (52.2)	727 (47.3)	7 (0.5)	0 (0.0)	1536 (19.1)
6 ET PLUS	1067 (61.0)	683 (39.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1750 (21.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	2293 (53.4)	1994 (46.4)	7 (0.2)	0 (0.0)	4294 (53.4)
NON	2509 (67.0)	1230 (33.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3747 (46.6)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	1337 (60.7)	864 (39.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2201 (28.2)
CHEF FEMMIN	1301 (72.8)	487 (27.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1788 (22.9)
NON-CHEF	2036 (53.4)	1770 (46.4)	7 (0.2)	0 (0.0)	3813 (48.9)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSONNATEUR MINIMUM	313 (80.9)	74 (19.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	387 (4.8)
PETIT CONSONNATEUR	763 (63.7)	435 (36.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1198 (14.9)
CONSONNATEUR MOYEN	977 (56.0)	767 (44.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1744 (21.7)
GRAND CONSONNATEUR	1245 (53.3)	1120 (46.4)	7 (0.3)	0 (0.0)	2412 (30.0)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1465 (63.6)	837 (36.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2302 (28.6)

TABLEAU 28

ANGLOPHONE-UNILINGUE : QUEBEC

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	943 (69.2)	410 (30.1)	6 (0.4)	3 (0.2)	1362 (100.0)
SEXE					
HOMME	380 (67.1)	182 (32.2)	4 (0.7)	0 (0.0)	566 (41.6)
FEMME	563 (70.7)	228 (28.6)	2 (0.3)	3 (0.4)	796 (58.4)
AGE					
2 - 6	30 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (2.2)
7 - 11	13 (26.5)	36 (71.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	49 (3.6)
12 - 17	188 (72.0)	73 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	261 (19.1)
18 - 24	99 (90.8)	10 (9.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	109 (8.0)
25 - 34	112 (96.6)	0 (0.0)	4 (3.4)	0 (0.0)	116 (8.5)
35 - 49	89 (48.9)	88 (48.4)	2 (1.1)	3 (1.6)	182 (13.3)
50 - 54	90 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	90 (6.6)
55 - 64	172 (61.2)	109 (38.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	281 (20.6)
65 +	161 (62.9)	95 (37.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	256 (18.8)
SCOLARITE					
AUCUNE	30 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	30 (2.2)
ELEMENTAIRE	109 (47.0)	123 (53.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	232 (17.3)
DEBUT SECONDAIRE	307 (70.1)	127 (29.0)	4 (0.9)	0 (0.0)	438 (32.7)
SECONDAIRE COMPLETE	271 (65.8)	136 (33.0)	2 (0.5)	3 (0.7)	412 (30.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	92 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	92 (6.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	61 (87.1)	9 (12.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	70 (5.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	66 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	66 (4.9)
HEURES DE TRAVAIL RENUERE					
AUCUNE	674 (61.9)	410 (37.6)	2 (0.2)	3 (0.3)	1089 (81.3)
1 - 19	30 (90.5)	0 (0.0)	4 (9.5)	0 (0.0)	42 (3.1)
20 ET PLUS	209 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	209 (15.6)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	214 (66.5)	108 (33.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	322 (25.7)
RETRAITE	109 (47.2)	122 (52.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	231 (18.4)
TIENT MAISON	265 (58.9)	188 (48.0)	2 (0.4)	3 (0.7)	458 (35.9)
NON APPLICABLE	247 (98.4)	0 (0.0)	4 (1.6)	0 (8.0)	251 (20.0)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.2)
PROFESSIONNELS	50 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	50 (3.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	33 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (2.5)
EMPLOYES DE VENTES	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (0.5)
FERMISERS ET PECHEURS	13 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (1.0)
OUVRIER SPECIALISE	61 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	61 (4.6)
AUTRES	35 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	35 (2.6)
NON-TRAVAILLEURS	712 (63.0)	410 (36.3)	5 (0.4)	3 (0.3)	1130 (84.8)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	116 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	116 (8.5)
2 PERSONNES	229 (48.0)	248 (52.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	477 (35.0)
3 PERSONNES	167 (84.8)	26 (13.2)	4 (2.0)	0 (0.0)	197 (14.4)
4 PERSONNES	172 (94.5)	10 (5.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	182 (13.3)
5 PERSONNES	135 (61.9)	83 (38.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	218 (16.0)
6 ET PLUS	126 (72.4)	43 (24.7)	2 (1.1)	3 (1.7)	174 (12.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	292 (68.5)	134 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	426 (31.3)
NON	652 (69.7)	276 (29.5)	5 (0.5)	3 (0.3)	936 (68.7)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	214 (84.3)	40 (15.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	254 (19.5)
CHEF FEMININ	377 (68.2)	171 (30.9)	2 (0.4)	3 (0.5)	553 (42.4)
NON-CHEF	340 (68.3)	154 (30.9)	4 (0.8)	0 (0.0)	498 (38.2)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOHMATEUR MINIMUM	57 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	57 (4.2)
PETIT CONSOHMATEUR	80 (55.6)	64 (44.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	144 (10.6)
CONSOHMATEUR MOYEN	175 (58.5)	124 (41.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	299 (22.0)
GRAND CONSOHMATEUR	268 (90.2)	29 (9.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	297 (21.8)
CONSOHMATEUR MAXIMUM	363 (64.2)	194 (34.3)	5 (0.9)	3 (0.5)	565 (41.5)

TABLEAU 29

ANGLOPHONE-BILINGUE : ONTARIO

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> THREE'S COMPANY	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> FEMME BIONIQUE	> GRAND-PAPA	TOTAL
	11095 (74.7)	3730 (25.1)	28 (0.2)	0 (0.0)	14953 (100.0)
SEXE					
HOMME	4946 (71.6)	1930 (28.0)	28 (0.4)	0 (0.0)	6904 (46.5)
FEMME	6149 (77.4)	1800 (22.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	7949 (53.5)
AGE					
2 - 6	145 (34.5)	275 (65.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	420 (2.8)
7 - 11	747 (56.4)	549 (41.5)	28 (2.1)	0 (0.0)	1324 (8.9)
12 - 17	1773 (86.9)	267 (13.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2040 (13.7)
18 - 24	1679 (91.0)	167 (9.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1846 (12.4)
25 - 34	2088 (82.9)	430 (17.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2518 (17.0)
35 - 49	1473 (72.0)	574 (28.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2047 (13.8)
50 - 54	733 (74.4)	252 (25.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	985 (6.6)
55 - 64	1145 (66.5)	578 (33.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1723 (11.6)
65 +	1310 (67.3)	637 (32.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1947 (13.1)
SCOLARITE					
AUCUNE	69 (26.4)	192 (73.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	261 (1.8)
ELEMENTAIRE	2350 (65.4)	1214 (33.8)	28 (0.8)	0 (0.0)	3592 (24.8)
DEBUT SECONDAIRE	3436 (77.0)	1028 (23.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4464 (30.8)
SECONDAIRE COMPLETE	2665 (78.7)	721 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3386 (23.4)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1143 (87.4)	165 (12.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1308 (9.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	609 (78.3)	169 (21.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	778 (5.4)
UNIVERSITAIRE COMPL.	545 (78.4)	150 (21.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	695 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE.					
AUCUNE	5460 (70.7)	2237 (29.0)	28 (0.4)	0 (0.0)	7725 (54.5)
1 - 19	971 (83.4)	193 (16.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1164 (8.2)
20 ET PLUS	4224 (80.1)	1051 (19.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	5275 (37.2)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	2373 (73.9)	811 (25.2)	28 (0.9)	0 (0.0)	3212 (24.0)
RETRAITE	731 (63.0)	430 (37.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1161 (8.7)
TIENT MAISON	1955 (76.6)	596 (23.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	2551 (19.1)
NON APPLICABLE	5195 (80.7)	1244 (19.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	6439 (48.2)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	352 (91.7)	32 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	384 (2.8)
PROFESSIONNELS	606 (78.9)	162 (21.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	768 (5.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	812 (93.3)	50 (6.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	870 (6.3)
EMPLOYES DE VENTES	157 (95.2)	8 (4.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	165 (1.2)
FERMIERS ET PECHEURS	183 (73.8)	65 (26.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	248 (1.8)
OUVRIER SPECIALISE	874 (78.2)	243 (21.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1117 (8.1)
AUTRES	1024 (71.9)	401 (28.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1425 (10.3)
NON-TRAVAILLEURS	6430 (72.3)	2430 (27.3)	28 (0.3)	0 (0.0)	8888 (64.1)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	1059 (64.0)	595 (36.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1654 (11.1)
2 PERSONNES	2636 (74.3)	912 (25.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3548 (23.9)
3 PERSONNES	1973 (79.1)	521 (20.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	2494 (16.8)
4 PERSONNES	2720 (73.8)	946 (25.7)	22 (0.6)	0 (0.0)	3688 (24.8)
5 PERSONNES	1482 (77.2)	432 (22.5)	6 (0.3)	0 (0.0)	1920 (12.9)
6 ET PLUS	1227 (79.1)	324 (20.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	1551 (10.4)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	4110 (71.8)	1583 (27.7)	28 (0.5)	0 (0.0)	5721 (38.5)
NON	6985 (76.5)	2147 (23.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	9132 (61.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	3101 (69.7)	1346 (30.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4447 (30.9)
CHEF FEMININ	3400 (77.0)	981 (22.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4381 (30.5)
NON-CHEF	4239 (76.5)	1274 (23.0)	28 (0.5)	0 (0.0)	5541 (38.6)
QUINTILIE D'ECOUTE					
CONSOUMATEUR MINIMUM	875 (69.9)	377 (30.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	1252 (8.4)
PETIT CONSOUMATEUR	1843 (80.7)	441 (19.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2284 (15.4)
CONSOUMATEUR MOYEN	2546 (78.9)	651 (20.2)	28 (0.9)	0 (0.0)	3225 (21.7)
GRAND CONSOUMATEUR	2771 (71.0)	1131 (29.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3902 (26.3)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	3060 (73.0)	1130 (27.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4190 (28.2)

TABLEAU 30

ANGLOPHONE-UNILINGUE : OUEST

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	THREE'S COMPANY	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	FEMME BIONIQUE	TOTAL
	10466 (64.3)	5794 (35.6)	16 (0.1)	0 (0.0)	16275 (100.0)
SEXE					
HOMME	4719 (62.2)	2865 (37.8)	5 (0.1)	0 (0.0)	7588 (46.6)
FEMME	5748 (66.2)	2929 (33.7)	11 (0.1)	0 (0.0)	8688 (53.4)
AGE					
2 - 6	158 (16.5)	799 (83.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	957 (5.9)
7 - 11	799 (50.7)	771 (49.0)	5 (0.3)	0 (0.0)	1575 (9.7)
12 - 17	2240 (77.2)	662 (22.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2902 (17.8)
18 - 24	1451 (76.4)	447 (23.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	1898 (11.7)
25 - 34	1584 (68.0)	734 (31.5)	11 (0.5)	0 (0.0)	2329 (14.3)
35 - 49	1514 (69.7)	658 (30.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	2172 (13.3)
50 - 54	543 (78.2)	151 (21.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	694 (4.3)
55 - 64	1220 (58.3)	872 (41.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	2092 (12.9)
65 +	958 (57.8)	699 (42.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1657 (10.2)
SCOLARITE					
AUCUNE	109 (15.2)	608 (84.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	717 (4.5)
ELEMENTAIRE	2087 (53.7)	1791 (46.1)	5 (0.1)	0 (0.0)	3883 (24.4)
DEBUT SECONDAIRE	3426 (72.5)	1302 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4728 (29.7)
SECONDAIRE COMPLETE	2477 (72.1)	957 (27.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3434 (21.6)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	889 (66.8)	430 (32.3)	11 (0.8)	0 (0.0)	1330 (8.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	634 (67.3)	308 (32.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	942 (5.9)
UNIVERSITAIRE CONEL.	549 (63.4)	317 (36.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	866 (5.4)
NEUDES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	5332 (61.5)	3337 (38.5)	5 (0.1)	0 (0.0)	8674 (55.8)
1 - 19	1267 (69.8)	548 (30.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1815 (11.7)
20 ET PLUS	3432 (67.8)	1618 (32.0)	11 (0.2)	0 (0.0)	5061 (32.5)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	2436 (65.7)	1266 (34.2)	5 (0.1)	0 (0.0)	3707 (26.7)
RETRAITE	710 (62.7)	423 (37.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1133 (8.2)
TIENT MAISON	1514 (70.5)	635 (29.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2149 (15.5)
NON APPLICABLE	4699 (68.3)	2167 (31.5)	11 (0.2)	0 (0.0)	6877 (49.6)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	262 (64.7)	143 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	405 (2.7)
PROFESSIONNELS	482 (69.7)	199 (28.8)	11 (1.6)	0 (0.0)	692 (4.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	474 (61.1)	302 (38.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	776 (5.1)
EMPLOYES DE VENTES	176 (68.0)	83 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	259 (1.7)
FERRIERS ET PECHEURS	356 (77.2)	105 (22.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	461 (3.1)
OUVRIER SPECIALISE	576 (59.6)	391 (40.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	967 (6.4)
AUTRES	765 (72.5)	290 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1055 (7.0)
NON-TRAVAILLEURS	6599 (62.9)	3885 (37.0)	5 (0.0)	0 (0.0)	10489 (69.4)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	980 (60.2)	648 (39.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1628 (10.0)
2 PERSONNES	2225 (63.3)	1288 (36.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3513 (21.6)
3 PERSONNES	1663 (72.6)	613 (26.7)	16 (0.7)	0 (0.0)	2292 (14.1)
4 PERSONNES	2542 (61.8)	1573 (38.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	4115 (25.3)
5 PERSONNES	1862 (66.1)	956 (33.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	2818 (17.3)
6 ET PLUS	1194 (62.5)	716 (37.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	1910 (11.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	4293 (58.9)	2991 (41.0)	5 (0.1)	0 (0.0)	7289 (44.8)
NON	6172 (68.7)	2803 (31.2)	11 (0.1)	0 (0.0)	8986 (55.2)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	2746 (63.2)	1601 (36.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4347 (27.3)
CHEF FEMININ	2810 (67.7)	1340 (32.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4150 (26.0)
NON-CHEF	4650 (62.6)	2769 (37.2)	16 (0.2)	0 (0.0)	7435 (46.7)
QUINTILLE D'ECOTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	887 (60.6)	565 (38.6)	11 (0.8)	0 (0.0)	1463 (9.0)
PETIT CONSUMMATEUR	1725 (67.2)	841 (32.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	2566 (15.8)
CONSUMMATEUR MOYEN	2101 (64.7)	1146 (35.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3247 (19.9)
GRAND CONSUMMATEUR	2807 (64.6)	1531 (35.3)	5 (0.1)	0 (0.0)	4343 (26.7)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	2947 (63.3)	1711 (36.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4658 (28.6)

TABLEAU 31

ANGLOPHONE-BILINGUE : CANADA

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	THRELL'S COMPANY	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	2209 (66.7)	737 (22.2)	230 (6.9)	138 (4.2)	3314 (100.0)
SEXE					
HOMME	1015 (64.9)	362 (21.1)	128 (8.2)	59 (3.8)	1564 (47.2)
FEMME	1194 (68.2)	375 (21.4)	102 (5.8)	79 (4.5)	1750 (52.8)
AGE					
2 - 6	8 (20.0)	25 (62.5)	4 (10.0)	3 (7.5)	40 (1.2)
7 - 11	129 (64.8)	46 (23.1)	18 (9.0)	6 (3.0)	199 (6.0)
12 - 17	891 (76.2)	254 (21.7)	19 (1.6)	5 (0.4)	1169 (35.3)
18 - 24	372 (74.4)	103 (20.6)	13 (2.6)	12 (2.4)	500 (15.1)
25 - 34	274 (56.5)	108 (22.3)	52 (10.7)	51 (10.5)	485 (14.6)
35 - 49	242 (57.1)	107 (25.2)	46 (10.8)	29 (6.8)	424 (12.8)
50 - 54	119 (59.8)	67 (33.7)	6 (3.0)	7 (3.5)	199 (6.0)
55 - 64	109 (66.5)	27 (16.5)	28 (17.1)	0 (0.0)	164 (4.9)
65 +	66 (48.9)	0 (0.0)	44 (32.6)	25 (18.5)	135 (4.1)
SCOLARITE					
AUCUNE	9 (34.6)	10 (38.5)	4 (15.4)	3 (11.5)	26 (0.8)
ELEMENTAIRE	316 (55.3)	169 (29.6)	45 (7.9)	41 (7.2)	571 (17.3)
DEBUT SECONDAIRE	908 (73.9)	222 (18.1)	81 (6.6)	17 (1.4)	1228 (37.3)
SECONDAIRE COMPLETE	472 (70.6)	113 (16.9)	49 (7.3)	35 (5.2)	669 (20.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	153 (70.8)	54 (25.0)	9 (4.2)	0 (0.0)	216 (6.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	180 (59.0)	49 (16.1)	41 (13.4)	35 (11.5)	305 (9.3)
UNIVERSITAIRE COMPL.	152 (54.7)	119 (42.8)	0 (0.0)	7 (2.5)	278 (8.4)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	1207 (65.8)	425 (23.2)	113 (6.2)	88 (4.8)	1833 (59.1)
1 - 19	268 (78.6)	58 (17.0)	15 (4.4)	0 (0.0)	341 (11.0)
20 ET PLUS	650 (70.0)	148 (15.9)	84 (9.0)	47 (5.1)	929 (29.9)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	834 (73.6)	266 (23.5)	15 (1.3)	18 (1.6)	1133 (38.4)
RETRAITE	54 (55.7)	0 (0.0)	33 (34.0)	10 (10.3)	97 (3.3)
TIENI MAISON	234 (52.1)	119 (26.5)	57 (12.7)	39 (8.7)	449 (15.2)
NON APPLICABLE	919 (72.3)	206 (16.2)	99 (7.8)	47 (3.7)	1271 (43.1)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	115 (68.0)	47 (27.8)	0 (0.0)	7 (4.1)	169 (5.6)
PROFESSIONNELS	100 (94.3)	0 (0.0)	4 (3.8)	2 (1.9)	106 (3.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	83 (84.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (15.3)	98 (3.3)
EMPLOYES DE VENTES	37 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	37 (1.2)
FERMISERS ET PECHEURS	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.1)
OUVRIER SPECIALISE	122 (46.6)	54 (20.6)	68 (26.0)	18 (6.9)	262 (8.7)
AUTRES	125 (83.3)	6 (4.0)	12 (8.0)	7 (4.7)	150 (5.0)
NON-TRAVAILLEURS	1475 (67.8)	483 (22.2)	128 (5.9)	88 (4.0)	2174 (72.5)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	82 (55.4)	40 (27.0)	12 (8.1)	14 (9.5)	148 (4.5)
2 PERSONNES	304 (71.0)	31 (7.2)	37 (8.6)	56 (13.1)	428 (12.9)
3 PERSONNES	411 (69.2)	122 (20.5)	31 (5.2)	30 (5.1)	594 (17.9)
4 PERSONNES	533 (64.1)	183 (22.0)	87 (10.5)	24 (3.5)	832 (25.1)
5 PERSONNES	517 (67.0)	214 (27.7)	37 (4.8)	4 (0.5)	772 (23.3)
6 ET PLUS	362 (66.9)	147 (27.2)	27 (5.0)	5 (0.9)	541 (16.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	794 (56.4)	468 (33.2)	99 (7.0)	48 (3.4)	1409 (42.5)
NON	1415 (74.3)	269 (14.1)	131 (6.9)	90 (4.7)	1905 (57.5)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	475 (57.9)	213 (26.0)	93 (11.3)	39 (4.8)	820 (25.1)
CHEF FEMININ	339 (50.8)	101 (17.5)	83 (14.4)	54 (9.4)	577 (17.7)
NON-CHEF	1369 (73.2)	423 (22.6)	40 (2.1)	39 (2.1)	1871 (57.3)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	298 (69.0)	93 (21.5)	10 (2.3)	31 (7.2)	432 (13.0)
PRETIT CONSOMMATEUR	438 (78.8)	85 (15.3)	16 (2.9)	17 (3.1)	556 (16.8)
CONSOMMATEUR MOYEN	442 (61.6)	199 (27.7)	63 (8.8)	14 (1.9)	718 (21.7)
GRAND CONSOMMATEUR	553 (67.2)	204 (24.8)	44 (5.3)	22 (2.7)	823 (24.8)
CONSOMMATEUR MAXIMUM	478 (60.9)	156 (19.9)	97 (12.4)	54 (6.9)	785 (23.7)

TABLEAU 32

ANGLOPHONE-BILINGUE : ATLANTIQUE

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	GRAND-PAPA	THREE'S COMPANY	FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	277 (52.2)	233 (43.9)	12 (2.3)	9 (1.7)	531 (100.0)
SEXE					
HOMME	111 (40.7)	110 (48.2)	4 (1.8)	3 (1.3)	228 (42.9)
FEMME	166 (54.8)	123 (40.6)	8 (2.6)	6 (2.0)	303 (57.1)
AGE					
2 - 6	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.1)
7 - 11	13 (27.7)	28 (59.6)	0 (0.0)	6 (12.8)	47 (8.9)
12 - 17	130 (48.7)	137 (51.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	267 (50.3)
18 - 24	50 (50.0)	51 (44.0)	4 (3.4)	3 (2.6)	116 (21.8)
25 - 34	30 (78.9)	0 (0.0)	8 (21.1)	0 (0.0)	38 (7.2)
35 - 49	24 (58.5)	17 (41.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	41 (7.7)
50 - 54	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.6)
55 - 64	12 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.3)
65 +	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)
SCOLARITE					
AUCUNE	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.1)
ELEMENTAIRE	34 (33.0)	63 (61.2)	0 (0.0)	6 (5.8)	103 (19.5)
DEBUT SECONDAIRE	105 (54.4)	81 (42.0)	4 (2.1)	3 (1.6)	193 (36.6)
SECONDAIRE COMPLETE	64 (57.7)	39 (35.1)	8 (7.2)	0 (0.0)	111 (21.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	13 (68.4)	6 (31.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (3.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	15 (46.9)	17 (53.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (6.1)
UNIVERSITAIRE COMEL.	37 (57.8)	27 (42.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	64 (12.1)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	169 (44.5)	191 (50.3)	12 (3.2)	9 (2.1)	380 (73.9)
1 - 19	17 (34.0)	33 (66.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	50 (9.7)
20 ET PLUS	75 (89.3)	9 (10.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	84 (16.3)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	132 (46.6)	145 (51.2)	0 (0.0)	6 (2.1)	283 (59.1)
RETRAITE	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (1.5)
TIENT MAISON	14 (25.5)	33 (60.0)	8 (14.5)	0 (0.0)	55 (11.5)
NON APPLICABLE	52 (68.7)	42 (31.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	134 (28.0)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	9 (75.0)	3 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.4)
PROFESSIONNELS	15 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (3.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	10 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (2.0)
EMPLOYES DE VENTES	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (1.4)
FERMIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	11 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (2.2)
AUTRES	16 (72.7)	6 (27.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	22 (4.3)
NON-TRAVAILLEURS	106 (43.3)	224 (52.1)	12 (2.8)	8 (1.9)	430 (84.8)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	14 (40.0)	21 (60.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	35 (6.6)
2 PERSONNES	29 (67.4)	14 (32.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	43 (8.1)
3 PERSONNES	69 (78.4)	13 (14.8)	0 (0.0)	6 (6.8)	88 (16.6)
4 PERSONNES	62 (45.9)	65 (48.1)	8 (5.9)	0 (0.0)	135 (25.4)
5 PERSONNES	49 (40.5)	65 (53.7)	4 (3.3)	3 (2.5)	121 (22.8)
6 ET PLUS	54 (49.5)	55 (50.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	109 (20.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	112 (54.1)	81 (39.1)	8 (3.9)	6 (2.9)	207 (39.0)
NON	165 (50.9)	152 (46.9)	4 (1.2)	3 (0.9)	324 (61.0)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	48 (78.7)	13 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	61 (11.6)
CHEF FEMININ	29 (56.9)	14 (27.5)	8 (15.7)	0 (0.0)	51 (9.7)
NON-CHEF	197 (47.4)	207 (49.8)	4 (1.0)	8 (1.9)	416 (78.8)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOmmATEUR MINIMUM	27 (75.0)	3 (8.3)	0 (0.0)	6 (16.7)	36 (6.8)
PETIT CONSOmmATEUR	83 (52.9)	74 (47.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	157 (29.6)
CONSOmmATEUR MOYEN	60 (53.1)	53 (46.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	113 (21.3)
GRAND CONSOmmATEUR	66 (52.4)	45 (35.7)	12 (9.5)	3 (2.4)	126 (23.8)
CONSOmmATEUR MAXIMUM	41 (41.8)	57 (58.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	98 (18.5)

TABLEAU 33

ANGLOPHONE-BILINGUE : QUEBEC

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> THREE'S COMPANY	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	698 (54.1)	262 (20.3)	218 (16.9)	113 (8.8)	1291 (100.0)
SEXE					
HOMME	345 (49.3)	185 (26.4)	124 (17.7)	46 (6.6)	700 (54.2)
FEMME	353 (59.7)	77 (13.0)	94 (15.9)	67 (11.3)	591 (45.8)
AGE					
2 - 6	2 (5.9)	25 (73.5)	4 (11.8)	3 (8.8)	34 (2.6)
7 - 11	37 (67.3)	0 (0.0)	18 (32.7)	0 (0.0)	55 (4.3)
12 - 17	172 (81.9)	14 (6.7)	19 (9.0)	5 (2.4)	210 (16.3)
18 - 24	103 (81.1)	13 (10.2)	9 (7.1)	2 (1.6)	127 (9.9)
25 - 34	113 (37.9)	97 (32.6)	44 (14.8)	44 (14.8)	298 (23.1)
35 - 49	96 (45.9)	41 (19.6)	46 (22.0)	26 (12.4)	209 (16.2)
50 - 54	74 (49.7)	62 (41.6)	6 (4.0)	7 (4.7)	149 (11.6)
55 - 64	40 (51.3)	10 (12.8)	28 (35.9)	0 (0.0)	78 (6.1)
65 +	59 (46.1)	0 (0.0)	44 (34.4)	25 (19.5)	128 (9.9)
SCOLARITE					
AUCUNE	3 (15.0)	10 (50.0)	4 (20.0)	3 (15.0)	20 (1.6)
ELEMENTAIRE	115 (52.3)	25 (11.4)	45 (20.5)	35 (15.9)	220 (17.1)
DEBUT SECONDAIRE	211 (63.9)	27 (8.2)	77 (23.3)	15 (4.5)	330 (25.7)
SECONDAIRE COMPLETE	202 (58.9)	69 (20.1)	41 (12.0)	31 (9.0)	343 (26.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	74 (57.4)	46 (35.7)	9 (7.0)	0 (0.0)	129 (10.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	50 (42.0)	0 (0.0)	41 (34.5)	28 (23.5)	119 (9.3)
UNIVERSITAIRE COMPL.	41 (32.8)	84 (67.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	125 (9.7)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	420 (61.2)	92 (13.4)	101 (14.7)	73 (10.6)	686 (58.6)
1 - 19	66 (70.2)	13 (13.8)	15 (16.0)	0 (0.0)	94 (8.0)
20 ET PLUS	185 (47.4)	84 (21.5)	84 (21.5)	37 (9.5)	390 (33.3)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	217 (78.6)	39 (14.1)	15 (5.4)	5 (1.8)	276 (24.6)
RETRAITE	42 (49.4)	0 (0.0)	33 (38.8)	10 (11.8)	85 (7.6)
TIENT MAISON	134 (40.7)	53 (19.3)	49 (17.8)	39 (14.2)	275 (24.5)
NON APPLICABLE	251 (51.8)	98 (20.2)	99 (20.4)	37 (7.6)	485 (43.3)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	42 (45.2)	44 (47.3)	0 (0.0)	7 (7.5)	93 (8.3)
PROFESSIONNELS	12 (66.7)	0 (0.0)	4 (22.2)	2 (11.1)	18 (1.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	18 (54.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (45.5)	33 (3.0)
EMPLOYES DE VENTES	26 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (2.3)
FERMIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	53 (39.3)	0 (0.0)	68 (50.4)	14 (10.4)	135 (12.1)
AUTRES	20 (62.5)	0 (0.0)	12 (37.5)	0 (0.0)	32 (2.9)
NON-TRAVAILLEURS	486 (62.3)	105 (13.5)	116 (14.9)	73 (9.4)	780 (69.8)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	21 (36.8)	10 (17.5)	12 (21.1)	14 (24.6)	57 (4.4)
2 PERSONNES	107 (58.5)	0 (0.0)	37 (20.2)	39 (21.3)	183 (14.2)
3 PERSONNES	151 (57.0)	89 (26.6)	31 (9.3)	24 (7.2)	335 (26.0)
4 PERSONNES	173 (50.4)	62 (18.1)	79 (23.0)	29 (8.5)	343 (26.6)
5 PERSONNES	143 (51.6)	100 (36.1)	33 (11.9)	1 (0.4)	277 (21.5)
6 ET PLUS	62 (66.0)	0 (0.0)	27 (28.7)	5 (5.3)	94 (7.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	218 (37.0)	238 (40.4)	91 (15.4)	42 (7.1)	589 (45.7)
NON	480 (68.5)	23 (3.3)	127 (18.1)	71 (10.1)	701 (54.3)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	207 (43.0)	146 (30.4)	93 (19.3)	35 (7.3)	481 (38.3)
CHEF FEMININ	147 (44.1)	63 (18.9)	75 (22.5)	48 (14.4)	333 (26.5)
NON-CHEF	330 (74.7)	52 (11.8)	36 (8.1)	24 (5.4)	442 (35.2)
QUINTILLE D'ECOUTE					
CONSOUMATEUR MINIMUM	33 (37.9)	25 (28.7)	10 (11.5)	19 (21.8)	87 (6.7)
PETIT CONSOUMATEUR	113 (82.1)	0 (0.0)	16 (9.9)	13 (8.0)	162 (12.6)
CONSOUMATEUR MOYEN	119 (39.9)	108 (36.2)	63 (21.1)	8 (2.7)	298 (23.1)
GRAND CONSOUMATEUR	181 (60.1)	69 (22.9)	32 (10.6)	19 (6.3)	301 (23.4)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	231 (52.4)	59 (13.4)	97 (22.0)	54 (12.2)	441 (34.2)

TABLEAU 34

ANGLOPHONE-BILINGUE : CUPARIO

HYPOTHESE:	BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> THREE'S COMPANY	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
* RESULTAT:	THREE'S COMPANY	> BEACHCOMBERS	> GRAND-PAPA	> FEMME BIONIQUE	TOTAL
	831 (85.8)	128 (13.2)	10 (1.0)	0 (0.0)	969 (100.0)
SEXE					
HOMME	397 (93.6)	17 (4.0)	10 (2.4)	0 (0.0)	424 (43.8)
FEMME	434 (79.6)	111 (20.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	545 (56.2)
AGE					
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	67 (78.8)	18 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	85 (8.8)
12 - 17	344 (90.3)	37 (9.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	381 (39.3)
18 - 24	147 (76.2)	39 (20.2)	7 (3.6)	0 (0.0)	193 (19.9)
25 - 34	111 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	111 (11.5)
35 - 49	88 (81.5)	17 (15.7)	3 (2.8)	0 (0.0)	108 (11.1)
50 - 54	39 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (4.0)
55 - 64	35 (67.3)	17 (32.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	52 (5.4)
65 +	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
SCOLARITE					
AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ELEMENTAIRE	135 (62.8)	80 (37.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	215 (22.5)
DEBUT SECONDAIRE	389 (89.0)	48 (11.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	437 (45.7)
SECONDAIRE COMPLETE	119 (97.5)	0 (0.0)	3 (2.5)	0 (0.0)	122 (12.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	33 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	33 (3.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	90 (92.8)	0 (0.0)	7 (7.2)	0 (0.0)	97 (10.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	53 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	53 (5.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE					
AUCUNE	420 (83.3)	77 (15.3)	7 (1.4)	0 (0.0)	504 (55.9)
1 - 19	70 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	70 (7.8)
20 ET PLUS	307 (93.9)	17 (5.2)	3 (0.9)	0 (0.0)	327 (36.3)
NON-TRAVAILLEUR					
ETUDIANT	345 (91.0)	27 (7.1)	7 (1.8)	0 (0.0)	379 (43.9)
RETRAITE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
TIEN MAISON	68 (76.4)	21 (23.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	89 (10.3)
NON APPLICABLE	376 (94.9)	17 (4.3)	3 (0.8)	0 (0.0)	396 (45.8)
OCCUPATION					
EXECUTIFS ET GERANTS	52 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	52 (5.9)
PROFESSIONNELS	67 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	67 (7.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	44 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	44 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	3 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (0.3)
FERMIERS ET PECHEURS	2 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.2)
OUVRIER SPECIALISE	45 (69.2)	17 (26.2)	3 (4.6)	0 (0.0)	65 (7.4)
AUTRES	73 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	73 (8.3)
NON-TRAVAILLEURS	490 (85.4)	77 (13.4)	7 (1.2)	0 (0.0)	574 (65.2)
TAILLE DU MENAGE					
1 PERSONNE	23 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (2.4)
2 PERSONNES	125 (82.2)	17 (11.2)	10 (6.6)	0 (0.0)	152 (15.7)
3 PERSONNES	111 (86.7)	17 (13.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	128 (13.2)
4 PERSONNES	215 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	215 (22.2)
5 PERSONNES	267 (84.1)	39 (15.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	246 (25.4)
6 ET PLUS	150 (73.2)	55 (26.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	205 (21.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS					
OUI	348 (80.4)	85 (19.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	433 (44.6)
NON	484 (90.1)	43 (8.0)	10 (1.9)	0 (0.0)	537 (55.4)
STATUT DANS LE MENAGE					
CHEF MASCULIN	166 (89.2)	17 (9.1)	3 (1.6)	0 (0.0)	186 (19.4)
CHEF FEMININ	127 (85.8)	21 (14.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	148 (15.4)
NON-CHEF	528 (84.6)	89 (14.3)	7 (1.1)	0 (0.0)	624 (65.1)
QUINTILE D'ECOUTE					
CONSUMMATEUR MINIMUM	149 (78.4)	34 (17.9)	7 (3.7)	0 (0.0)	190 (19.6)
PETIT CONSUMMATEUR	167 (98.2)	0 (0.0)	3 (1.8)	0 (0.0)	170 (17.5)
CONSUMMATEUR MOYEN	142 (89.3)	17 (10.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	159 (16.4)
GRAND CONSUMMATEUR	246 (76.2)	77 (23.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	323 (33.3)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	128 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	128 (13.2)

TABLEAU 35

ANGLOPHONE-BILINGUE : OUEST

HYPOTHESE:

BEACHCOMBERS > GRAND-PAPA > THREE'S COMPANY > FEMME BIONIQUE

* RESULTAT:

THREE'S COMPANY > BEACHCOMBERS > GRAND-PAPA = FEMME BIONIQUE TOTAL
404 (78.0) 114 (22.0) 0 (0.0) 0 (0.0) 518 (100.0)

SEXE

HOMME	163 (76.9)	49 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	212 (40.9)
FEMME	241 (78.8)	65 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	306 (59.1)

AGE

2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	12 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.3)
12 - 17	245 (78.8)	66 (21.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	311 (60.0)
18 - 24	64 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	64 (12.4)
25 - 34	20 (64.5)	11 (35.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	31 (6.0)
35 - 49	33 (50.8)	32 (49.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	65 (12.5)
50 - 54	3 (37.5)	5 (62.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (1.5)
55 - 64	21 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (4.1)
65 +	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.2)

SCOLARITE

AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ELEMENTAIRE	32 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (6.2)
DEBUT SECONDAIRE	203 (75.5)	66 (24.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	269 (52.1)
SECONDAIRE COMPLETE	87 (94.6)	5 (5.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	92 (17.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	33 (91.7)	3 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	36 (7.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	26 (44.8)	32 (55.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	58 (11.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	21 (72.4)	8 (27.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (5.6)

HEURES DE TRAVAIL REMUNERE

AUCUNE	157 (74.9)	66 (25.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	223 (51.5)
1 - 19	116 (91.3)	11 (8.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	127 (24.9)
20 ET PLUS	84 (69.4)	37 (30.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	121 (23.7)

NON-TRAVAILLEUR

ETUDIANT	140 (71.8)	55 (28.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	195 (40.9)
RETRAITE	5 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (1.0)
TIENT MAISON	18 (62.1)	11 (37.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (6.1)
NON APPLICABLE	200 (80.6)	48 (19.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	248 (52.0)

OCCUPATION

EXECUTIFS ET GERANTS	12 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (2.5)
PROFESSIONNELS	6 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (1.2)
EMPLOYES DE BUREAU	11 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (2.3)
EMPLOYES DE VENTES	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.2)
FERMERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	12 (24.5)	37 (75.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	49 (10.1)
AUTRES	16 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	16 (3.3)
NON-TRAVAILLEURS	313 (80.3)	77 (19.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	390 (80.4)

TAILLE DU MENAGE

1 PERSONNE	24 (75.0)	8 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (6.2)
2 PERSONNES	43 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	43 (8.3)
3 PERSONNES	39 (92.9)	3 (7.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	42 (8.1)
4 PERSONNES	84 (59.6)	57 (40.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	141 (27.2)
5 PERSONNES	118 (92.2)	10 (7.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	128 (24.7)
6 ET PLUS	96 (72.2)	37 (27.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	133 (25.6)

ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS

OUI	116 (64.4)	64 (35.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	180 (34.8)
NON	297 (85.2)	50 (14.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	347 (65.2)

STATUT DANS LE MENAGE

CHEF MASCULIN	54 (59.3)	37 (40.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	91 (17.5)
CHEF FEMININ	36 (92.3)	3 (7.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (7.5)
NON-CHEF	314 (80.7)	75 (19.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	389 (75.0)

QUINTILE D'ECOUTE

CONSONNATEUR MINIMUM	89 (74.2)	31 (25.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	120 (23.1)
PETIT CONSONNATEUR	55 (83.3)	11 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	66 (12.7)
CONSONNATEUR MOYEN	121 (85.2)	21 (14.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	142 (27.4)
GRAND CONSONNATEUR	61 (82.4)	13 (17.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	74 (14.3)
CONSONNATEUR MAXIMUM	78 (66.7)	39 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	117 (22.5)

APPENDICE B

ECOUTE CANADIENNE ET AMERICAINE

LISTE des TABLEAUX

N ^o	1	Canada	total - total
N ^o	2	Atlantique	total - total
N ^o	3	Québec	total - total
N ^o	4	Ontario	total - total
N ^o	5	Ouest	total - total
N ^o	6	Canada	francophone total
N ^o	7	Atlantique	francophone total
N ^o	8	Québec	francophone total
N ^o	9	Ontario	francophone total
N ^o	10	Ouest	francophone total
N ^o	11	Canada	anglophone total
N ^o	12	Atlantique	anglophone total
N ^o	13	Québec	anglophone total
N ^o	14	Ontario	anglophone total
N ^o	15	Ouest	anglophone total
N ^o	16	Canada	francophone unilingue
N ^o	17	Atlantique	francophone unilingue
N ^o	18	Québec	francophone unilingue
N ^o	19	Ontario	francophone unilingue
N ^o	20	Ouest	francophone unilingue

N ^o	21	Canada	francophone bilingue
N ^o	22	Atlantique	francophone bilingue
N ^o	23	Québec	francophone bilingue
N ^o	24	Ontario	francophone bilingue
N ^o	25	Ouest	francophone bilingue
N ^o	26	Canada	anglophone unilingue
N ^o	27	Atlantique	anglophone unilingue
N ^o	28	Québec	anglophone unilingue
N ^o	29	Ontario	anglophone unilingue
N ^o	30	Ouest	anglophone unilingue
N ^o	31	Canada	anglophone bilingue
N ^o	32	Atlantique	anglophone bilingue
N ^o	33	Québec	anglophone bilingue
N ^o	34	Ontario	anglophone bilingue
N ^o	35	Ouest	anglophone bilingue

TABLEAU 1

TOTAL-TOTAL	: CANADA			
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL	
TOTAL	37341 (42.2)	51219 (57.8)	88560 (100.0)	
SEXE				
HOMME	16054 (40.9)	23173 (59.1)	39227 (44.3)	
FEMME	21287 (43.1)	28046 (56.9)	49333 (55.7)	
AGE				
2 - 6	2123 (54.6)	1768 (45.4)	3891 (4.4)	
7 - 11	3803 (44.0)	4842 (56.0)	8645 (9.8)	
12 - 17	4388 (30.9)	9818 (69.1)	14206 (16.0)	
18 - 24	3860 (35.2)	7110 (64.8)	10970 (12.4)	
25 - 34	6704 (43.3)	8769 (56.7)	15473 (17.5)	
35 - 49	5678 (44.1)	7442 (55.9)	13320 (15.0)	
50 - 54	2369 (44.0)	3009 (56.0)	5378 (6.1)	
55 - 64	4633 (49.6)	4703 (50.4)	9336 (10.5)	
65 +	3585 (48.8)	3758 (51.2)	7343 (8.3)	
SCOLARITE				
AUCUNE	1614 (53.2)	1419 (46.8)	3033 (3.5)	
ELEMENTAIRE	10825 (48.0)	11749 (52.0)	22574 (26.0)	
DEBUT SECONDAIRE	10400 (39.1)	16215 (60.9)	26615 (30.7)	
SECONDAIRE COMPLETE	7487 (40.2)	11150 (59.8)	18637 (21.5)	
COMMERCIAL/TECHNIQUE	3444 (41.5)	4864 (58.5)	8308 (9.6)	
DEBUT UNIVERSITAIRE	1584 (39.9)	2388 (60.1)	3972 (4.6)	
UNIVERSITAIRE COMPL.	1344 (36.8)	2309 (63.2)	3653 (4.2)	
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE				
AUCUNE	21913 (43.9)	28045 (56.1)	49958 (58.6)	
1 - 19	2121 (34.8)	3978 (65.2)	6099 (7.2)	
20 ET PLUS	11843 (40.6)	17296 (59.4)	29139 (34.2)	
NON-TRAVAILLEUR				
ETUDIANT	7780 (36.1)	13762 (63.9)	21542 (27.5)	
RETRAITE	2824 (50.4)	2774 (49.6)	5598 (7.1)	
TIENT MAISON	7630 (47.6)	8412 (52.4)	16042 (20.5)	
NON APPLICABLE	13963 (39.6)	21277 (60.4)	35240 (44.9)	
OCCUPATION				
EXECUTIFS ET GERANTS	927 (41.1)	1329 (58.9)	2256 (2.8)	
PROFESSIONNELS	1842 (42.1)	2532 (57.9)	4374 (5.3)	
EMPLOYES DE BUREAUX	2021 (40.0)	3026 (60.0)	5047 (6.2)	
EMPLOYES DE VENTES	580 (41.2)	828 (58.8)	1408 (1.7)	
FERMISERS ET PECHEURS	466 (35.8)	835 (64.2)	1301 (1.6)	
OUVRIER SPECIALISE	1899 (38.3)	3061 (61.7)	4960 (6.0)	
AUTRES	2750 (41.5)	3873 (58.5)	6623 (8.1)	
NON-TRAVAILLEURS	24033 (42.9)	32024 (57.1)	56057 (68.3)	
TAILLE DU MENAGE				
1 PERSONNE	3575 (46.8)	4069 (53.2)	7644 (8.6)	
2 PERSONNES	7291 (44.3)	9177 (55.7)	16468 (18.6)	
3 PERSONNES	6550 (43.6)	8468 (56.4)	15018 (17.0)	
4 PERSONNES	8772 (40.8)	12706 (59.2)	21478 (24.3)	
5 PERSONNES	6112 (40.7)	8889 (59.3)	15001 (16.9)	
6 ET PLUS	5043 (38.9)	7910 (61.1)	12953 (14.6)	
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS				
OUI	17424 (43.3)	22850 (56.7)	40274 (45.5)	
NON	19917 (41.3)	28366 (58.7)	48283 (54.5)	
STATUT DANS LE MENAGE				
CHEF MASCULIN	9617 (43.1)	12720 (56.9)	22337 (26.0)	
CHEF FEMININ	12561 (47.4)	13954 (52.6)	26515 (30.8)	
NON-CHEF	14063 (37.8)	23131 (62.2)	37194 (43.2)	
QUINTILE D'ECOUTE				
CONSUMMATEUR MINIMUM	2879 (43.3)	3771 (56.7)	6650 (7.5)	
PETIT CONSOMMATEUR	5385 (40.4)	7935 (59.6)	13320 (15.0)	
CONSOMMATEUR MOYEN	7325 (40.3)	10838 (59.7)	18163 (20.5)	
GRAND CONSOMMATEUR	9781 (42.8)	13097 (57.2)	22878 (25.8)	
CONSOMMATEUR MAXIMUM	11971 (43.5)	15578 (56.5)	27549 (31.1)	

TABLEAU 2

TOTAL-TOTAL	: ATLANTIQUE			
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL	
TOTAL	4555 (43.0)	6048 (57.0)	10603 (100.0)	
SEXE				
HOMME	2588 (47.5)	2863 (52.5)	5451 (51.4)	
FEMME	1967 (38.2)	3185 (61.8)	5152 (48.6)	
AGE				
2 - 6	411 (82.7)	86 (17.3)	497 (4.7)	
7 - 11	790 (61.3)	498 (38.7)	1288 (12.1)	
12 - 17	749 (37.5)	1248 (62.5)	1997 (18.8)	
18 - 24	332 (26.3)	931 (73.7)	1263 (11.9)	
25 - 34	766 (40.4)	1129 (59.6)	1895 (17.9)	
35 - 49	495 (37.7)	819 (62.3)	1314 (12.4)	
50 - 54	109 (26.6)	301 (73.4)	410 (3.9)	
55 - 64	543 (47.0)	612 (53.0)	1155 (10.9)	
65 +	362 (46.0)	425 (54.0)	787 (7.4)	
SCOLARITE				
AUCUNE	271 (73.8)	96 (26.2)	367 (3.6)	
ELEMENTAIRE	1754 (55.0)	1436 (45.0)	3190 (31.0)	
DEBUT SECONDAIRE	1153 (38.1)	1875 (61.9)	3028 (29.4)	
SECONDAIRE COMPLETE	519 (29.2)	1261 (70.8)	1780 (17.3)	
COMMERCIAL/TECHNIQUE	299 (34.9)	557 (65.1)	856 (8.3)	
DEBUT UNIVERSITAIRE	312 (54.0)	266 (46.0)	578 (5.6)	
UNIVERSITAIRE COMPL.	137 (27.8)	355 (72.2)	492 (4.8)	
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE				
AUCUNE	2938 (47.2)	3292 (52.8)	6230 (61.0)	
1 - 19	222 (35.2)	409 (64.8)	631 (6.2)	
20 ET PLUS	1268 (37.0)	2088 (62.2)	3356 (32.8)	
NON-TRAVAILLEUR				
ETUDIANT	1398 (40.0)	1516 (52.0)	2914 (31.6)	
RETRAITE	423 (55.7)	336 (44.3)	759 (8.2)	
TIENT MAISON	610 (39.3)	943 (60.7)	1553 (16.9)	
NON APPLICABLE	1490 (37.4)	2496 (62.6)	3986 (43.3)	
OCCUPATION				
EXECUTIFS ET GERANTS	117 (47.0)	132 (53.0)	249 (2.5)	
PROFESSIONNELS	264 (47.8)	288 (52.2)	552 (5.6)	
EMPLOYES DE BUREAUX	121 (26.5)	336 (73.5)	457 (4.6)	
EMPLOYES DE VENTES	64 (38.6)	102 (61.4)	166 (1.7)	
FERMIERS ET PECHEURS	40 (26.3)	112 (73.7)	152 (1.5)	
OUVRIER SPECIALISE	222 (36.1)	393 (63.9)	615 (6.2)	
AUTRES	329 (40.8)	478 (59.2)	807 (8.2)	
NON-TRAVAILLEURS	2161 (46.1)	3701 (53.9)	6862 (69.6)	
TAILLE DU MENAGE				
1 PERSONNE	347 (43.7)	447 (56.3)	794 (7.5)	
2 PERSONNES	554 (39.3)	856 (60.7)	1410 (13.3)	
3 PERSONNES	741 (41.1)	1061 (58.9)	1802 (17.0)	
4 PERSONNES	940 (43.0)	1246 (57.0)	2186 (20.6)	
5 PERSONNES	994 (49.4)	1017 (50.6)	2011 (19.0)	
6 ET PLUS	984 (40.9)	1420 (59.1)	2404 (22.7)	
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS				
OUI	2583 (47.0)	2908 (53.0)	5491 (51.8)	
NON	1970 (38.6)	3139 (61.4)	5109 (48.2)	
STATUT DANS LE MENAGE				
CHEF MASCULIN	1247 (43.8)	1601 (56.2)	2848 (27.7)	
CHEF FEMININ	744 (32.4)	1550 (67.6)	2294 (22.3)	
NON-CHEF	2420 (47.0)	2731 (53.0)	5151 (50.0)	
QUINTILE D'ECOUTE				
CONSUMMATEUR MINIMUM	206 (33.0)	419 (67.0)	625 (5.9)	
PETIT CONSOMMATEUR	619 (38.0)	1009 (62.0)	1628 (15.3)	
CONSOMMATEUR MOYEN	1048 (46.1)	1227 (53.9)	2275 (21.5)	
GRAND CONSOMMATEUR	1398 (46.3)	1620 (53.7)	3018 (28.5)	
CONSOMMATEUR MAXIMUM	1265 (42.0)	1775 (58.0)	3060 (28.9)	

TABLEAU 3

TOTAL-TOTAL	: QUEBEC		
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	21967 (51.3)	20851 (48.7)	42818 (100.0)
SEXE			
HOMME	8176 (46.5)	9391 (53.5)	17567 (41.0)
FEMME	13791 (54.6)	11460 (45.4)	25251 (59.0)
AGE			
2 - 6	591 (30.8)	1327 (69.2)	1918 (4.5)
7 - 11	1570 (37.7)	2596 (62.3)	4166 (9.7)
12 - 17	2524 (40.3)	3739 (59.7)	6263 (14.6)
18 - 24	2783 (51.0)	2672 (49.0)	5455 (12.7)
25 - 34	4508 (56.2)	3507 (43.8)	8015 (18.7)
35 - 49	3910 (54.7)	3244 (45.3)	7154 (16.7)
50 - 54	1793 (59.1)	1240 (40.9)	3033 (7.1)
55 - 64	2509 (62.4)	1514 (37.6)	4023 (9.4)
65 +	1780 (63.8)	1009 (36.2)	2789 (6.5)
SCOLARITE			
AUCUNE	519 (32.0)	1102 (68.0)	1621 (3.8)
ELEMENTAIRE	5600 (51.6)	5249 (48.4)	10849 (25.7)
DEBUT SECONDAIRE	6599 (50.4)	6484 (49.6)	13083 (31.0)
SECONDAIRE COMPLETE	5083 (54.2)	4298 (45.8)	9381 (22.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2427 (54.6)	2016 (45.4)	4443 (10.5)
DEBUT UNIVERSITAIRE	738 (50.3)	730 (49.7)	1468 (3.5)
UNIVERSITAIRE COMPL.	679 (48.8)	712 (51.2)	1391 (3.3)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	12673 (50.2)	12591 (49.8)	25264 (60.9)
1 - 19	1114 (52.2)	1019 (47.8)	2133 (5.1)
20 ET PLUS	7478 (53.0)	6620 (47.0)	14098 (34.0)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	4027 (37.8)	6636 (62.2)	10663 (27.7)
RETRAITE	1476 (61.4)	928 (38.6)	2404 (6.2)
TIENT MAISON	5546 (60.5)	3628 (39.5)	9174 (23.8)
NON APPLICABLE	8593 (52.9)	7639 (47.1)	16232 (42.2)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	619 (56.5)	476 (43.5)	1095 (2.8)
PROFESSIONNELS	1165 (54.3)	980 (45.7)	2145 (5.4)
EMPLOYES DE BUREAUX	1429 (52.6)	1289 (47.4)	2718 (6.9)
EMPLOYES DE VENTES	413 (53.8)	354 (46.2)	767 (1.9)
PERMIERS ET PECHEURS	252 (62.2)	153 (37.8)	405 (1.0)
OUVRIER SPECIALISE	949 (47.7)	1040 (52.3)	1989 (5.0)
AUTRES	1609 (53.4)	1403 (46.6)	3012 (7.6)
NON-TRAVAILLEURS	13787 (50.3)	13610 (49.7)	27397 (69.3)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1914 (56.6)	1465 (43.4)	3379 (7.9)
2 PERSONNES	4296 (59.4)	2941 (40.6)	7237 (16.9)
3 PERSONNES	4463 (56.4)	3446 (43.6)	7909 (18.5)
4 PERSONNES	4967 (47.3)	5544 (52.7)	10511 (24.5)
5 PERSONNES	3518 (47.3)	3922 (52.7)	7440 (17.4)
6 ET PLUS	2800 (44.3)	3536 (55.7)	6334 (14.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	9558 (48.2)	10282 (51.8)	19840 (46.3)
NON	12409 (54.0)	10569 (46.0)	22978 (53.7)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	5059 (52.3)	4617 (47.7)	9676 (23.3)
CHEF FEMMIN	9030 (62.1)	5507 (37.9)	14545 (35.0)
NON-CHEF	7144 (41.3)	10136 (58.7)	17280 (41.6)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	1492 (54.2)	1262 (45.0)	2754 (6.4)
PETIT CONSONNATEUR	3289 (52.8)	2943 (47.2)	6232 (14.6)
CONSONNATEUR MOYEN	4339 (49.4)	4444 (50.6)	8783 (20.5)
GRAND CONSONNATEUR	5345 (50.9)	5146 (49.1)	10491 (24.5)
CONSONNATEUR MAXIMUM	7503 (51.5)	7057 (48.5)	14560 (34.0)

TABLEAU 4

TOTAL-TOTAL	ONTARIO			
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL	
TOTAL	4579 (26.0)	13026 (74.0)	17605 (100.0)	
SEXE				
HOMME	2260 (27.8)	5882 (72.2)	8142 (46.2)	
FEMME	2319 (24.5)	7144 (75.5)	9463 (53.8)	
AGE				
2 - 6	315 (61.5)	197 (38.5)	512 (2.9)	
7 - 11	630 (40.6)	920 (59.4)	1550 (8.8)	
12 - 17	357 (13.5)	2286 (86.5)	2643 (15.0)	
18 - 24	296 (13.0)	1978 (87.0)	2274 (12.9)	
25 - 34	624 (20.2)	2461 (79.8)	3085 (17.5)	
35 - 49	673 (28.1)	1719 (71.9)	2392 (13.6)	
50 - 54	302 (25.7)	875 (74.3)	1177 (6.7)	
55 - 64	669 (34.8)	1255 (65.2)	1924 (10.9)	
65 +	712 (34.8)	1332 (65.2)	2044 (11.6)	
SCOLARITE				
AUCUNE	211 (65.3)	112 (34.7)	323 (1.9)	
ELEMENTAIRE	1534 (35.1)	2832 (64.9)	4366 (25.5)	
DEBUT SECONCAIRE	1183 (22.3)	4116 (77.7)	5299 (30.9)	
SECONDAIRE COMPLETE	882 (22.9)	2976 (77.1)	3858 (22.5)	
COMMERCIAL/TECHNIQUE	266 (17.0)	1299 (83.0)	1565 (9.1)	
DEBUT UNIVERSITAIRE	181 (20.3)	712 (79.7)	893 (5.2)	
UNIVERSITAIRE COMPL.	187 (22.0)	663 (78.0)	850 (5.0)	
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE				
AUCUNE	2722 (29.7)	6448 (70.3)	9170 (54.6)	
1 - 19	212 (16.0)	1109 (84.0)	1321 (7.9)	
20 ET PLUS	1347 (21.4)	4944 (78.6)	6291 (37.5)	
MCN-TRAVAILLEUR				
ETUDIANT	994 (25.1)	2972 (74.9)	3966 (25.0)	
RETRAITE	485 (38.6)	771 (61.4)	1256 (7.9)	
TIENI MAISON	767 (25.5)	2236 (74.5)	3003 (19.0)	
NON APPLICABLE	1559 (20.5)	6051 (79.5)	7610 (48.1)	
OCCUPATION				
EXECUTIFS ET GERANTS	45 (9.2)	443 (90.8)	488 (3.0)	
PROFESSIONNELS	156 (20.6)	757 (79.4)	913 (5.8)	
EMPLOYES DE BUREAUX	169 (15.8)	900 (84.2)	1069 (6.5)	
EMPLOYES DE VENTES	8 (4.1)	186 (95.9)	194 (1.2)	
FERRIERS ET PECHEURS	66 (25.9)	189 (74.1)	255 (1.6)	
OUVRIER SPECIALISE	292 (22.5)	1006 (77.5)	1298 (7.9)	
AUTRES	474 (28.3)	1199 (71.7)	1673 (10.2)	
NON-TRAVAILLEURS	2934 (28.0)	7556 (72.0)	10490 (63.9)	
TAILLE DU MENAGE				
1 PERSONNE	626 (35.4)	1143 (64.6)	1769 (10.0)	
2 PERSONNES	1079 (26.5)	2991 (73.5)	4070 (23.1)	
3 PERSONNES	715 (24.4)	2218 (75.6)	2933 (16.7)	
4 PERSONNES	1128 (26.0)	3214 (74.0)	4342 (24.7)	
5 PERSONNES	562 (22.7)	1909 (77.3)	2471 (14.0)	
6 ET PLUS	470 (23.2)	1554 (76.8)	2024 (11.5)	
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS				
OUI	2064 (29.0)	5860 (71.0)	7924 (40.5)	
NON	2517 (24.0)	7966 (76.0)	10483 (59.5)	
STATUT DANS LE MENAGE				
CHEF MASCULIN	1600 (31.0)	3567 (69.0)	5167 (30.3)	
CHEF FEMININ	1267 (24.6)	3876 (75.4)	5143 (30.1)	
NON-CHEF	1569 (23.2)	5197 (76.8)	6766 (39.6)	
QUINTILE D'ACCUTE				
CONSUMMATEUR MINIMUM	512 (32.1)	1004 (67.9)	1516 (9.1)	
PETIT CONSUMMATEUR	580 (20.9)	2195 (79.1)	2775 (15.8)	
CONSUMMATEUR MOYEN	741 (20.5)	2865 (79.5)	3606 (20.5)	
GRAND CONSUMMATEUR	1406 (29.5)	3360 (70.5)	4766 (27.1)	
CONSUMMATEUR MAXIMUM	1340 (27.6)	3520 (72.4)	4860 (27.6)	

TABLEAU 5

TOTAL-TOTAL	: CUEST		
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	6202 (35.4)	11294 (64.6)	17496 (100.0)
SEXE			
HOMME	3016 (37.5)	5037 (62.5)	8053 (46.0)
FEMME	3186 (33.7)	6257 (66.3)	9443 (54.0)
AGE			
2 - 6	802 (83.5)	158 (16.5)	960 (5.5)
7 - 11	810 (49.4)	829 (50.6)	1639 (9.4)
12 - 17	754 (22.9)	2543 (77.1)	3297 (18.8)
18 - 24	447 (22.6)	1531 (77.4)	1978 (11.3)
25 - 34	792 (32.2)	1671 (67.8)	2463 (14.1)
35 - 49	787 (32.2)	1658 (67.8)	2445 (14.0)
50 - 54	163 (21.6)	593 (78.4)	756 (4.3)
55 - 64	912 (40.9)	1320 (59.1)	2232 (12.8)
65 +	735 (42.6)	992 (57.4)	1727 (9.9)
SCOLARITE			
AUCUNE	611 (84.9)	109 (15.1)	720 (4.2)
ELEMENTAIRE	1920 (46.2)	2233 (53.8)	4153 (24.3)
DEBUT SECONLAIRE	1457 (28.0)	3739 (72.0)	5196 (30.5)
SECONDAIRE COMPLETE	993 (27.5)	2615 (72.5)	3608 (21.1)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	454 (31.4)	992 (68.6)	1446 (8.5)
DEBUT UNIVERSITAIRE	352 (34.1)	680 (65.9)	1032 (6.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	325 (35.9)	581 (64.1)	906 (5.3)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	3575 (38.5)	5713 (61.5)	9288 (55.7)
1 - 19	572 (28.4)	1443 (71.6)	2015 (12.1)
20 ET PLUS	1727 (32.1)	3646 (67.9)	5373 (32.2)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	1352 (33.9)	2639 (66.1)	3991 (26.8)
RETRAITE	448 (37.8)	738 (62.2)	1186 (8.0)
TIENT MAISON	699 (30.4)	1604 (69.6)	2303 (15.5)
NON APPLICABLE	2300 (31.1)	5090 (68.9)	7390 (49.7)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	143 (34.1)	276 (65.9)	419 (2.6)
PROFESSIONNELS	210 (29.2)	508 (70.8)	718 (4.4)
EMPLOYES DE BUREAUX	302 (37.6)	501 (62.4)	803 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	91 (33.1)	184 (66.9)	275 (1.7)
FERRIERS ET PECHEURS	109 (22.3)	379 (77.7)	488 (3.0)
OUVRIER SPECIALISE	435 (41.2)	621 (58.8)	1056 (6.5)
AUTRES	333 (29.6)	793 (70.4)	1126 (7.0)
NON-TRAVAILLEURS	4145 (36.7)	7156 (63.3)	11301 (69.8)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	674 (39.9)	1016 (60.1)	1690 (9.7)
2 PERSONNES	1358 (36.2)	2390 (63.8)	3748 (21.4)
3 PERSONNES	642 (26.9)	1743 (73.1)	2385 (13.6)
4 PERSONNES	1728 (39.0)	2702 (61.0)	4430 (25.3)
5 PERSONNES	1032 (33.6)	2042 (66.4)	3074 (17.6)
6 ET PLUS	770 (35.5)	1401 (64.5)	2171 (12.4)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	3202 (41.0)	4600 (59.0)	7802 (44.6)
NON	3000 (31.0)	6692 (69.0)	9692 (55.4)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1698 (36.7)	2935 (63.3)	4633 (27.0)
CHEF FEMMININ	1498 (33.1)	3021 (66.9)	4519 (26.4)
NON-CHEF	2923 (36.6)	5068 (63.4)	7991 (46.6)
QUINTILE D'ECUTE			
CONSUMATEUR MINIMUM	666 (39.9)	1003 (60.1)	1669 (9.5)
PETIT CONSUMATEUR	896 (33.4)	1788 (66.6)	2684 (15.3)
CONSUMATEUR MOYEN	1179 (33.9)	2304 (66.1)	3483 (19.9)
GRAND CONSUMATEUR	1610 (35.1)	2974 (64.9)	4584 (26.2)
CONSUMATEUR MAXIMUM	1852 (36.5)	3227 (63.5)	5079 (29.0)

TABLEAU 6

FRANCOPHONE-TOTAL : CANADA		EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL		23271 (52.0)	21442 (48.0)	44713 (100.0)
SEXE				
HOMME		8750 (47.5)	9669 (52.5)	18419 (41.2)
FEMME		14521 (55.2)	11773 (44.8)	26294 (58.8)
AGE				
2 - 6		646 (32.0)	1370 (68.0)	2016 (4.5)
7 - 11		1743 (39.0)	2725 (61.0)	4468 (10.0)
12 - 17		2690 (41.6)	3770 (58.4)	6460 (14.4)
18 - 24		2933 (50.8)	2836 (49.2)	5769 (12.9)
25 - 34		4793 (56.1)	3754 (43.9)	8547 (19.1)
35 - 49		4076 (54.8)	3363 (45.2)	7439 (16.6)
50 - 54		1812 (58.8)	1272 (41.2)	3084 (6.9)
55 - 64		2602 (63.2)	1513 (36.8)	4115 (9.2)
65 +		1978 (70.3)	837 (29.7)	2815 (6.3)
SCOLARITE				
AUCUNE		550 (32.5)	1142 (67.5)	1692 (3.8)
ELEMENTAIRE		6324 (52.5)	5714 (47.5)	12038 (27.3)
DEBUT SECONAIRE		6892 (51.2)	6564 (48.8)	13456 (30.6)
SECONAIRE COMPLETE		5142 (55.0)	4200 (45.0)	9342 (21.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE		2550 (54.7)	2110 (45.3)	4660 (10.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE		782 (55.1)	637 (44.9)	1419 (3.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.		676 (47.9)	735 (52.1)	1411 (3.2)
HEURES DE TRAVAIL RENUNEE				
AUCUNE		13388 (51.4)	12657 (48.6)	26045 (60.1)
1 - 19		1162 (51.8)	1082 (48.2)	2244 (5.2)
20 ET PLUS		8015 (53.3)	7023 (46.7)	15038 (34.7)
NON-TRAVAILLEUR				
ETUDIANT		4356 (39.1)	6773 (60.9)	11129 (27.7)
RETRAITE		1637 (65.3)	971 (34.7)	2508 (6.2)
TIENT MAISON		5621 (61.0)	3591 (39.0)	9212 (23.0)
NON APPLICABLE		9177 (53.1)	8106 (46.9)	17283 (43.1)
OCCUPATION				
EXECUTIFS ET GERANTS		648 (57.0)	489 (43.0)	1137 (2.8)
PROFESSIONNELS		1232 (54.2)	1039 (45.8)	2271 (5.5)
EMPLOYES DE BUREAUX		1578 (53.8)	1355 (46.2)	2933 (7.1)
EMPLOYES DE VENTES		434 (54.0)	369 (46.0)	803 (1.9)
FERRIERS ET PECHEURS		258 (57.7)	189 (42.3)	447 (1.1)
OUVRIER SPECIALISE		987 (49.3)	1015 (50.7)	2002 (4.9)
AUTRES		1821 (54.1)	1547 (45.9)	3368 (8.2)
NON-TRAVAILLEURS		14550 (51.4)	13739 (48.6)	28289 (68.6)
TAILLE DU MENAGE				
1 PERSONNE		2048 (58.2)	1470 (41.8)	3518 (7.9)
2 PERSONNES		4352 (58.8)	3046 (41.2)	7398 (16.5)
3 PERSONNES		4754 (58.5)	3369 (41.5)	8123 (18.2)
4 PERSONNES		5307 (40.7)	5601 (51.3)	10908 (24.4)
5 PERSONNES		3689 (47.7)	4049 (52.3)	7738 (17.3)
6 ET PLUS		3122 (44.4)	3906 (55.6)	7028 (15.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS				
OUI		10194 (48.2)	10940 (51.8)	21134 (47.3)
NON		13078 (55.5)	10499 (44.5)	23577 (52.7)
STATUT DANS LE MENAGE				
CHEF MASCULIN		5514 (53.7)	4754 (46.3)	10268 (23.7)
CHEF FEMININ		9426 (62.6)	5641 (37.4)	15067 (34.7)
NON-CHEF		7609 (42.2)	10421 (57.8)	18030 (41.6)
QUINTILE D'ECCLT				
CONSONNATEUR MINIMUM		1729 (56.5)	1330 (43.5)	3058 (6.8)
PETIT CONSONNATEUR		3503 (53.3)	3070 (46.7)	6573 (14.7)
CONSONNATEUR MOYEN		4424 (49.5)	4507 (50.5)	8931 (20.0)
GRAND CONSONNATEUR		5732 (51.6)	5370 (48.4)	11102 (24.8)
CONSONNATEUR MAXIMUM		7884 (52.4)	7166 (47.6)	15050 (33.7)

TABLEAU 7

FRANCOPHONE-TOTAL : ATLANTIQUE

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	1074 (52.9)	957 (47.1)	2031 (100.0)
SEXE			
HOMME	578 (55.7)	460 (44.3)	1038 (51.1)
FEMME	456 (49.9)	497 (50.1)	993 (48.9)
AGE			
2 - 6	37 (57.8)	27 (42.2)	64 (3.1)
7 - 11	109 (51.7)	102 (48.3)	211 (10.4)
12 - 17	175 (49.0)	182 (51.0)	357 (17.6)
18 - 24	91 (30.4)	208 (69.6)	299 (14.7)
25 - 34	193 (50.9)	186 (49.1)	379 (18.6)
35 - 49	134 (61.8)	83 (38.2)	217 (10.7)
50 - 54	29 (40.3)	43 (59.7)	72 (3.5)
55 - 64	98 (53.8)	84 (46.2)	182 (8.9)
65 +	210 (83.0)	43 (17.0)	253 (12.4)
SCOLARITE			
AUCUNE	21 (38.2)	34 (61.8)	55 (2.7)
ELEMENTAIRE	526 (63.6)	301 (36.4)	827 (41.2)
DEBUT SECONDAIRE	262 (49.0)	273 (51.0)	535 (26.7)
SECONDAIRE COMPLETE	99 (36.0)	176 (64.0)	275 (13.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	59 (43.7)	76 (56.3)	135 (6.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	63 (71.6)	25 (28.4)	88 (4.4)
UNIVERSITAIRE CCMPL.	36 (39.6)	55 (60.4)	91 (4.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNEES			
AUCUNE	718 (57.1)	540 (42.9)	1258 (63.2)
1 - 19	33 (37.9)	54 (62.1)	87 (4.4)
20 ET PLUS	307 (47.5)	339 (52.5)	646 (32.4)
NCH-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	298 (50.3)	295 (49.7)	593 (31.6)
RETRAITE	222 (77.9)	63 (22.1)	285 (15.2)
TIENT MAISON	140 (52.2)	128 (47.8)	268 (14.3)
NON APPLICABLE	340 (46.4)	392 (53.6)	732 (39.0)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	64 (80.0)	16 (20.0)	80 (4.3)
PROFESSIONNELS	28 (56.0)	22 (44.0)	50 (2.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	53 (48.2)	57 (51.8)	110 (5.9)
EMPLOYES DE VENTES	8 (34.8)	15 (65.2)	23 (1.2)
FERMIERS ET PECHEURS	2 (8.7)	21 (91.3)	23 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	16 (30.2)	37 (69.8)	53 (2.8)
AUTRES	57 (50.0)	97 (50.0)	194 (10.3)
NON-TRAVAILLEURS	752 (55.9)	594 (44.1)	1346 (71.6)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	96 (53.9)	82 (46.1)	178 (8.8)
2 PERSONNES	135 (51.3)	128 (48.7)	263 (12.9)
3 PERSONNES	257 (65.1)	138 (34.9)	395 (19.4)
4 PERSONNES	151 (50.7)	147 (49.3)	298 (14.7)
5 PERSONNES	192 (54.2)	162 (45.8)	354 (17.4)
6 ET PLUS	246 (45.1)	299 (54.9)	545 (26.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	495 (50.0)	495 (50.0)	990 (48.8)
NON	577 (55.6)	461 (44.4)	1038 (51.2)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	370 (63.1)	216 (36.9)	586 (29.9)
CHEF FEMININ	243 (53.4)	212 (46.6)	455 (23.2)
NON-CHEF	428 (46.4)	494 (53.6)	922 (47.0)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSOUMATEUR MINIMUM	123 (60.9)	79 (39.1)	202 (9.9)
PETIT CONSOUMATEUR	110 (40.3)	163 (59.7)	273 (13.4)
CONSOUMATEUR MOYEN	228 (54.5)	190 (45.5)	418 (20.6)
GRAND CONSOUMATEUR	223 (46.5)	257 (53.5)	480 (23.6)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	391 (59.2)	269 (40.8)	660 (32.5)

TABLEAU 8

FRANCOPHONE-TOTAL : QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	21176 (52.7)	18989 (47.3)	40165 (100.0)
SEXE			
HOMME	7759 (47.6)	8542 (52.4)	16301 (40.6)
FEMME	13417 (56.2)	10447 (43.8)	23864 (59.4)
AGE			
2 - 6	563 (30.4)	1291 (69.6)	1854 (4.6)
7 - 11	1534 (37.8)	2528 (62.2)	4062 (10.1)
12 - 17	2432 (42.0)	3360 (58.0)	5792 (14.4)
18 - 24	2758 (52.8)	2461 (47.2)	5219 (13.0)
25 - 34	4363 (57.4)	3238 (42.6)	7601 (18.9)
35 - 49	3753 (55.5)	3010 (44.5)	6763 (16.8)
50 - 54	1724 (61.5)	1080 (38.5)	2804 (7.0)
55 - 64	2390 (65.2)	1274 (34.8)	3664 (9.1)
65 +	1660 (69.0)	745 (31.0)	2405 (6.0)
SCOLARITE			
AUCUNE	506 (32.2)	1065 (67.8)	1571 (4.0)
ELEMENTAIRE	5417 (52.1)	4980 (47.9)	10397 (26.2)
DEBUT SECONDAIRE	6426 (52.2)	5889 (47.8)	12315 (31.1)
SECONDAIRE COMPLETE	4845 (56.2)	3781 (43.8)	8626 (21.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	2381 (56.4)	1841 (43.6)	4222 (10.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	701 (54.8)	578 (45.2)	1279 (3.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	595 (49.6)	605 (50.4)	1200 (3.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	12096 (51.5)	11393 (48.5)	23489 (60.3)
1 - 19	1097 (54.9)	900 (45.1)	1997 (5.1)
20 ET PLUS	7357 (54.5)	6142 (45.5)	13499 (34.6)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	3875 (38.5)	6190 (61.5)	10065 (27.9)
RETRAITE	1344 (64.4)	744 (35.6)	2088 (5.8)
TIENT MAISON	5272 (62.4)	3177 (37.6)	8449 (23.4)
NON APPLICABLE	8454 (54.6)	7042 (45.4)	15496 (42.9)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	568 (56.9)	431 (43.1)	999 (2.7)
PROFESSIONNELS	1163 (56.0)	914 (44.0)	2077 (5.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	1414 (53.3)	1238 (46.7)	2652 (7.2)
EMPLOYES DE VENTES	413 (56.3)	321 (43.7)	734 (2.0)
FERRIERS ET PECHEURS	252 (64.3)	140 (35.7)	392 (1.1)
OUVRIER SPECIALISE	935 (52.1)	858 (47.9)	1793 (4.8)
AUTRES	1609 (54.6)	1336 (45.4)	2945 (7.9)
NON-TRAVAILLEURS	13194 (51.8)	12293 (48.2)	25487 (68.7)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1890 (59.0)	1316 (41.0)	3206 (8.0)
2 PERSONNES	4009 (61.0)	2568 (39.0)	6577 (16.4)
3 PERSONNES	4320 (58.6)	3057 (41.4)	7377 (18.4)
4 PERSONNES	4866 (48.7)	5120 (51.3)	9986 (24.9)
5 PERSONNES	3334 (48.0)	3611 (52.0)	6945 (17.3)
6 ET PLUS	2758 (45.4)	3318 (54.6)	6076 (15.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	9144 (48.6)	9681 (51.4)	18825 (46.9)
NON	12034 (56.4)	9307 (43.6)	21341 (53.1)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	4838 (54.1)	4103 (45.9)	8941 (23.0)
CHEF FEMMIN	8754 (64.1)	4905 (35.9)	13659 (35.1)
NON-CHEF	6910 (42.3)	9430 (57.7)	16340 (42.0)
QUINTILE D'ECCLTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	1448 (55.5)	1162 (44.5)	2610 (6.5)
PETIT CONSUMMATEUR	3212 (54.2)	2714 (45.8)	5926 (14.8)
CONSUMMATEUR MOYEN	4099 (50.1)	4087 (49.9)	8186 (20.4)
GRAND CONSUMMATEUR	5228 (52.8)	4665 (47.2)	9893 (24.6)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	7191 (53.1)	6363 (46.9)	13554 (33.7)

TABLEAU 9

FRANCOPHONE-TOTAL : ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	711 (39.9)	1072 (60.1)	1783 (100.0)
SEXE			
HOMME	303 (37.2)	511 (62.8)	814 (45.7)
FEMME	408 (42.1)	561 (57.9)	969 (54.3)
AGE			
2 - 6	40 (43.5)	52 (56.5)	92 (5.2)
7 - 11	63 (44.7)	78 (55.3)	141 (7.9)
12 - 17	53 (23.9)	169 (76.1)	222 (12.5)
18 - 24	83 (35.3)	152 (64.7)	235 (13.2)
25 - 34	194 (42.5)	262 (57.5)	456 (25.6)
35 - 49	79 (33.3)	158 (66.7)	237 (13.3)
50 - 54	50 (32.7)	103 (67.3)	153 (8.6)
55 - 64	74 (49.7)	75 (50.3)	149 (8.4)
65 +	75 (77.3)	22 (22.7)	97 (5.4)
SCOLARITE			
AUCUNE	19 (30.6)	43 (69.4)	62 (3.6)
ELEMENTAIRE	240 (42.9)	319 (57.1)	559 (32.6)
DEBUT SECONDAIRE	107 (26.9)	291 (73.1)	398 (23.2)
SECONDAIRE COMPLETE	158 (45.1)	192 (54.9)	350 (20.4)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	101 (45.1)	123 (54.9)	224 (13.1)
DEBUT UNIVERSITAIRE	5 (27.8)	13 (72.2)	18 (1.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	37 (36.3)	65 (63.7)	102 (6.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	401 (42.6)	540 (57.4)	941 (54.8)
1 - 19	19 (21.8)	68 (78.2)	87 (5.1)
20 ET PLUS	276 (40.1)	413 (59.9)	689 (40.1)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	149 (39.7)	226 (60.3)	375 (23.3)
RETRAITÉ	55 (57.9)	40 (42.1)	95 (5.9)
TIENT MAISON	150 (41.3)	213 (58.7)	363 (22.6)
NON APPLICABLE	295 (38.1)	480 (61.9)	775 (48.2)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	13 (25.0)	39 (75.0)	52 (3.1)
PROFESSIONNELS	34 (28.8)	84 (71.2)	118 (7.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	111 (71.6)	44 (28.4)	155 (9.3)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	26 (100.0)	26 (1.6)
FERRIERS ET PECHEURS	1 (20.0)	4 (80.0)	5 (0.3)
OUVRIER SPECIALISE	29 (25.0)	87 (75.0)	116 (6.9)
AUTRES	73 (41.7)	102 (58.3)	175 (10.4)
NON-TRAVAILLEURS	420 (40.9)	608 (59.1)	1028 (61.4)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	31 (33.7)	61 (66.3)	92 (5.2)
2 PERSONNES	140 (37.8)	230 (62.2)	370 (20.7)
3 PERSONNES	177 (56.9)	134 (43.1)	311 (17.4)
4 PERSONNES	182 (41.5)	257 (58.5)	439 (24.6)
5 PERSONNES	91 (29.8)	214 (70.2)	305 (17.1)
6 ET PLUS	91 (34.0)	177 (66.0)	268 (15.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	396 (40.8)	574 (59.2)	970 (54.4)
NON	317 (38.9)	497 (61.1)	814 (45.6)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	234 (43.8)	300 (56.2)	534 (30.5)
CHEF FEMININ	265 (43.2)	349 (56.8)	614 (35.1)
NON-CHEF	199 (33.1)	402 (66.9)	601 (34.4)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	94 (61.0)	60 (39.0)	154 (8.7)
PETIT CONSUMMATEUR	136 (42.4)	185 (57.6)	321 (18.0)
CONSUMMATEUR MOYEN	73 (32.9)	149 (67.1)	222 (12.5)
GRAND CONSUMMATEUR	198 (36.6)	343 (63.4)	541 (30.4)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	210 (38.7)	332 (61.3)	542 (30.4)

TABLEAU 10

FRANCOPHONE-TOTAL : OUEST

	EMISSIENS CANADIENNES	EMISSIENS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	278 (39.6)	424 (60.4)	702 (100.0)
SEXE			
HOMME	97 (38.3)	156 (61.7)	253 (36.0)
FEMME	181 (40.3)	268 (59.7)	449 (64.0)
AGE			
2 - 6	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (0.4)
7 - 11	34 (65.4)	18 (34.6)	52 (7.4)
12 - 17	26 (31.0)	58 (69.0)	84 (11.9)
18 - 24	0 (0.0)	16 (100.0)	16 (2.3)
25 - 34	36 (35.0)	67 (65.0)	103 (14.7)
35 - 49	97 (46.6)	111 (53.4)	208 (29.6)
50 - 54	7 (13.0)	47 (87.0)	54 (7.7)
55 - 64	40 (33.6)	79 (66.4)	119 (16.9)
65 +	36 (56.3)	28 (43.8)	64 (9.1)
SCOLARITE			
AUCUNE	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (0.5)
ELEMENTAIRE	124 (52.1)	114 (47.9)	238 (36.9)
DEBUT SECONDAIRE	89 (44.7)	110 (55.3)	199 (30.9)
SECONDAIRE COMPLETE	31 (37.8)	51 (62.2)	82 (12.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	10 (12.5)	70 (87.5)	80 (12.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	12 (37.5)	20 (62.5)	32 (5.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	11 (100.0)	11 (1.7)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	167 (47.6)	184 (52.4)	351 (57.1)
1 - 19	13 (17.8)	60 (82.2)	73 (11.9)
20 ET PLUS	61 (31.9)	130 (68.1)	191 (31.1)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	26 (29.2)	63 (70.8)	89 (16.9)
RETRAITE	25 (52.1)	23 (47.9)	48 (9.1)
TIENT MAISON	53 (42.4)	72 (57.6)	125 (23.7)
NON APPLICABLE	74 (27.9)	191 (72.1)	265 (50.3)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (0.3)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	20 (100.0)	20 (3.4)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	16 (100.0)	16 (2.7)
EMPLOYES DE VENTES	8 (53.3)	7 (46.7)	15 (2.5)
FERRIERS ET PECHEURS	4 (14.8)	23 (85.2)	27 (4.5)
OUVRIER SPECIALISE	7 (17.5)	33 (82.5)	40 (6.7)
AUTRES	43 (78.2)	12 (21.8)	55 (9.2)
NON-TRAVAILLEURS	178 (42.2)	244 (57.8)	422 (70.7)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	18 (60.0)	12 (40.0)	30 (4.3)
2 PERSONNES	70 (36.5)	122 (63.5)	192 (27.3)
3 PERSONNES	10 (19.6)	41 (80.4)	51 (7.3)
4 PERSONNES	98 (56.3)	76 (43.7)	174 (24.8)
5 PERSONNES	66 (51.6)	62 (48.4)	128 (18.2)
6 ET PLUS	17 (13.3)	111 (86.7)	128 (18.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	142 (42.6)	191 (57.4)	333 (47.4)
NON	136 (36.9)	233 (63.1)	369 (52.6)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	60 (30.8)	135 (69.2)	195 (28.5)
CHEF FEMININ	155 (47.0)	175 (53.0)	330 (40.2)
NON-CHEF	63 (39.6)	96 (60.4)	159 (23.2)
QUINTILIE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	59 (68.6)	27 (31.4)	86 (12.2)
PETIT CONSONNATEUR	44 (84.6)	8 (15.4)	52 (7.4)
CONSONNATEUR MOYEN	12 (12.8)	82 (87.2)	94 (13.4)
GRAND CONSONNATEUR	61 (36.5)	106 (63.5)	167 (23.8)
CONSONNATEUR MAXIMUM	102 (33.6)	202 (66.4)	304 (43.2)

TABLEAU 11

ANGLOPHONE-TOTAL : CANADA

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	14070 (32.1)	29777 (67.9)	43847 (100.0)
SEXE			
HOMME	7304 (35.1)	13504 (64.9)	20808 (47.5)
FEMME	6766 (29.4)	16273 (70.6)	23039 (52.5)
AGE			
2 - 6	1477 (78.8)	398 (21.2)	1875 (4.3)
7 - 11	2060 (49.3)	2117 (50.7)	4177 (9.5)
12 - 17	1698 (21.9)	6048 (78.1)	7746 (17.7)
18 - 24	927 (17.8)	4274 (82.2)	5201 (11.9)
25 - 34	1911 (27.6)	5015 (72.4)	6926 (15.8)
35 - 49	1802 (30.6)	4079 (69.4)	5881 (13.4)
50 - 54	557 (24.3)	1737 (75.7)	2294 (5.2)
55 - 64	2031 (38.9)	3190 (61.1)	5221 (11.9)
65 +	1607 (35.5)	2921 (64.5)	4528 (10.3)
SCOLARITE			
AUCUNE	1064 (79.3)	277 (20.7)	1341 (3.1)
ELEMENTAIRE	4501 (42.7)	6035 (57.3)	10536 (24.6)
DEBUT SECONDAIRE	3508 (26.7)	9651 (73.3)	13159 (30.8)
SECONDAIRE COMPLETE	2345 (25.2)	6950 (74.8)	9295 (21.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	894 (24.5)	2754 (75.5)	3648 (8.5)
DEBUT UNIVERSITAIRE	802 (31.4)	1751 (68.6)	2553 (6.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	668 (29.8)	1574 (70.2)	2242 (5.2)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	8525 (35.7)	15388 (64.3)	23913 (57.1)
1 - 19	959 (24.9)	2896 (75.1)	3855 (9.2)
20 ET PLUS	3828 (27.1)	10273 (72.9)	14101 (33.7)
MCM-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	3424 (32.9)	6989 (67.1)	10413 (27.2)
RETRAITE	1187 (38.4)	1703 (61.6)	3090 (8.1)
TIENT MAISON	2009 (29.4)	4821 (70.6)	6830 (17.8)
NON APPLICABLE	4786 (26.7)	13171 (73.3)	17957 (46.9)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	279 (24.9)	840 (75.1)	1119 (2.7)
PROFESSIONNELS	610 (29.0)	1493 (71.0)	2103 (5.2)
EMPLOYES DE BUREAUX	443 (21.0)	1671 (79.0)	2114 (5.2)
EMPLOYES DE VENTES	146 (24.1)	459 (75.9)	605 (1.5)
FERNIERS ET PECHEURS	208 (24.4)	646 (75.6)	854 (2.1)
OUVRIER SPECIALISE	912 (30.8)	2046 (69.2)	2958 (7.3)
AUTRES	929 (28.5)	2326 (71.5)	3255 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	9483 (34.2)	18285 (65.8)	27768 (68.1)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1527 (37.0)	2599 (63.0)	4126 (9.4)
2 PERSONNES	2939 (32.4)	6131 (67.6)	9070 (20.7)
3 PERSONNES	1796 (26.0)	5099 (74.0)	6895 (15.7)
4 PERSONNES	3465 (32.8)	7105 (67.2)	10570 (24.1)
5 PERSONNES	2423 (33.4)	4840 (66.6)	7263 (16.6)
6 ET PLUS	1921 (32.4)	4004 (67.6)	5925 (13.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	7230 (37.8)	11910 (62.2)	19140 (43.7)
NON	6839 (27.7)	17867 (72.3)	24706 (56.3)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	4103 (34.0)	7966 (66.0)	12069 (28.3)
CHEF FEMININ	3135 (27.4)	8313 (72.6)	11448 (26.8)
NON-CHEF	6454 (33.7)	12710 (66.3)	19164 (44.9)
QUINTILE D'ECCLTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	1151 (32.0)	2441 (68.0)	3592 (8.2)
PETIT CONSONNATEUR	1882 (27.9)	4865 (72.1)	6747 (15.4)
CONSONNATEUR MOYEN	2901 (31.4)	6331 (68.6)	9232 (21.1)
GRAND CONSONNATEUR	4049 (34.4)	7727 (65.6)	11776 (26.9)
CONSONNATEUR MAXIMUM	4687 (32.7)	8412 (67.3)	12499 (28.5)

TABLEAU 12

ANGLOPHONE-TOTAL	: ATLANTIQUE		
	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	3481 (40.6)	5091 (59.4)	8572 (100.0)
SEXE			
HOMME	2010 (45.5)	2403 (54.5)	4413 (51.5)
FEMME	1471 (35.4)	2688 (64.6)	4159 (48.5)
AGE			
2 - 6	374 (86.4)	59 (13.6)	433 (5.1)
7 - 11	681 (63.2)	396 (36.8)	1077 (12.6)
12 - 17	574 (35.0)	1066 (65.0)	1640 (19.1)
18 - 24	241 (25.0)	723 (75.0)	964 (11.2)
25 - 34	573 (37.8)	943 (62.2)	1516 (17.7)
35 - 49	361 (32.9)	736 (67.1)	1097 (12.8)
50 - 54	80 (23.7)	258 (76.3)	338 (3.9)
55 - 64	445 (45.7)	528 (54.3)	973 (11.4)
65 +	152 (28.5)	382 (71.5)	534 (6.2)
SCOLARITE			
AUCUNE	250 (80.1)	62 (19.9)	312 (3.8)
ELEMENTAIRE	1228 (52.0)	1135 (48.0)	2363 (28.5)
DEBUT SECONDAIRE	891 (35.7)	1602 (64.3)	2493 (30.1)
SECONDAIRE COMPLETE	420 (27.9)	1085 (72.1)	1505 (18.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	240 (33.3)	481 (66.7)	721 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	249 (50.8)	241 (49.2)	490 (5.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	101 (25.2)	300 (74.8)	401 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	2220 (44.7)	2752 (55.3)	4972 (60.4)
1 - 19	189 (34.7)	355 (65.3)	544 (6.6)
20 ET PLUS	961 (35.5)	1749 (64.5)	2710 (32.9)
NCN-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	1100 (47.4)	1221 (52.6)	2321 (31.6)
RETRAITE	201 (42.4)	373 (57.6)	474 (6.5)
TIENT MAISON	470 (36.6)	815 (63.4)	1285 (17.5)
NON APPLICABLE	1150 (35.3)	2104 (64.7)	3254 (44.4)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	53 (31.4)	116 (68.6)	169 (2.1)
PROFESSIONNELS	236 (47.0)	266 (53.0)	502 (6.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	68 (19.6)	279 (80.4)	347 (4.3)
EMPLOYES DE VENTES	56 (39.2)	87 (60.8)	143 (1.8)
FERNIERS ET PECHEURS	38 (29.5)	91 (70.5)	129 (1.6)
OUVRIER SPECIALISE	206 (36.7)	356 (63.3)	562 (7.0)
AUTRES	232 (37.8)	381 (62.2)	613 (7.7)
NON-TRAVAILLEURS	2409 (43.7)	3107 (56.3)	5516 (69.1)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	251 (40.7)	365 (59.3)	616 (7.2)
2 PERSONNES	419 (36.5)	728 (63.5)	1147 (13.4)
3 PERSONNES	484 (34.4)	923 (65.6)	1407 (16.4)
4 PERSONNES	789 (41.8)	1099 (58.2)	1888 (22.0)
5 PERSONNES	802 (48.4)	855 (51.6)	1657 (19.3)
6 ET PLUS	738 (39.7)	1121 (60.3)	1859 (21.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	2088 (46.4)	2413 (53.6)	4501 (52.5)
NON	1393 (34.2)	2678 (65.8)	4071 (47.5)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	877 (38.8)	1385 (61.2)	2262 (27.2)
CHEF FEMININ	501 (27.2)	1338 (72.8)	1839 (22.1)
NON-CHEF	1992 (47.1)	2237 (52.9)	4229 (50.8)
QUINTILIF D'ECUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	83 (19.6)	340 (80.4)	423 (4.9)
PETIT CONSUMMATEUR	509 (37.6)	846 (62.4)	1355 (15.8)
CONSUMMATEUR MOYEN	820 (44.2)	1037 (55.8)	1857 (21.7)
GRAND CONSUMMATEUR	1175 (46.3)	1363 (53.7)	2538 (29.6)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	894 (37.2)	1506 (62.7)	2400 (28.0)

TABLEAU 13

ANGLOPHONIQUE-TOTAL : QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	791 (29.8)	1862 (70.2)	2653 (100.0)
SEXE			
HOMME	417 (32.9)	849 (67.1)	1266 (47.7)
FEMME	374 (27.0)	1013 (73.0)	1387 (52.3)
AGE			
2 - 6	28 (43.8)	36 (56.3)	64 (2.4)
7 - 11	36 (34.6)	68 (65.4)	104 (3.9)
12 - 17	92 (19.5)	379 (80.5)	471 (17.8)
18 - 24	25 (10.6)	211 (89.4)	236 (8.9)
25 - 34	145 (35.0)	269 (65.0)	414 (15.6)
35 - 49	157 (40.2)	234 (59.8)	391 (14.7)
50 - 54	69 (30.1)	160 (69.9)	229 (8.6)
55 - 64	119 (33.1)	240 (66.9)	359 (13.5)
65 +	120 (31.3)	264 (68.8)	384 (14.5)
SCOLARITE			
AUCUNE	13 (26.0)	37 (74.0)	50 (1.9)
ELEMENTAIRE	183 (40.5)	269 (59.5)	452 (17.2)
DEBUT SECONDAIRE	173 (22.5)	595 (77.5)	768 (29.2)
SECONDAIRE COMPLETE	238 (31.5)	517 (68.5)	755 (28.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	46 (20.8)	175 (79.2)	221 (8.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	37 (19.6)	152 (80.4)	189 (7.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	84 (44.0)	107 (56.0)	191 (7.3)
HEURES DE TRAVAIL RENUERE			
AUCUNE	577 (32.5)	1198 (67.5)	1775 (70.7)
1 - 19	17 (12.5)	119 (87.5)	136 (5.4)
20 ET PLUS	121 (20.2)	478 (79.8)	599 (23.9)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	152 (25.4)	446 (74.6)	598 (25.2)
RETRAITE	132 (41.8)	184 (58.2)	316 (13.3)
TIENT MAISON	274 (37.8)	451 (62.2)	725 (30.5)
NON APPLICABLE	139 (18.9)	597 (81.1)	736 (31.0)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	51 (53.1)	45 (46.9)	96 (3.9)
PROFESSIONNELS	2 (2.9)	66 (97.1)	68 (2.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	15 (22.7)	51 (77.3)	66 (2.7)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	33 (100.0)	33 (1.3)
FERRIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	13 (100.0)	13 (0.5)
OUVRIER SPECIALISE	14 (7.1)	182 (92.9)	196 (8.0)
AUTRES	0 (0.0)	67 (100.0)	67 (2.7)
NON-TRAVAILLEURS	593 (31.0)	1317 (69.0)	1910 (78.0)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	24 (13.9)	149 (86.1)	173 (6.5)
2 PERSONNES	287 (43.5)	373 (56.5)	660 (24.9)
3 PERSONNES	143 (26.9)	389 (73.1)	532 (20.1)
4 PERSONNES	101 (19.2)	424 (80.8)	525 (19.8)
5 PERSONNES	184 (37.2)	311 (62.8)	495 (18.7)
6 ET PLUS	50 (18.7)	218 (81.3)	268 (10.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	414 (40.8)	601 (59.2)	1015 (38.3)
NON	375 (22.9)	1262 (77.1)	1637 (61.7)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	221 (30.1)	514 (69.9)	735 (28.7)
CHEF FEMININ	284 (32.1)	602 (67.9)	886 (34.6)
NON-CHEF	234 (24.9)	706 (75.1)	940 (36.7)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	44 (30.6)	100 (69.4)	144 (5.4)
PETIT CONSONNATEUR	77 (25.2)	229 (74.8)	306 (11.5)
CONSONNATEUR MOYEN	240 (40.2)	357 (59.8)	597 (22.5)
GRAND CONSONNATEUR	117 (19.6)	481 (80.4)	598 (22.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	312 (31.0)	694 (69.0)	1006 (37.9)

TABLEAU 14

ANGLOPHONE-TOTAL : ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	3868 (24.4)	11954 (75.6)	15822 (100.0)
SEXE			
HOMME	1957 (26.7)	5371 (73.3)	7328 (46.3)
FEMME	1911 (22.5)	6583 (77.5)	8494 (53.7)
AGE			
2 - 6	275 (65.5)	145 (34.5)	420 (2.7)
7 - 11	567 (40.2)	842 (59.8)	1409 (8.9)
12 - 17	304 (12.6)	2117 (87.4)	2421 (15.3)
18 - 24	213 (10.4)	1826 (89.6)	2039 (12.9)
25 - 34	430 (16.4)	2199 (83.6)	2629 (16.6)
35 - 49	594 (27.6)	1561 (72.4)	2155 (13.6)
50 - 54	252 (24.6)	772 (75.4)	1024 (6.5)
55 - 64	595 (33.5)	1180 (66.5)	1775 (11.2)
65 +	637 (32.7)	1310 (67.3)	1947 (12.3)
SCOLARITE			
AUCUNE	192 (73.6)	69 (26.4)	261 (1.7)
ELEMENTAIRE	1294 (34.0)	2513 (66.0)	3807 (24.7)
DEBUT SECONDAIRE	1076 (22.0)	3825 (78.0)	4901 (31.7)
SECONDAIRE COMPLETE	724 (20.6)	2784 (79.4)	3508 (22.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	165 (12.3)	1176 (87.7)	1341 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	176 (20.1)	699 (79.9)	875 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	150 (20.1)	598 (79.9)	748 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	2321 (28.2)	5908 (71.8)	8229 (54.6)
1 - 19	193 (15.6)	1041 (84.4)	1234 (8.2)
20 ET PLUS	1071 (19.1)	4531 (80.9)	5602 (37.2)
MCN-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	845 (23.5)	2746 (76.5)	3591 (25.2)
RETRAITE	430 (37.0)	731 (63.0)	1161 (8.2)
TIENT MAISON	617 (23.4)	2023 (76.6)	2640 (18.6)
NON APPLICABLE	1264 (18.5)	5571 (81.5)	6835 (48.0)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	32 (7.3)	404 (92.7)	436 (3.0)
PROFESSIONNELS	162 (19.4)	673 (80.6)	835 (5.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	58 (6.3)	856 (93.7)	914 (6.2)
EMPLOYES DE VENTES	8 (4.8)	160 (95.2)	168 (1.1)
FERMIERS ET PECHEURS	65 (26.0)	185 (74.0)	250 (1.7)
OUVRIER SPECIALISE	263 (22.3)	919 (77.7)	1182 (8.0)
AUTRES	401 (26.8)	1097 (73.2)	1498 (10.2)
NON-TRAVAILLEURS	2514 (26.6)	6948 (73.4)	9462 (64.2)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	595 (35.5)	1082 (64.5)	1677 (10.6)
2 PERSONNES	939 (25.4)	2761 (74.6)	3700 (23.4)
3 PERSONNES	538 (20.5)	2084 (79.5)	2622 (16.6)
4 PERSONNES	946 (24.2)	2957 (75.8)	3903 (24.7)
5 PERSONNES	471 (21.7)	1695 (70.3)	2166 (13.7)
6 ET PLUS	379 (21.6)	1377 (78.4)	1756 (11.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	1668 (27.1)	4486 (72.9)	6154 (38.9)
NON	2200 (22.8)	7469 (77.2)	9669 (61.1)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1366 (29.5)	3267 (70.5)	4633 (30.2)
CHEF FEMININ	1002 (22.1)	3527 (77.9)	4529 (29.5)
NON-CHEF	1370 (22.2)	4795 (77.8)	6165 (40.2)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSOUMATEUR MINIMUM	418 (29.0)	1024 (71.0)	1442 (9.1)
PETIT CONSOUMATEUR	444 (18.1)	2010 (81.9)	2454 (15.5)
CONSOUMATEUR MOYEN	668 (19.7)	2716 (80.3)	3384 (21.4)
GRAND CONSOUMATEUR	1208 (28.6)	3017 (71.4)	4225 (26.7)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	1130 (26.2)	3188 (73.8)	4318 (27.3)

TABLEAU 15

ANGLOPHONE-TOTAL : OUEST

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	5924 (35.3)	10870 (64.7)	16794 (100.0)
SEXE			
HOMME	2919 (37.4)	4881 (62.6)	7800 (46.4)
FEMME	3005 (33.4)	5989 (66.6)	8994 (53.6)
AGE			
2 - 6	799 (83.5)	158 (16.5)	957 (5.7)
7 - 11	776 (48.9)	811 (51.1)	1587 (9.4)
12 - 17	728 (22.7)	2485 (77.3)	3213 (19.1)
18 - 24	447 (22.8)	1515 (77.2)	1962 (11.7)
25 - 34	756 (32.0)	1604 (68.0)	2360 (14.1)
35 - 49	690 (30.8)	1547 (69.2)	2237 (13.3)
50 - 54	156 (22.2)	546 (77.8)	702 (4.2)
55 - 64	872 (41.3)	1241 (58.7)	2113 (12.6)
65 +	699 (42.0)	964 (58.0)	1663 (9.9)
SCOLARITE			
AUCUNE	608 (84.8)	109 (15.2)	717 (4.4)
ELEMENTAIRE	1796 (45.9)	2119 (54.1)	3915 (23.8)
DEBUT SECONAIRE	1368 (27.4)	3629 (72.6)	4997 (30.4)
SECONDAIRE COMPLETE	962 (27.3)	2564 (72.7)	3526 (21.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	444 (32.5)	922 (67.5)	1366 (8.3)
DEBUT UNIVERSITAIRE	340 (34.0)	660 (66.0)	1000 (6.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	325 (36.3)	570 (63.7)	895 (5.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	3408 (38.1)	5529 (61.9)	8937 (55.6)
1 - 19	559 (28.8)	1383 (71.2)	1942 (12.1)
20 ET PLUS	1666 (32.1)	3516 (67.9)	5182 (32.3)
MCN-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	1326 (34.0)	2576 (66.0)	3902 (27.2)
RETRAITE	423 (37.2)	715 (62.8)	1138 (7.9)
TIENT MAISON	646 (29.7)	1532 (70.3)	2178 (15.2)
NON APPLICABLE	2226 (31.2)	4899 (68.8)	7125 (49.7)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	143 (34.3)	274 (65.7)	417 (2.7)
PROFESSIONNELS	210 (30.1)	488 (69.9)	698 (4.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	302 (38.4)	485 (61.6)	787 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	83 (31.9)	177 (68.1)	260 (1.7)
FERNIERS ET PECHEURS	105 (22.8)	356 (77.2)	461 (3.0)
OUVRIER SPECIALISE	428 (42.1)	588 (57.9)	1016 (6.5)
AUTRES	290 (27.1)	781 (72.9)	1071 (6.9)
NON-TRAVAILLEURS	3967 (36.5)	6912 (63.5)	10879 (69.8)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	656 (39.5)	1004 (60.5)	1660 (9.9)
2 PERSONNES	1288 (36.2)	2268 (63.8)	3556 (21.2)
3 PERSONNES	632 (27.1)	1702 (72.9)	2334 (13.9)
4 PERSONNES	1630 (38.3)	2626 (61.7)	4256 (25.3)
5 PERSONNES	966 (32.8)	1980 (67.2)	2946 (17.5)
6 ET PLUS	753 (36.9)	1290 (63.1)	2043 (12.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	3060 (41.0)	4409 (59.0)	7469 (44.5)
NON	2864 (30.7)	6459 (69.3)	9323 (55.5)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1638 (36.9)	2800 (63.1)	4438 (27.0)
CHEF FEMININ	1343 (32.1)	2846 (67.9)	4189 (25.5)
NON-CHEF	2860 (36.5)	4972 (63.5)	7832 (47.6)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	607 (38.3)	976 (61.7)	1583 (9.4)
PETIT CONSONNATEUR	852 (32.4)	1780 (67.6)	2632 (15.7)
CONSONNATEUR MOYEN	1167 (34.4)	2222 (65.6)	3389 (20.2)
GRAND CONSONNATEUR	1549 (35.1)	2868 (64.9)	4417 (26.3)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1750 (36.6)	3025 (63.4)	4775 (28.4)

TABLEAU 16

FRANCOPHONE-UNILINGUE: CANADA

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	16328 (53.5)	14194 (46.5)	30522 (100.0)
SEXE			
HOMME	5656 (49.5)	5778 (50.5)	11434 (37.5)
FEMME	10672 (55.9)	8416 (44.1)	19088 (62.5)
AGE			
2 - 6	623 (32.0)	1323 (68.0)	1946 (6.4)
7 - 11	1631 (39.8)	2470 (60.2)	4101 (13.4)
12 - 17	2162 (44.8)	2666 (55.2)	4828 (15.8)
18 - 24	2047 (55.9)	1616 (44.1)	3663 (12.0)
25 - 34	3017 (57.7)	2213 (42.3)	5230 (17.1)
35 - 49	2594 (59.2)	1790 (40.8)	4384 (14.4)
50 - 54	1335 (61.0)	852 (39.0)	2187 (7.2)
55 - 64	1744 (67.9)	823 (32.1)	2567 (8.4)
65 +	1176 (72.8)	439 (27.2)	1615 (5.3)
SCOLARITE			
AUCUNE	527 (31.8)	1129 (68.2)	1656 (5.5)
ELEMENTAIRE	5306 (52.8)	4736 (47.2)	10042 (33.4)
DEBUT SECONCAIRE	5188 (53.5)	4515 (46.5)	9703 (32.3)
SECONDAIRE COMPLETE	3233 (60.0)	2155 (40.0)	5388 (17.9)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1317 (56.4)	1017 (43.6)	2334 (7.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	275 (56.2)	214 (43.8)	489 (1.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	253 (55.0)	200 (44.2)	453 (1.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	10245 (51.7)	9586 (48.3)	19831 (67.3)
1 - 19	723 (57.8)	527 (42.2)	1250 (4.2)
20 ET PLUS	4765 (56.9)	3608 (43.1)	8373 (28.4)
NCN-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	3632 (40.2)	5396 (59.8)	9028 (33.6)
RETRAITE	936 (70.9)	344 (29.1)	1320 (4.9)
TIENT MAISON	4331 (62.8)	2563 (37.2)	6894 (25.7)
NON APPLICABLE	5488 (57.0)	4135 (43.0)	9623 (35.8)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	336 (65.8)	175 (34.2)	511 (1.8)
PROFESSIONNELS	603 (55.2)	489 (44.8)	1092 (3.9)
EMPLOYES DE BUREAUX	705 (56.0)	618 (44.0)	1403 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	266 (54.5)	222 (45.5)	488 (1.7)
FERMIERS ET PECHEURS	226 (68.5)	104 (31.5)	330 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	587 (53.8)	504 (46.2)	1091 (3.9)
AUTRES	1284 (57.2)	962 (42.8)	2246 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	10968 (52.0)	10113 (48.0)	21081 (74.6)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1365 (58.1)	986 (41.9)	2351 (7.7)
2 PERSONNES	2731 (61.8)	1691 (38.2)	4422 (14.5)
3 PERSONNES	3119 (59.6)	2116 (40.4)	5235 (17.2)
4 PERSONNES	3728 (50.5)	3649 (49.5)	7377 (24.2)
5 PERSONNES	2856 (50.2)	2828 (49.8)	5684 (18.6)
6 ET PLUS	2520 (46.4)	2923 (53.6)	5451 (17.9)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	7713 (48.6)	8143 (51.4)	15856 (52.0)
NON	8615 (58.7)	6049 (41.3)	14664 (48.0)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	3035 (59.2)	2093 (40.8)	5128 (17.4)
CHEF FEMININ	6743 (63.7)	3849 (36.3)	10592 (35.9)
NON-CHEF	5964 (43.3)	7811 (56.7)	13775 (46.7)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	1069 (58.2)	767 (41.8)	1836 (6.0)
PETIT CONSONNATEUR	2392 (54.9)	1967 (45.1)	4359 (14.3)
CONSONNATEUR MOYEN	3121 (49.6)	3168 (50.4)	6289 (20.6)
GRAND CONSONNATEUR	4065 (52.0)	3758 (48.0)	7823 (25.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	5681 (55.6)	4535 (44.4)	10216 (33.5)

TABLEAU 17

FRANCOPHONE-UNILINGUE: ATLANTIQUE

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	343 (55.4)	276 (44.6)	619 (100.0)
SEXE			
HOMME	171 (50.1)	170 (49.9)	341 (55.1)
FEMME	172 (61.9)	106 (38.1)	278 (44.9)
AGE			
2 - 6	37 (57.8)	27 (42.2)	64 (10.3)
7 - 11	42 (44.2)	53 (55.8)	95 (15.3)
12 - 17	89 (55.6)	71 (44.4)	160 (25.8)
18 - 24	37 (35.9)	66 (64.1)	103 (16.6)
25 - 34	28 (80.0)	7 (20.0)	35 (5.7)
35 - 49	34 (66.7)	17 (33.3)	51 (8.2)
50 - 54	2 (33.3)	4 (66.7)	6 (1.0)
55 - 64	31 (73.8)	11 (26.2)	42 (6.8)
65 +	44 (69.8)	19 (30.2)	63 (10.2)
SCOLARITE			
AUCUNE	16 (32.0)	34 (68.0)	50 (8.1)
ELEMENTAIRE	188 (62.0)	115 (38.0)	303 (48.9)
DEBUT SECONDAIRE	108 (58.4)	77 (41.6)	185 (29.9)
SECONDAIRE COMPLETE	17 (33.3)	34 (66.7)	51 (8.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (1.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	11 (61.1)	7 (38.9)	18 (2.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	273 (55.4)	220 (44.6)	493 (82.3)
1 - 19	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (0.3)
20 ET PLUS	54 (51.9)	50 (48.1)	104 (17.4)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	156 (52.0)	144 (48.0)	300 (55.2)
RETRAITÉ	40 (74.1)	14 (25.9)	54 (9.9)
TIENI MAISON	58 (70.7)	24 (29.3)	82 (15.1)
NON APPLICABLE	57 (53.3)	50 (46.7)	107 (19.7)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (0.5)
EMPLOYES LE VENTES	2 (22.2)	7 (77.8)	9 (1.5)
PÊCHERS ET PÊCHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	4 (100.0)	0 (0.0)	4 (0.7)
AUTRES	34 (45.9)	40 (54.1)	74 (12.6)
NON-TRAVAILLEURS	276 (55.6)	220 (44.4)	496 (84.6)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	39 (60.9)	25 (39.1)	64 (10.4)
2 PERSONNES	43 (78.2)	12 (21.8)	55 (8.9)
3 PERSONNES	29 (50.9)	28 (49.1)	57 (9.2)
4 PERSONNES	56 (59.6)	38 (40.4)	94 (15.2)
5 PERSONNES	93 (80.9)	22 (19.1)	115 (18.6)
6 ET PLUS	83 (35.6)	150 (64.4)	233 (37.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	189 (53.4)	165 (46.6)	354 (57.2)
NON	154 (58.1)	111 (41.9)	265 (42.8)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	42 (59.2)	29 (40.8)	71 (11.8)
CHEF FEMININ	86 (78.2)	24 (21.8)	110 (18.2)
NON-CHEF	206 (48.7)	217 (51.3)	423 (70.0)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	28 (44.4)	35 (55.6)	63 (10.2)
PETIT CONSOMMATEUR	58 (44.3)	73 (55.7)	131 (21.2)
CONSOMMATEUR MOYEN	78 (70.3)	33 (29.7)	111 (17.9)
GRAND CONSOMMATEUR	98 (58.0)	71 (42.0)	169 (27.3)
CONSOMMATEUR MAXIMUM	81 (55.9)	64 (44.1)	145 (23.4)

TABLEAU 18

FRANCOPHONE-UNILINGUE: QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	15723 (53.5)	13652 (46.5)	29375 (100.0)
SEXE			
HOMME	5373 (49.3)	5524 (50.7)	10897 (37.1)
FEMME	10350 (56.0)	8128 (44.0)	18478 (62.9)
AGE			
2 - 6	563 (31.0)	1254 (69.0)	1817 (6.2)
7 - 11	1526 (39.0)	2390 (61.0)	3916 (13.3)
12 - 17	2067 (44.4)	2585 (55.6)	4652 (15.8)
18 - 24	2002 (57.0)	1513 (43.0)	3515 (12.0)
25 - 34	2960 (58.0)	2146 (42.0)	5106 (17.4)
35 - 49	2543 (59.1)	1759 (40.9)	4302 (14.6)
50 - 54	1311 (61.8)	810 (38.2)	2121 (7.2)
55 - 64	1657 (68.0)	778 (32.0)	2435 (8.3)
65 +	1093 (72.5)	415 (27.5)	1508 (5.1)
SCOLARITE			
AUCUNE	494 (31.9)	1056 (68.1)	1550 (5.4)
ELEMENTAIRE	4940 (52.3)	4503 (47.7)	9443 (32.6)
DEBUT SECONDAIRE	5059 (53.4)	4412 (46.6)	9471 (32.7)
SECONDAIRE COMPLETE	3196 (60.3)	2106 (39.7)	5302 (18.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1296 (57.4)	961 (42.6)	2257 (7.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	263 (56.7)	201 (43.3)	464 (1.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	251 (56.9)	190 (43.1)	441 (1.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	9765 (51.6)	9164 (48.4)	18929 (66.7)
1 - 19	720 (58.2)	518 (41.8)	1238 (4.4)
20 ET PLUS	4693 (57.3)	3503 (42.7)	8196 (28.9)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	3427 (39.8)	5189 (60.2)	8616 (33.2)
RETRAITE	863 (70.4)	363 (29.6)	1226 (4.7)
TIENT MAISON	4166 (63.0)	2463 (37.0)	6649 (25.6)
NON APPLICABLE	5413 (57.4)	4021 (42.6)	9434 (36.4)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	336 (65.8)	175 (34.2)	511 (1.9)
PROFESSIONNELS	601 (56.7)	459 (43.3)	1060 (3.9)
EMPLOYES DE BUREAUX	785 (56.5)	604 (43.5)	1389 (5.1)
EMPLOYES DE VENTES	251 (54.1)	213 (45.9)	464 (1.7)
FERRIERS ET PECHEURS	226 (68.5)	104 (31.5)	330 (1.2)
OUVRIER SPECIALISE	580 (54.0)	494 (46.0)	1074 (4.0)
AUTRES	1250 (57.6)	922 (42.4)	2172 (8.0)
NON-TRAVAILLEURS	10486 (52.0)	9682 (48.0)	20168 (74.2)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1314 (58.7)	925 (41.3)	2239 (7.6)
2 PERSONNES	2601 (61.6)	1619 (38.4)	4220 (14.4)
3 PERSONNES	3041 (59.5)	2069 (40.5)	5110 (17.4)
4 PERSONNES	3607 (50.3)	3559 (49.7)	7166 (24.4)
5 PERSONNES	2740 (49.9)	2755 (50.1)	5495 (18.7)
6 ET PLUS	2418 (47.0)	2725 (53.0)	5143 (17.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	7390 (48.6)	7811 (51.4)	15201 (51.7)
NON	8333 (58.8)	5840 (41.2)	14173 (48.3)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	2945 (59.2)	2026 (40.8)	4971 (17.5)
CHEF FEMININ	6552 (63.8)	3721 (36.2)	10273 (36.2)
NON-CHEF	5661 (43.1)	7476 (56.9)	13137 (46.3)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSOUMATEUR MINIMUM	1029 (59.7)	694 (40.3)	1723 (5.9)
PETIT CONSOUMATEUR	2249 (54.8)	1855 (45.2)	4104 (14.0)
CONSOUMATEUR MOYEN	3012 (49.4)	3085 (50.6)	6097 (20.8)
GRAND CONSOUMATEUR	3936 (52.1)	3624 (47.9)	7560 (25.7)
CONSOUMATEUR MAXIMUM	5457 (55.6)	4395 (44.4)	9852 (33.7)

TABLEAU 19

FRANCOPHONE-UNILINGUE: ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	197 (45.1)	240 (54.9)	437 (100.0)

SEXE			
HOMME	58 (46.8)	66 (53.2)	124 (28.4)
FEMME	139 (44.4)	174 (55.6)	313 (71.6)

AGE			
2 - 6	17 (28.8)	42 (71.2)	59 (13.6)
7 - 11	29 (51.8)	27 (48.2)	56 (12.9)
12 - 17	4 (30.8)	9 (69.2)	13 (3.0)
18 - 24	8 (17.8)	37 (82.2)	45 (10.3)
25 - 34	29 (36.2)	51 (63.7)	80 (18.4)
35 - 49	12 (46.2)	14 (53.8)	26 (6.0)
50 - 54	22 (36.7)	38 (63.3)	60 (13.8)
55 - 64	38 (70.4)	16 (29.6)	54 (12.4)
65 +	37 (88.1)	5 (11.9)	42 (9.7)

SCOLARITE			
AUCUNE	14 (26.9)	38 (73.1)	52 (12.2)
ELEMENTAIRE	140 (54.3)	118 (45.7)	258 (60.4)
DEBUT SECONDAIRE	15 (35.7)	27 (64.3)	42 (9.8)
SECONDAIRE COMPLETE	11 (73.3)	4 (26.7)	15 (3.5)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	7 (16.7)	35 (83.3)	42 (9.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	0 (0.0)	6 (100.0)	6 (1.4)
UNIVERSITAIRE COMPL.	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (2.8)

HEURES DE TRAVAIL REMUNERE.			
AUCUNE	187 (50.0)	187 (50.0)	374 (86.8)
1 - 19	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
20 ET PLUS	5 (8.8)	52 (91.2)	57 (13.2)

NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	44 (41.1)	63 (58.9)	107 (29.5)
RETRAITE	31 (83.8)	6 (16.2)	37 (10.2)
TIENT MAISON	87 (53.7)	75 (46.3)	162 (44.6)
NON APPLICABLE	5 (8.8)	52 (91.2)	57 (15.7)

OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	2 (6.1)	31 (93.9)	33 (7.7)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	11 (100.0)	11 (2.6)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
FERMIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	3 (23.1)	10 (76.9)	13 (3.0)
AUTRES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON-TRAVAILLEURS	187 (50.0)	187 (50.0)	374 (86.8)

TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	10 (21.7)	36 (78.3)	46 (10.6)
2 PERSONNES	69 (62.2)	42 (37.8)	111 (25.5)
3 PERSONNES	49 (71.0)	20 (29.0)	69 (15.9)
4 PERSONNES	23 (30.7)	52 (69.3)	75 (17.2)
5 PERSONNES	22 (34.4)	42 (65.6)	64 (14.7)
6 ET PLUS	23 (32.9)	47 (67.1)	70 (16.1)

ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	93 (36.8)	160 (63.2)	253 (58.0)
NON	104 (56.8)	79 (43.2)	183 (42.0)

STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	31 (60.8)	20 (39.2)	51 (12.2)
CHEF FEMININ	98 (50.8)	95 (49.2)	193 (46.2)
NON-CHEF	56 (32.2)	118 (67.8)	174 (41.6)

QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	12 (29.3)	29 (70.7)	41 (9.4)
PETIT CONSONNATEUR	49 (56.3)	38 (43.7)	87 (20.0)
CONSONNATEUR MOYEN	24 (33.0)	47 (66.2)	71 (16.3)
GRAND CONSONNATEUR	19 (22.9)	64 (77.1)	83 (19.1)
CONSONNATEUR MAXIMUM	92 (60.1)	61 (39.9)	153 (35.2)

TABLEAU 20

FRANCOPHONE-UNILINGUE: OUEST

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	57 (68.7)	26 (31.3)	83 (100.0)
SEXE			
HOMME	55 (75.3)	18 (24.7)	73 (88.0)
FEMME	2 (20.0)	8 (80.0)	10 (12.0)
AGE			
2 - 6	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
7 - 11	34 (100.0)	0 (0.0)	34 (41.0)
12 - 17	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
18 - 24	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
25 - 34	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
35 - 49	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
50 - 54	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
55 - 64	18 (50.0)	18 (50.0)	36 (43.4)
65 +	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (2.4)
SCOLARITE			
AUCUNE	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
ELEMENTAIRE	36 (100.0)	0 (0.0)	36 (43.4)
DEBUT SECONDAIRE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
SECONDAIRE COMPLETE	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (22.9)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	10 (40.0)	15 (60.0)	25 (30.1)
DEBUT UNIVERSITAIRE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	15 (50.0)	15 (50.0)	30 (61.2)
1 - 19	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (16.3)
20 ET PLUS	8 (72.7)	3 (27.3)	11 (22.4)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
RETRAITÉ	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (9.5)
TIENT MAISON	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON APPLICABLE	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (90.5)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
EMPLOYES DE VENTES	8 (72.7)	3 (27.3)	11 (22.4)
FERRIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
AUTRES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
NON-TRAVAILLEURS	15 (39.5)	23 (60.5)	38 (77.6)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (2.4)
2 PERSONNES	18 (50.0)	18 (50.0)	36 (43.4)
3 PERSONNES	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
4 PERSONNES	37 (100.0)	0 (0.0)	37 (44.6)
5 PERSONNES	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
6 ET PLUS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	37 (82.2)	8 (17.8)	45 (54.2)
NON	20 (52.6)	18 (47.4)	38 (45.8)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	18 (50.0)	18 (50.0)	36 (43.4)
CHEF FEMININ	2 (20.0)	8 (80.0)	10 (12.0)
NON-CHEF	37 (100.0)	0 (0.0)	37 (44.6)
QUANTITE D'ECOUTE			
CONSCOMMATEUR MINIMUM	0 (0.0)	8 (100.0)	8 (9.6)
PETIT CONSOMMATEUR	36 (100.0)	0 (0.0)	36 (43.4)
CONSOMMATEUR MOYEN	8 (72.7)	3 (27.3)	11 (13.3)
GRAND CONSOMMATEUR	3 (100.0)	0 (0.0)	3 (3.6)
CONSCOMMATEUR MAXIMUM	10 (40.0)	15 (60.0)	25 (30.1)

TABLEAU 21

FRANCOPHONE-BILINGUE : CANADA

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	6943 (48.9)	7248 (51.1)	14191 (100.0)
SEXE			
HOMME	3094 (44.3)	3891 (55.7)	6985 (49.2)
FEMME	3849 (53.4)	3357 (46.6)	7206 (50.8)
AGE			
2 - 6	23 (32.9)	47 (67.1)	70 (0.5)
7 - 11	112 (30.5)	255 (69.5)	367 (2.6)
12 - 17	528 (32.4)	1104 (67.6)	1632 (11.5)
18 - 24	896 (42.1)	1220 (57.9)	2106 (14.8)
25 - 34	1776 (53.5)	1541 (46.5)	3317 (23.4)
35 - 49	1482 (48.5)	1573 (51.5)	3055 (21.5)
50 - 54	477 (53.2)	420 (46.8)	897 (6.3)
55 - 64	858 (55.4)	690 (44.6)	1548 (10.9)
65 +	802 (66.8)	398 (33.2)	1200 (8.5)
SCOLARITE			
AUCUNE	23 (63.9)	13 (36.1)	36 (0.3)
ELEMENTAIRE	1018 (51.0)	978 (49.0)	1996 (14.3)
DEBUT SECONDAIRE	1704 (45.4)	2049 (54.6)	3753 (26.9)
SECONDAIRE COMPLETE	1909 (48.3)	2045 (51.7)	3954 (28.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1233 (53.0)	1093 (47.0)	2326 (16.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	507 (54.5)	423 (45.5)	930 (6.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	423 (44.2)	535 (55.8)	958 (6.9)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	3143 (50.6)	3071 (49.4)	6214 (44.8)
1 - 19	439 (44.2)	555 (55.8)	994 (7.2)
20 ET PLUS	3250 (48.8)	3415 (51.2)	6665 (48.0)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	724 (34.5)	1377 (65.5)	2101 (15.8)
RETRAITE	701 (59.0)	487 (41.0)	1188 (9.0)
TIENT MAISON	1290 (55.7)	1328 (44.3)	2318 (17.5)
NON APPLICABLE	3689 (48.2)	3971 (51.8)	7660 (57.7)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	312 (49.8)	314 (50.2)	626 (4.8)
PROFESSIONNELS	629 (53.4)	550 (46.6)	1179 (9.1)
EMPLOYES DE BUREAU	793 (51.8)	737 (48.2)	1530 (11.8)
EMPLOYES DE VENTES	168 (53.3)	147 (46.7)	315 (2.4)
FERMERS ET PECHEURS	32 (27.4)	85 (72.6)	117 (0.9)
OUVRIER SPECIALISE	400 (43.9)	511 (56.1)	911 (7.0)
AUTRES	537 (47.9)	585 (52.1)	1122 (8.6)
NON-TRAVAILLEURS	3582 (49.7)	3626 (50.3)	7208 (55.4)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	683 (58.5)	484 (41.5)	1167 (8.2)
2 PERSONNES	1621 (54.5)	1355 (45.5)	2976 (21.0)
3 PERSONNES	1635 (56.6)	1253 (43.4)	2888 (20.3)
4 PERSONNES	1579 (44.7)	1952 (55.3)	3531 (24.9)
5 PERSONNES	833 (40.6)	1221 (59.4)	2054 (14.5)
6 ET PLUS	594 (37.7)	983 (62.3)	1577 (11.1)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	2481 (47.0)	2797 (53.0)	5278 (37.2)
NON	4463 (50.1)	4450 (49.9)	8913 (62.8)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	2479 (48.2)	2661 (51.8)	5140 (37.1)
CHEF FEMININ	2683 (60.0)	1792 (40.0)	4475 (32.3)
NON-CHEF	1645 (38.7)	2610 (61.3)	4255 (30.7)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	659 (53.9)	563 (46.1)	1222 (8.6)
PETIT CONSONNATEUR	1111 (50.2)	1103 (49.8)	2214 (15.6)
CONSONNATEUR MOYEN	1303 (49.3)	1339 (50.7)	2642 (18.6)
GRAND CONSONNATEUR	1667 (50.8)	1612 (49.2)	3279 (23.1)
CONSONNATEUR MAXIMUM	2203 (45.6)	2631 (54.4)	4834 (34.1)

TABLEAU 22

FRANCOPHONE-BILINGUE : ATLANTIQUE

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	731 (51.8)	681 (48.2)	1412 (100.0)
SEXE			
HOMME	407 (58.4)	290 (41.6)	697 (49.4)
FEMME	324 (45.3)	391 (54.7)	715 (50.6)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	67 (57.8)	49 (42.2)	116 (8.2)
12 - 17	86 (43.7)	111 (56.3)	197 (13.9)
18 - 24	54 (27.6)	142 (72.4)	196 (13.9)
25 - 34	165 (48.0)	179 (52.0)	344 (24.3)
35 - 49	100 (60.2)	66 (39.8)	166 (11.7)
50 - 54	27 (40.9)	39 (59.1)	66 (4.7)
55 - 64	67 (47.9)	73 (52.1)	140 (9.9)
65 +	166 (87.4)	24 (12.6)	190 (13.4)
SCOLARITE			
AUCUNE	5 (100.0)	0 (0.0)	5 (0.4)
ELEMENTAIRE	338 (64.5)	186 (35.5)	524 (37.8)
DEBUT SECONDAIRE	154 (44.0)	196 (56.0)	350 (25.2)
SECONDAIRE COMPLETE	82 (36.6)	142 (63.4)	224 (16.1)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	54 (43.9)	69 (56.1)	123 (8.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	52 (74.3)	18 (25.7)	70 (5.0)
UNIVERSITAIRE COMPL.	36 (39.6)	55 (60.4)	91 (6.6)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	445 (58.2)	320 (41.8)	765 (55.0)
1 - 19	31 (36.5)	54 (63.5)	85 (6.1)
20 ET PLUS	253 (46.7)	289 (53.3)	542 (38.9)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	142 (48.5)	151 (51.5)	293 (21.9)
RETRAITE	182 (78.8)	49 (21.2)	231 (17.3)
TIENT MAISON	82 (44.1)	104 (55.9)	186 (13.9)
NON APPLICABLE	283 (45.3)	342 (54.7)	625 (46.8)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	64 (80.0)	16 (20.0)	80 (6.2)
PROFESSIONNELS	28 (56.0)	22 (44.0)	50 (3.9)
EMPLOYES DE BUREAU	53 (49.5)	54 (50.5)	107 (8.3)
EMPLOYES DE VENTES	6 (42.9)	8 (57.1)	14 (1.1)
FERRIERS ET PECHEURS	2 (8.7)	21 (91.3)	23 (1.8)
OUVRIER SPECIAISE	12 (24.5)	37 (75.5)	49 (3.8)
AUTRES	63 (52.5)	57 (47.5)	120 (9.3)
NON-TRAVAILLEURS	476 (56.0)	374 (44.0)	850 (65.7)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	57 (50.0)	57 (50.0)	114 (8.1)
2 PERSONNES	92 (44.2)	116 (55.8)	208 (14.7)
3 PERSONNES	228 (67.5)	110 (32.5)	338 (23.9)
4 PERSONNES	55 (46.6)	109 (53.4)	204 (14.4)
5 PERSONNES	99 (41.4)	140 (58.6)	239 (16.9)
6 ET PLUS	163 (52.2)	149 (47.8)	312 (22.0)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	306 (48.1)	330 (51.9)	636 (45.1)
NON	423 (54.7)	350 (45.3)	773 (54.9)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	328 (63.7)	187 (36.3)	515 (37.9)
CHEF FEMININ	157 (45.5)	188 (54.5)	345 (25.4)
NON-CHEF	222 (44.5)	277 (55.5)	499 (36.7)
QUINTILIE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	95 (68.3)	44 (31.7)	139 (9.8)
PETIT CONSUMMATEUR	52 (36.6)	90 (63.4)	142 (10.0)
CONSUMMATEUR MOYEN	150 (48.9)	157 (51.1)	307 (21.7)
GRAND CONSUMMATEUR	125 (40.2)	186 (59.8)	311 (22.0)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	310 (60.2)	205 (39.8)	515 (36.4)

TABLEAU 23

FRANCOPHONE-BILINGUE : QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	5453 (50.5)	5337 (49.5)	10790 (100.0)
SEXE			
HOMME	2386 (44.2)	3010 (55.8)	5404 (50.1)
FEMME	3067 (56.9)	2319 (43.1)	5386 (49.9)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	37 (100.0)	37 (0.3)
7 - 11	8 (5.5)	138 (94.5)	146 (1.4)
12 - 17	365 (32.0)	775 (68.0)	1140 (10.6)
18 - 24	756 (44.4)	948 (55.6)	1704 (15.8)
25 - 34	1403 (56.2)	1092 (43.8)	2495 (23.1)
35 - 49	1210 (49.2)	1251 (50.8)	2461 (22.8)
50 - 54	413 (60.5)	270 (39.5)	683 (6.3)
55 - 64	733 (59.6)	496 (40.4)	1229 (11.4)
65 +	567 (63.2)	330 (36.8)	897 (8.3)
SCOLARITE			
AUCUNE	12 (57.1)	9 (42.9)	21 (0.2)
ELEMENTAIRE	477 (50.0)	477 (50.0)	954 (8.9)
DEBUT SECONIAIRE	1367 (48.1)	1477 (51.9)	2844 (26.6)
SECONDAIRE COMPLETE	1649 (49.6)	1675 (50.4)	3324 (31.1)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	1085 (55.2)	880 (44.8)	1965 (18.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	438 (53.7)	377 (46.3)	815 (7.6)
UNIVERSITAIRE COMPL.	344 (45.3)	415 (54.7)	759 (7.1)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	2331 (51.1)	2229 (48.9)	4560 (42.9)
1 - 19	377 (49.7)	382 (50.3)	759 (7.1)
20 ET PLUS	2664 (50.2)	2639 (49.8)	5303 (49.9)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	448 (30.9)	1001 (69.1)	1449 (14.2)
RETRAITE	481 (55.8)	381 (44.2)	862 (8.5)
TIENT MAISON	1086 (60.3)	714 (39.7)	1800 (17.7)
NON APPLICABLE	3041 (50.2)	3021 (49.8)	6062 (59.6)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	232 (47.5)	256 (52.5)	488 (4.9)
PROFESSIONNELS	562 (55.3)	455 (44.7)	1017 (10.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	629 (49.8)	634 (50.2)	1263 (12.7)
EMPLOYES DE VENTES	162 (60.0)	108 (40.0)	270 (2.7)
PERMIERS ET PECHEURS	26 (41.9)	36 (58.1)	62 (0.6)
OUVRIER SPECIALISE	355 (49.4)	364 (50.6)	719 (7.3)
AUTRES	359 (46.4)	414 (53.6)	773 (7.8)
NON-TRAVAILLEURS	2708 (50.9)	2611 (49.1)	5319 (53.7)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	576 (59.6)	391 (40.4)	967 (9.0)
2 PERSONNES	1408 (59.7)	949 (40.3)	2357 (21.8)
3 PERSONNES	1279 (56.4)	988 (43.6)	2267 (21.0)
4 PERSONNES	1259 (44.6)	1561 (55.4)	2820 (26.1)
5 PERSONNES	594 (41.0)	856 (59.0)	1450 (13.4)
6 ET PLUS	340 (36.4)	593 (63.6)	933 (8.6)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	1754 (48.4)	1870 (51.6)	3624 (33.6)
NON	3701 (51.6)	3467 (48.4)	7168 (66.4)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1893 (47.7)	2077 (52.3)	3970 (37.6)
CHEF FEMININ	2202 (65.0)	1184 (35.0)	3386 (32.1)
NON-CHEF	1249 (39.0)	1954 (61.0)	3203 (30.3)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	419 (47.2)	468 (52.8)	887 (8.2)
PETIT CONSONNATEUR	963 (52.9)	859 (47.1)	1822 (16.9)
CONSONNATEUR MOYEN	1087 (52.0)	1002 (48.0)	2089 (19.4)
GRAND CONSONNATEUR	1292 (55.4)	1041 (44.6)	2333 (21.6)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1654 (46.3)	1968 (53.7)	3662 (33.9)

TABLEAU 24

FRANCOPHONE-BILINGUE : ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	514 (38.2)	832 (61.8)	1346 (100.0)
SEXE			
HOMME	245 (35.5)	445 (64.5)	690 (51.3)
FEMME	269 (41.0)	387 (59.0)	656 (48.7)
AGE			
2 - 6	23 (69.7)	10 (30.3)	33 (2.4)
7 - 11	34 (40.0)	51 (60.0)	85 (6.3)
12 - 17	49 (23.4)	160 (76.6)	209 (15.5)
18 - 24	75 (39.5)	115 (60.5)	190 (14.1)
25 - 34	165 (43.9)	211 (56.1)	376 (27.9)
35 - 49	67 (31.8)	144 (68.2)	211 (15.7)
50 - 54	28 (30.1)	65 (69.9)	93 (6.9)
55 - 64	36 (37.9)	59 (62.1)	95 (7.1)
65 +	38 (69.1)	17 (30.9)	55 (4.1)
SCOLARITE			
AUCUNE	5 (50.0)	5 (50.0)	10 (0.8)
ELEMENTAIRE	100 (33.2)	201 (66.8)	301 (23.4)
DEBUT SECONDAIRE	92 (25.8)	264 (74.2)	356 (27.7)
SECONDAIRE COMPLETE	147 (43.9)	188 (56.1)	335 (26.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	94 (51.6)	88 (48.4)	182 (14.2)
DEBUT UNIVERSITAIRE	5 (41.7)	7 (58.3)	12 (0.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	35 (38.9)	55 (61.1)	90 (7.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	214 (37.7)	353 (62.3)	567 (44.1)
1 - 19	19 (21.8)	68 (78.2)	87 (6.8)
20 ET PLUS	271 (42.9)	361 (57.1)	632 (49.1)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	105 (39.2)	163 (60.8)	268 (21.5)
RETRAITE	24 (41.4)	34 (58.6)	58 (4.7)
TIENT MAISON	63 (31.3)	138 (68.7)	201 (16.1)
NON APPLICABLE	290 (40.4)	428 (59.6)	718 (57.7)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	13 (25.0)	39 (75.0)	52 (4.2)
PROFESSIONNELS	32 (37.6)	53 (62.4)	85 (6.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	111 (77.1)	33 (22.9)	144 (11.6)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	26 (100.0)	26 (2.1)
FERMISERS ET PECHEURS	1 (20.0)	4 (80.0)	5 (0.4)
OUVRIER SPECIALISE	26 (25.2)	77 (74.8)	103 (8.3)
AUTRES	73 (41.7)	102 (58.3)	175 (14.1)
NON-TRAVAILLEURS	233 (35.6)	421 (64.4)	654 (52.6)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	21 (45.7)	25 (54.3)	46 (3.4)
2 PERSONNES	71 (27.4)	188 (72.6)	259 (19.2)
3 PERSONNES	120 (52.9)	114 (47.1)	242 (17.9)
4 PERSONNES	159 (43.7)	205 (56.3)	364 (27.0)
5 PERSONNES	69 (28.6)	172 (71.4)	241 (17.9)
6 ET PLUS	68 (34.3)	130 (65.7)	198 (14.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	303 (42.3)	414 (57.7)	717 (53.2)
NON	213 (33.8)	410 (66.2)	623 (46.8)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	203 (42.0)	280 (58.0)	483 (36.3)
CHEF FEMININ	167 (39.7)	254 (60.3)	421 (31.6)
NON-CHEF	143 (33.5)	284 (66.5)	427 (32.1)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	82 (72.6)	31 (27.4)	113 (8.4)
PETIT CONSUMMATEUR	87 (37.2)	147 (62.8)	234 (17.4)
CONSUMMATEUR MOYEN	49 (32.5)	102 (67.5)	151 (11.2)
GRAND CONSUMMATEUR	179 (39.1)	279 (60.9)	458 (34.1)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	118 (30.3)	271 (69.7)	389 (28.9)

TABLEAU 25

FRANCOPHONE-BILINGUE : OUEST

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	221 (35.7)	398 (64.3)	619 (100.0)
SEXE			
HOMME	42 (23.3)	138 (76.7)	180 (29.1)
FEMME	179 (40.8)	260 (59.2)	439 (70.9)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	0 (0.0)	18 (100.0)	18 (2.9)
12 - 17	26 (31.0)	58 (69.0)	84 (13.5)
18 - 24	0 (0.0)	16 (100.0)	16 (2.6)
25 - 34	36 (37.9)	59 (62.1)	95 (15.3)
35 - 49	97 (46.6)	111 (53.4)	208 (33.5)
50 - 54	7 (13.0)	47 (37.0)	54 (8.7)
55 - 64	22 (26.5)	61 (73.5)	83 (13.4)
65 +	34 (54.8)	28 (45.2)	62 (10.0)
SCOLARITE			
AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ELEMENTAIRE	88 (43.6)	114 (56.4)	202 (35.9)
DEBUT SECONDAIRE	89 (44.7)	110 (55.3)	199 (35.4)
SECONDAIRE COMPLETE	23 (36.5)	40 (63.5)	63 (11.2)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (9.8)
DEBUT UNIVERSITAIRE	12 (37.5)	20 (62.5)	32 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	11 (100.0)	11 (2.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	152 (47.4)	169 (52.6)	321 (56.7)
1 - 19	13 (20.0)	52 (80.0)	65 (11.5)
20 ET PLUS	53 (29.4)	127 (70.6)	180 (31.8)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	26 (29.2)	63 (70.8)	89 (17.6)
RETRAITE	23 (50.0)	23 (50.0)	46 (9.1)
TIENT MAISON	53 (42.4)	72 (57.6)	125 (24.7)
NON APPLICABLE	66 (26.8)	180 (73.2)	246 (48.6)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (0.4)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	20 (100.0)	20 (3.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	16 (100.0)	16 (2.9)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	4 (100.0)	4 (0.7)
FERRIERS ET PECHEURS	4 (14.8)	23 (85.2)	27 (4.9)
OUVRIER SPECIALISE	7 (17.5)	33 (82.5)	40 (7.3)
AUTRES	43 (78.2)	12 (21.8)	55 (10.0)
NON-TRAVAILLEURS	163 (42.4)	221 (57.6)	384 (70.1)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	16 (57.1)	12 (42.9)	28 (4.5)
2 PERSONNES	52 (33.3)	104 (66.7)	156 (25.2)
3 PERSONNES	10 (19.6)	41 (80.4)	51 (8.2)
4 PERSONNES	61 (44.5)	76 (55.5)	137 (22.1)
5 PERSONNES	66 (55.0)	54 (45.0)	120 (19.4)
6 ET PLUS	17 (13.3)	111 (86.7)	128 (20.6)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	105 (36.5)	183 (63.5)	288 (46.5)
NON	116 (35.0)	215 (65.0)	331 (53.5)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	42 (26.4)	117 (73.6)	159 (26.5)
CHEF FEMININ	153 (47.8)	167 (52.2)	320 (53.2)
NON-CHEF	26 (21.3)	96 (78.7)	122 (20.3)
QUINTILE D'ECCLTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	59 (75.6)	19 (24.4)	78 (12.6)
PETIT CONSONNATEUR	8 (50.0)	8 (50.0)	16 (2.6)
CONSONNATEUR MOYEN	4 (4.8)	79 (95.2)	83 (13.4)
GRAND CONSONNATEUR	58 (35.4)	106 (64.6)	164 (26.5)
CONSONNATEUR MAXIMUM	92 (33.0)	187 (67.0)	279 (45.0)

TABLEAU 26

ANGLOPHONE-UNILINGUE : CANADA

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	13195 (32.6)	27338 (67.4)	40533 (100.0)
SEXE			
HOMME	6883 (35.8)	12361 (64.2)	19244 (47.5)
FEMME	6312 (29.6)	14977 (70.4)	21289 (52.5)
AGE			
2 - 6	1449 (79.0)	386 (21.0)	1835 (4.5)
7 - 11	2008 (50.5)	1970 (49.5)	3978 (9.8)
12 - 17	1439 (21.9)	5138 (78.1)	6577 (16.2)
18 - 24	812 (17.3)	3889 (82.7)	4701 (11.6)
25 - 34	1752 (27.2)	4689 (72.8)	6441 (15.9)
35 - 49	1666 (30.5)	3791 (69.5)	5457 (13.5)
50 - 54	483 (23.1)	1612 (76.9)	2095 (5.2)
55 - 64	2004 (39.6)	3053 (60.4)	5057 (12.5)
65 +	1582 (36.0)	2811 (64.0)	4393 (10.8)
SCOLARITE			
AUCUNE	1051 (79.9)	264 (20.1)	1315 (3.3)
ELEMENTAIRE	4291 (43.1)	5674 (56.9)	9965 (25.2)
DEBUT SECONDAIRE	3269 (27.4)	8662 (72.6)	11931 (30.2)
SECONDAIRE COMPLETE	2197 (25.5)	6429 (74.5)	8626 (21.8)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	840 (24.5)	2592 (75.5)	3432 (8.7)
DEBUT UNIVERSITAIRE	718 (31.9)	1530 (68.1)	2248 (5.7)
UNIVERSITAIRE COMPL.	542 (27.6)	1422 (72.4)	1964 (5.0)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	8012 (36.3)	14068 (63.7)	22080 (57.0)
1 - 19	901 (25.6)	2613 (74.4)	3514 (9.1)
20 ET PLUS	3633 (27.6)	9539 (72.4)	13172 (34.0)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	3140 (33.8)	6140 (66.2)	9280 (26.3)
RETRAITE	1177 (39.3)	1816 (60.7)	2993 (8.5)
TIENT MAISON	1851 (29.0)	4530 (71.0)	6381 (18.1)
NON APPLICABLE	4533 (27.2)	12153 (72.8)	16686 (47.2)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	225 (23.7)	725 (76.3)	950 (2.5)
PROFESSIONNELS	608 (30.4)	1389 (69.6)	1997 (5.3)
EMPLOYES DE BUREAUX	428 (21.2)	1588 (78.8)	2016 (5.3)
EMPLOYES DE VENTES	146 (25.7)	422 (74.3)	568 (1.5)
FERRIERS ET PECHEURS	208 (24.4)	644 (75.6)	852 (2.3)
OUVRIER SPECIALISE	840 (31.2)	1856 (68.8)	2696 (7.1)
AUTRES	916 (29.5)	2189 (70.5)	3105 (8.2)
NON-TRAVAILLEURS	8912 (34.8)	16682 (65.2)	25594 (67.7)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	1473 (37.0)	2505 (63.0)	3978 (9.8)
2 PERSONNES	2852 (33.0)	5790 (67.0)	8642 (21.3)
3 PERSONNES	1644 (26.1)	4657 (73.9)	6301 (15.5)
4 PERSONNES	3253 (33.4)	6485 (66.6)	9738 (24.0)
5 PERSONNES	2205 (34.0)	4286 (66.0)	6491 (16.0)
6 ET PLUS	1769 (32.9)	3615 (67.1)	5384 (13.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	6714 (37.9)	11017 (62.1)	17731 (43.7)
NON	6480 (28.4)	16321 (71.6)	22801 (56.3)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	3851 (34.2)	7398 (65.8)	11249 (28.5)
CHEF FEMININ	2980 (27.4)	7891 (72.6)	10871 (27.6)
NON-CHEF	5992 (34.6)	11301 (65.4)	17293 (43.9)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	1027 (32.5)	2133 (67.5)	3160 (7.8)
PETIT CONSUMMATEUR	1780 (28.8)	4411 (71.2)	6191 (15.3)
CONSUMMATEUR MOYEN	2688 (31.6)	5826 (68.4)	8514 (21.0)
GRAND CONSUMMATEUR	3823 (34.9)	7130 (65.1)	10953 (27.0)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	3877 (33.1)	7837 (66.9)	11714 (28.9)

TABLEAU 27

ANGLOPHONE-UNILINGUE : ATLANTIQUE

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	3239 (40.3)	4802 (59.7)	8041 (100.0)
SEXE			
HOMME	1897 (45.3)	2288 (54.7)	4185 (52.0)
FEMME	1342 (34.8)	2514 (65.2)	3856 (48.0)
AGE			
2 - 6	374 (87.6)	53 (12.4)	427 (5.3)
7 - 11	647 (62.8)	383 (37.2)	1030 (12.8)
12 - 17	437 (31.8)	936 (68.2)	1373 (17.1)
18 - 24	187 (22.1)	661 (77.9)	848 (10.5)
25 - 34	573 (38.8)	905 (61.2)	1478 (18.4)
35 - 49	344 (32.6)	712 (67.4)	1056 (13.1)
50 - 54	80 (23.9)	255 (76.1)	335 (4.2)
55 - 64	445 (46.3)	516 (53.7)	961 (12.0)
65 +	152 (28.5)	381 (71.5)	533 (6.6)
SCOLARITE			
AUCUNE	250 (81.7)	56 (18.3)	306 (3.9)
ELEMENTAIRE	1159 (51.3)	1101 (48.7)	2260 (29.1)
DEBUT SECONCAIRE	807 (35.1)	1493 (64.9)	2300 (29.7)
SECONDAIRE COMPLETE	381 (27.3)	1013 (72.7)	1394 (18.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	234 (33.3)	468 (66.7)	702 (9.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	232 (50.7)	226 (49.3)	458 (5.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	74 (22.0)	263 (78.0)	337 (4.3)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	2021 (44.0)	2571 (56.0)	4592 (59.5)
1 - 19	156 (31.6)	338 (68.4)	494 (6.4)
20 ET PLUS	952 (36.3)	1674 (63.7)	2626 (34.1)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	949 (46.6)	1089 (53.4)	2038 (29.7)
RETRAITE	201 (43.0)	266 (57.0)	467 (6.8)
TIENT MAISON	437 (35.5)	793 (64.5)	1230 (17.9)
NON APPLICABLE	1100 (35.5)	2012 (64.5)	3112 (45.5)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	50 (31.8)	107 (68.2)	157 (2.1)
PROFESSIONNELS	236 (48.5)	251 (51.5)	487 (6.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	68 (20.2)	269 (79.8)	337 (4.5)
EMPLOYES DE VENTES	56 (41.2)	80 (58.8)	136 (1.8)
FERRIERS ET PECHEURS	38 (29.5)	91 (70.5)	129 (1.7)
OUVRIER SPECIALISE	206 (37.4)	345 (62.6)	551 (7.4)
AUTRES	226 (38.2)	365 (61.8)	591 (7.9)
NON-TRAVAILLEURS	2177 (42.8)	2909 (57.2)	5086 (68.0)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	230 (39.6)	351 (60.4)	581 (7.2)
2 PERSONNES	405 (36.7)	699 (63.3)	1104 (13.7)
3 PERSONNES	465 (35.3)	854 (64.7)	1319 (16.4)
4 PERSONNES	724 (41.3)	1029 (58.7)	1753 (21.8)
5 PERSONNES	734 (47.8)	802 (52.2)	1536 (19.1)
6 ET PLUS	683 (39.0)	1067 (61.0)	1750 (21.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	2001 (46.6)	2293 (53.4)	4294 (53.4)
NON	1238 (33.0)	2509 (67.0)	3747 (46.6)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	864 (39.3)	1337 (60.7)	2201 (28.2)
CHEF FEMININ	487 (27.2)	1301 (72.8)	1788 (22.9)
NON-CHEF	1777 (46.6)	2036 (53.4)	3813 (48.9)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	74 (19.1)	113 (80.9)	387 (4.8)
PETIT CONSONNATEUR	435 (36.3)	763 (63.7)	1198 (14.9)
CONSONNATEUR MOYEN	767 (44.0)	977 (56.0)	1744 (21.7)
GRAND CONSONNATEUR	1127 (46.7)	1285 (53.3)	2412 (30.0)
CONSONNATEUR MAXIMUM	837 (36.4)	1465 (63.6)	2302 (28.6)

TABLEAU 28

ANGLOPHONE-UNILINGUE : QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	416 (30.5)	946 (69.5)	1362 (100.0)
SEXE			
HOMME	186 (32.9)	380 (67.1)	566 (41.6)
FEMME	230 (28.9)	566 (71.1)	796 (58.4)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	30 (100.0)	30 (2.2)
7 - 11	36 (73.5)	13 (26.5)	49 (3.6)
12 - 17	73 (28.0)	188 (72.0)	261 (19.1)
18 - 24	10 (9.2)	99 (90.8)	109 (8.0)
25 - 34	4 (3.4)	112 (96.6)	116 (8.5)
35 - 49	90 (49.5)	92 (50.5)	182 (13.3)
50 - 54	0 (0.0)	80 (100.0)	80 (5.9)
55 - 64	109 (38.8)	172 (61.2)	281 (20.6)
65 +	95 (37.1)	161 (62.9)	256 (18.8)
SCOLARITE			
AUCUNE	0 (0.0)	30 (100.0)	30 (2.2)
ELEMENTAIRE	123 (53.0)	109 (47.0)	232 (17.3)
DEBUT SECONDAIRE	131 (29.9)	307 (70.1)	438 (32.7)
SECONDAIRE COMPLETE	138 (33.5)	274 (66.5)	412 (30.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	0 (0.0)	92 (100.0)	92 (6.9)
DEBUT UNIVERSITAIRE	9 (12.9)	61 (87.1)	70 (5.2)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	66 (100.0)	66 (4.9)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	412 (37.8)	677 (62.2)	1089 (81.3)
1 - 19	4 (9.5)	38 (90.5)	42 (3.1)
20 ET PLUS	0 (0.0)	209 (100.0)	209 (15.6)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	108 (33.5)	214 (66.5)	322 (25.7)
RETRAITE	122 (52.8)	109 (47.2)	231 (18.4)
TIENT MAISON	182 (40.4)	268 (59.6)	450 (35.9)
NON APPLICABLE	4 (1.6)	247 (98.4)	251 (20.0)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (0.2)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	50 (100.0)	50 (3.8)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	33 (100.0)	33 (2.5)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (0.5)
FERMIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	13 (100.0)	13 (1.0)
OUVRIER SPECIALISE	0 (0.0)	61 (100.0)	61 (4.6)
AUTRES	0 (0.0)	35 (100.0)	35 (2.6)
NON-TRAVAILLEURS	415 (36.7)	715 (63.3)	1130 (84.8)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	0 (0.0)	116 (100.0)	116 (8.5)
2 PERSONNES	248 (52.0)	229 (48.0)	477 (35.0)
3 PERSONNES	30 (15.2)	167 (84.8)	197 (14.4)
4 PERSONNES	10 (5.5)	172 (94.5)	182 (13.3)
5 PERSONNES	83 (38.1)	135 (61.9)	218 (16.0)
6 ET PLUS	45 (25.9)	129 (74.1)	174 (12.8)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	134 (31.5)	292 (68.5)	426 (31.3)
NON	281 (30.0)	655 (70.0)	936 (68.7)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	40 (15.7)	214 (84.3)	254 (19.5)
CHEF FEMININ	173 (31.3)	380 (68.7)	553 (42.4)
NON-CHEF	158 (31.7)	340 (68.3)	498 (38.2)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSUMMATEUR MINIMUM	0 (0.0)	57 (100.0)	57 (4.2)
PETIT CONSOMMATEUR	64 (44.4)	80 (55.6)	144 (10.6)
CONSUMMATEUR MOYEN	124 (41.5)	175 (58.5)	299 (22.0)
GRAND CONSOMMATEUR	29 (9.8)	268 (90.2)	297 (21.8)
CONSUMMATEUR MAXIMUM	199 (35.2)	366 (64.8)	565 (41.5)

TABLEAU 29

ANGLOPHONE-UNILINGUE : ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	3730 (25.1)	11123 (74.9)	14853 (100.0)
SEXE			
HOMME	1930 (28.0)	4974 (72.0)	6904 (46.5)
FEMME	1800 (22.6)	6149 (77.4)	7949 (53.5)
AGE			
2 - 6	275 (65.5)	145 (34.5)	420 (2.8)
7 - 11	549 (41.5)	775 (58.5)	1324 (8.9)
12 - 17	267 (13.1)	1773 (86.9)	2040 (13.7)
18 - 24	167 (9.0)	1679 (91.0)	1846 (12.4)
25 - 34	430 (17.1)	2088 (82.9)	2518 (17.0)
35 - 49	574 (28.0)	1473 (72.0)	2047 (13.8)
50 - 54	252 (25.6)	733 (74.4)	985 (6.6)
55 - 64	578 (33.5)	1145 (66.5)	1723 (11.6)
65 +	637 (32.7)	1310 (67.3)	1947 (13.1)
SCOLARITE			
AUCUNE	192 (73.6)	69 (26.4)	261 (1.8)
ELEMENTAIRE	1214 (33.8)	2378 (66.2)	3592 (24.8)
DEBUT SECONDAIRE	1028 (23.0)	3436 (77.0)	4464 (30.8)
SECONDAIRE COMPLETE	721 (21.3)	2665 (78.7)	3386 (23.4)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	165 (12.6)	1143 (87.4)	1308 (9.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	169 (21.7)	609 (78.3)	778 (5.4)
UNIVERSITAIRE COMPL.	150 (21.6)	545 (78.4)	695 (4.8)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	2237 (29.0)	5488 (71.0)	7725 (54.5)
1 - 19	193 (16.6)	971 (83.4)	1164 (8.2)
20 ET PLUS	1051 (19.9)	4224 (80.1)	5275 (37.2)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	811 (25.2)	2401 (74.8)	3212 (24.0)
RETRAITE	430 (37.0)	731 (63.0)	1161 (8.7)
TIENT MAISON	596 (23.4)	1955 (76.6)	2551 (19.1)
NON APPLICABLE	1244 (19.3)	5195 (80.7)	6439 (48.2)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	32 (8.3)	352 (91.7)	384 (2.8)
PROFESSIONNELS	162 (21.1)	606 (78.9)	768 (5.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	58 (6.7)	812 (93.3)	870 (6.3)
EMPLOYES DE VENTES	8 (4.8)	157 (95.2)	165 (1.2)
FERNIERS ET PECHEURS	65 (26.2)	183 (73.8)	248 (1.8)
OUVRIER SPECIALISE	243 (21.8)	874 (78.2)	1117 (8.1)
AUTRES	401 (28.1)	1024 (71.9)	1425 (10.3)
NON-TRAVAILLEURS	2430 (27.3)	6458 (72.7)	8888 (64.1)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	595 (36.0)	1059 (64.0)	1654 (11.1)
2 PERSONNES	912 (25.7)	2636 (74.3)	3548 (23.9)
3 PERSONNES	521 (20.9)	1973 (79.1)	2494 (16.8)
4 PERSONNES	946 (25.7)	2742 (74.3)	3688 (24.8)
5 PERSONNES	432 (22.5)	1488 (77.5)	1920 (12.9)
6 ET PLUS	324 (20.9)	1227 (79.1)	1551 (10.4)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	1583 (27.7)	4138 (72.3)	5721 (38.5)
NON	2147 (23.5)	6985 (76.5)	9132 (61.5)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1346 (30.3)	3101 (69.7)	4447 (30.9)
CHEF FEMININ	981 (22.4)	3400 (77.6)	4381 (30.5)
NON-CHEF	1274 (23.0)	4267 (77.0)	5541 (38.6)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	377 (30.1)	875 (69.9)	1252 (8.4)
PETIT CONSONNATEUR	441 (19.3)	1843 (80.7)	2284 (15.4)
CONSONNATEUR MOYEN	651 (20.2)	2574 (79.8)	3225 (21.7)
GRAND CONSONNATEUR	1131 (29.0)	2771 (71.0)	3902 (26.3)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1130 (27.0)	3060 (73.0)	4190 (28.2)

TABLEAU 30

ANGLOPHONE-UNILINGUE : OUEST

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	5810 (35.7)	10466 (64.3)	16276 (100.0)
SEXE			
HOMME	2870 (37.8)	4718 (62.2)	7588 (46.6)
FEMME	2940 (33.8)	5748 (66.2)	8688 (53.4)
AGE			
2 - 6	799 (83.5)	158 (16.5)	957 (5.9)
7 - 11	776 (49.3)	799 (50.7)	1575 (9.7)
12 - 17	662 (22.8)	2240 (77.2)	2902 (17.8)
18 - 24	447 (23.6)	1451 (76.4)	1898 (11.7)
25 - 34	745 (32.0)	1584 (68.0)	2329 (14.3)
35 - 49	658 (30.3)	1514 (69.7)	2172 (13.3)
50 - 54	151 (21.8)	543 (78.2)	694 (4.3)
55 - 64	872 (41.7)	1220 (58.3)	2092 (12.9)
65 +	699 (42.2)	958 (57.8)	1657 (10.2)
SCOLARITE			
AUCUNE	608 (84.8)	109 (15.2)	717 (4.5)
ELEMENTAIRE	1796 (46.3)	2087 (53.7)	3883 (24.4)
DEBUT SECONDAIRE	1302 (27.5)	3426 (72.5)	4728 (29.7)
SECONDAIRE COMPLETE	957 (27.9)	2477 (72.1)	3434 (21.6)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	441 (33.2)	889 (66.8)	1330 (8.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	308 (32.7)	634 (67.3)	942 (5.9)
UNIVERSITAIRE COMPL.	317 (36.6)	549 (63.4)	866 (5.4)
HEURES DE TRAVAIL RENUNERE			
AUCUNE	3342 (38.5)	5332 (61.5)	8674 (55.8)
1 - 19	548 (30.2)	1267 (69.8)	1815 (11.7)
20 ET PLUS	1629 (32.2)	3432 (67.8)	5061 (32.5)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	1271 (34.3)	2436 (65.7)	3707 (26.7)
RETRAITE	423 (37.3)	710 (62.7)	1133 (8.2)
TIENT MAISON	635 (29.5)	1514 (70.5)	2149 (15.5)
NON APPLICABLE	2178 (31.7)	4699 (68.3)	6877 (49.6)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	143 (35.3)	262 (64.7)	405 (2.7)
PROFESSIONNELS	210 (30.3)	482 (69.7)	692 (4.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	302 (38.9)	474 (61.1)	776 (5.1)
EMPLOYES DE VENTES	83 (32.0)	176 (68.0)	259 (1.7)
PERMIERS ET PECHEURS	105 (22.8)	356 (77.2)	461 (3.1)
OUVRIER SPECIALISE	391 (40.4)	576 (59.6)	967 (6.4)
AUTRES	290 (27.5)	765 (72.5)	1055 (7.0)
NON-TRAVAILLEURS	3890 (37.1)	6599 (62.9)	10489 (69.4)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	648 (39.8)	980 (60.2)	1628 (10.0)
2 PERSONNES	1288 (36.7)	2225 (63.3)	3513 (21.6)
3 PERSONNES	629 (27.4)	1663 (72.6)	2292 (14.1)
4 PERSONNES	1573 (38.2)	2542 (61.8)	4115 (25.3)
5 PERSONNES	956 (33.9)	1862 (66.1)	2818 (17.3)
6 ET PLUS	716 (37.5)	1194 (62.5)	1910 (11.7)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	2996 (41.1)	4293 (58.9)	7289 (44.8)
NON	2814 (31.3)	6172 (68.7)	8986 (55.2)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	1601 (36.8)	2746 (63.2)	4347 (27.3)
CHEF FEMININ	1340 (32.3)	2810 (67.7)	4150 (26.0)
NON-CHEF	2785 (37.4)	4658 (62.6)	7443 (46.7)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	576 (39.4)	887 (60.6)	1463 (9.0)
PETIT CONSONNATEUR	841 (32.8)	1725 (67.2)	2566 (15.8)
CONSONNATEUR MOYEN	1146 (35.3)	2101 (64.7)	3247 (19.9)
GRAND CONSONNATEUR	1536 (35.4)	2807 (64.6)	4343 (26.7)
CONSONNATEUR MAXIMUM	1711 (36.7)	2947 (63.3)	4658 (28.6)

TABLEAU 31

ANGLOPHONE-BILINGUE : CANADA

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	875 (26.4)	2439 (73.6)	3314 (100.0)
SEXE			
HOMME	421 (26.9)	1143 (73.1)	1564 (47.2)
FEMME	454 (25.9)	1296 (74.1)	1750 (52.8)
AGE			
2 - 6	28 (70.0)	12 (30.0)	40 (1.2)
7 - 11	52 (26.1)	147 (73.9)	199 (6.0)
12 - 17	259 (22.2)	910 (77.8)	1169 (35.3)
18 - 24	115 (23.0)	385 (77.0)	500 (15.1)
25 - 34	159 (32.8)	326 (67.2)	485 (14.6)
35 - 49	136 (32.1)	288 (67.9)	424 (12.8)
50 - 54	74 (37.2)	125 (62.8)	199 (6.0)
55 - 64	27 (16.5)	137 (83.5)	164 (4.9)
65 +	25 (18.5)	110 (81.5)	135 (4.1)
SCOLARITE			
AUCUNE	13 (50.0)	13 (50.0)	26 (0.8)
ELEMENTAIRE	210 (36.8)	361 (63.2)	571 (17.3)
DEBUT SECONDAIRE	239 (19.5)	989 (80.5)	1228 (37.3)
SECONDAIRE COMPLETE	148 (22.1)	521 (77.9)	669 (20.3)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	54 (25.0)	162 (75.0)	216 (6.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	84 (27.5)	221 (72.5)	305 (9.3)
UNIVERSITAIRE COMPL.	126 (45.3)	152 (54.7)	278 (8.4)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	513 (28.0)	1320 (72.0)	1833 (59.1)
1 - 19	58 (17.0)	283 (83.0)	341 (11.0)
20 ET PLUS	195 (21.0)	734 (79.0)	929 (29.9)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	284 (25.1)	849 (74.9)	1133 (38.4)
RETRAITE	18 (10.3)	87 (89.7)	97 (3.3)
TIENI MAISON	158 (35.2)	291 (64.8)	449 (15.2)
NON APPLICABLE	253 (19.9)	1018 (80.1)	1271 (43.1)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	54 (32.0)	115 (68.0)	169 (5.6)
PROFESSIONNELS	2 (1.9)	104 (98.1)	106 (3.5)
EMPLOYES DE BUREAUX	15 (15.3)	83 (84.7)	98 (3.3)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	37 (100.0)	37 (1.2)
FERMERS ET PECHEURS	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (0.1)
OUVRIER SPECIALISE	72 (27.5)	190 (72.5)	262 (8.7)
AUTRES	13 (8.7)	137 (91.3)	150 (5.0)
NON-TRAVAILLEURS	571 (26.3)	1603 (73.7)	2174 (72.5)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	54 (36.5)	94 (63.5)	148 (4.5)
2 PERSONNES	87 (20.3)	341 (79.7)	428 (12.9)
3 PERSONNES	152 (25.6)	442 (74.4)	594 (17.9)
4 PERSONNES	212 (25.5)	620 (74.5)	832 (25.1)
5 PERSONNES	218 (28.2)	554 (71.8)	772 (23.3)
6 ET PLUS	152 (28.1)	389 (71.9)	541 (16.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	516 (36.6)	893 (63.4)	1409 (42.5)
NON	359 (18.8)	1546 (81.2)	1905 (57.5)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	252 (38.7)	568 (69.3)	820 (25.1)
CHEF FEMININ	155 (26.9)	422 (73.1)	577 (17.7)
NON-CHEF	462 (24.7)	1409 (75.3)	1871 (57.3)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	124 (28.7)	308 (71.3)	432 (13.0)
PETIT CONSONNATEUR	102 (18.3)	454 (81.7)	556 (16.8)
CONSONNATEUR MOYEN	213 (29.7)	505 (70.3)	718 (21.7)
GRAND CONSONNATEUR	226 (27.5)	597 (72.5)	823 (24.8)
CONSONNATEUR MAXIMUM	210 (26.8)	575 (73.2)	785 (23.7)

TABLEAU 32

ANGLOPHONE-BILINGUE : ATLANTIQUE

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	242 (45.6)	289 (54.4)	531 (100.0)
SEXE			
HOMME	113 (49.6)	115 (50.4)	228 (42.9)
FEMME	129 (42.6)	174 (57.4)	303 (57.1)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	6 (100.0)	6 (1.1)
7 - 11	34 (72.3)	13 (27.7)	47 (8.9)
12 - 17	137 (51.3)	130 (48.7)	267 (50.3)
18 - 24	54 (46.6)	62 (53.4)	116 (21.8)
25 - 34	0 (0.0)	38 (100.0)	38 (7.2)
35 - 49	17 (41.5)	24 (58.5)	41 (7.7)
50 - 54	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (0.6)
55 - 64	0 (0.0)	12 (100.0)	12 (2.3)
65 +	0 (0.0)	1 (100.0)	1 (0.2)
SCOLARITE			
AUCUNE	0 (0.0)	6 (100.0)	6 (1.1)
ELEMENTAIRE	69 (67.0)	34 (33.0)	103 (19.5)
DEBUT SECONDAIRE	84 (43.5)	109 (56.5)	193 (36.6)
SECONDAIRE COMPLETE	39 (35.1)	72 (64.9)	111 (21.0)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	6 (31.6)	13 (68.4)	19 (3.6)
DEBUT UNIVERSITAIRE	17 (53.1)	15 (46.9)	32 (6.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	27 (42.2)	37 (57.8)	64 (12.1)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	199 (52.4)	181 (47.6)	380 (73.9)
1 - 19	33 (66.0)	17 (34.0)	50 (9.7)
20 ET PLUS	9 (10.7)	75 (89.3)	84 (16.3)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	151 (53.4)	132 (46.6)	283 (59.1)
RETRAITE	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (1.5)
TIENT MAISON	33 (60.0)	22 (40.0)	55 (11.5)
NON APPLICABLE	42 (31.3)	92 (68.7)	134 (28.0)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	3 (25.0)	9 (75.0)	12 (2.4)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	15 (100.0)	15 (3.0)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	10 (100.0)	10 (2.0)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	7 (100.0)	7 (1.4)
FERRIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	0 (0.0)	11 (100.0)	11 (2.2)
AUTRES	6 (27.3)	16 (72.7)	22 (4.3)
NON-TRAVAILLEURS	232 (54.0)	198 (46.0)	430 (84.8)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	21 (60.0)	14 (40.0)	35 (6.6)
2 PERSONNES	14 (32.6)	29 (67.4)	43 (8.1)
3 PERSONNES	19 (21.6)	69 (78.4)	88 (16.6)
4 PERSONNES	65 (48.1)	70 (51.9)	135 (25.4)
5 PERSONNES	68 (56.2)	53 (43.8)	121 (22.8)
6 ET PLUS	55 (50.5)	54 (49.5)	109 (20.5)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	87 (42.0)	120 (58.0)	207 (39.0)
NON	155 (47.8)	169 (52.2)	324 (61.0)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	13 (21.3)	48 (78.7)	61 (11.6)
CHEF FEMININ	14 (27.5)	37 (72.5)	51 (9.7)
NON-CHEF	215 (51.7)	201 (48.3)	416 (78.8)
QUINTILLE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	9 (25.0)	27 (75.0)	36 (6.8)
PETIT CONSONNATEUR	74 (47.1)	83 (52.9)	157 (29.6)
CONSONNATEUR MOYEN	53 (46.9)	60 (53.1)	113 (21.3)
GRAND CONSONNATEUR	48 (38.1)	78 (61.9)	126 (23.8)
CONSONNATEUR MAXIMUM	57 (58.2)	41 (41.8)	98 (18.5)

TABLEAU 33

ANGLOPHONE-BILINGUE : QUEBEC

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	375 (29.0)	916 (71.0)	1291 (100.0)
SEXE			
HOMME	231 (33.0)	469 (67.0)	700 (54.2)
FEMME	144 (24.4)	447 (75.6)	591 (45.8)
AGE			
2 - 6	28 (82.4)	6 (17.6)	34 (2.6)
7 - 11	0 (0.0)	55 (100.0)	55 (4.3)
12 - 17	19 (9.0)	191 (91.0)	210 (16.3)
18 - 24	15 (11.8)	112 (08.2)	127 (9.9)
25 - 34	141 (47.3)	157 (52.7)	298 (23.1)
35 - 49	67 (32.1)	142 (67.9)	209 (16.2)
50 - 54	69 (46.3)	80 (53.7)	149 (11.6)
55 - 64	10 (12.8)	68 (87.2)	78 (6.1)
65 +	25 (19.5)	103 (80.5)	128 (9.9)
SCOLARITE			
AUCUNE	13 (65.0)	7 (35.0)	20 (1.6)
ELEMENTAIRE	60 (27.3)	160 (72.7)	220 (17.1)
DEBUT SECONDAIRE	42 (12.7)	288 (87.3)	330 (25.7)
SECONDAIRE COMPLETE	100 (29.2)	243 (70.8)	343 (26.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	46 (35.7)	83 (64.3)	129 (10.0)
DEBUT UNIVERSITAIRE	28 (23.5)	91 (76.5)	119 (9.3)
UNIVERSITAIRE CONFL.	84 (67.2)	41 (32.8)	125 (9.7)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	165 (24.1)	521 (75.9)	686 (58.6)
1 - 19	13 (13.8)	81 (86.2)	94 (8.0)
20 ET PLUS	121 (31.0)	269 (69.0)	390 (33.3)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	44 (15.9)	232 (84.1)	276 (24.6)
RETRAITE	10 (11.8)	75 (88.2)	85 (7.6)
TIENT MAISON	92 (33.5)	183 (66.5)	275 (24.5)
NON APPLICABLE	135 (27.8)	350 (72.2)	485 (43.3)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	51 (54.8)	42 (45.2)	93 (8.3)
PROFESSIONNELS	2 (11.1)	16 (88.9)	18 (1.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	15 (45.5)	18 (54.5)	33 (3.0)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	26 (100.0)	26 (2.3)
FERMIERS ET PECHEURS	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
OUVRIER SPECIALISE	14 (10.4)	121 (89.6)	135 (12.1)
AUTRES	0 (0.0)	32 (100.0)	32 (2.9)
NON-TRAVAILLEURS	178 (22.8)	602 (77.2)	780 (69.8)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	24 (42.1)	33 (57.9)	57 (4.4)
2 PERSONNES	39 (21.3)	144 (78.7)	183 (14.2)
3 PERSONNES	113 (33.7)	222 (66.3)	335 (26.0)
4 PERSONNES	91 (26.5)	252 (73.5)	343 (26.6)
5 PERSONNES	101 (36.5)	176 (63.5)	277 (21.5)
6 ET PLUS	5 (5.3)	89 (94.7)	94 (7.3)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	280 (47.5)	309 (52.5)	589 (45.7)
NON	94 (13.4)	607 (86.6)	701 (54.3)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	181 (37.6)	300 (62.4)	481 (38.3)
CHEF FEMININ	111 (33.3)	222 (66.7)	333 (26.5)
NON-CHEF	76 (17.2)	366 (82.8)	442 (35.2)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	44 (50.6)	43 (49.4)	87 (6.7)
PETIT CONSONNATEUR	13 (8.0)	149 (92.0)	162 (12.6)
CONSONNATEUR MOYEN	116 (38.9)	182 (61.1)	298 (23.1)
GRAND CONSONNATEUR	88 (29.2)	213 (70.8)	301 (23.4)
CONSONNATEUR MAXIMUM	113 (25.6)	328 (74.4)	441 (34.2)

TABLEAU 34

ANGLOPHONE-BILINGUE : ONTARIO

	EMISSIONS CANADIENNES	EMISSIONS AMERICAINES	TOTAL
TOTAL	138 (14.2)	831 (85.8)	969 (100.0)
SEXE			
HOMME	27 (6.4)	397 (93.6)	424 (43.8)
FEMME	111 (20.4)	434 (79.6)	545 (56.2)
AGE			
2 - 6	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
7 - 11	18 (21.2)	67 (78.8)	85 (8.8)
12 - 17	37 (9.7)	344 (90.3)	381 (39.3)
18 - 24	46 (23.8)	147 (76.2)	193 (19.9)
25 - 34	0 (0.0)	111 (100.0)	111 (11.5)
35 - 49	20 (18.5)	88 (81.5)	108 (11.1)
50 - 54	0 (0.0)	39 (100.0)	39 (4.0)
55 - 64	17 (32.7)	35 (67.3)	52 (5.4)
65 +	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
SCOLARITE			
AUCUNE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
ELEMENTAIRE	80 (37.2)	135 (62.8)	215 (22.5)
DEBUT SECONDAIRE	48 (11.0)	389 (89.0)	437 (45.7)
SECONDAIRE COMPLETE	3 (2.5)	119 (97.5)	122 (12.7)
COMMERCIAL/TECHNIQUE	0 (0.0)	33 (100.0)	33 (3.4)
DEBUT UNIVERSITAIRE	7 (7.2)	90 (92.8)	97 (10.1)
UNIVERSITAIRE COMPL.	0 (0.0)	53 (100.0)	53 (5.5)
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE			
AUCUNE	84 (16.7)	420 (83.3)	504 (55.9)
1 - 19	0 (0.0)	70 (100.0)	70 (7.8)
20 ET PLUS	20 (6.1)	307 (93.9)	327 (36.3)
NON-TRAVAILLEUR			
ETUDIANT	34 (9.0)	345 (91.0)	379 (43.9)
RETRAITE	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
TIENT MAISON	21 (23.6)	68 (76.4)	89 (10.3)
NON APPLICABLE	20 (5.1)	376 (94.9)	396 (45.8)
OCCUPATION			
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)	52 (100.0)	52 (5.9)
PROFESSIONNELS	0 (0.0)	67 (100.0)	67 (7.6)
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)	44 (100.0)	44 (5.0)
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)	3 (100.0)	3 (0.3)
FERMISRS ET PECHEURS	0 (0.0)	2 (100.0)	2 (0.2)
OUVRIER SPECIALISE	20 (30.8)	45 (69.2)	65 (7.4)
AUTRES	0 (0.0)	73 (100.0)	73 (8.3)
NON-TRAVAILLEURS	84 (14.6)	490 (85.4)	574 (65.2)
TAILLE DU MENAGE			
1 PERSONNE	0 (0.0)	23 (100.0)	23 (2.4)
2 PERSONNES	27 (17.8)	125 (82.2)	152 (15.7)
3 PERSONNES	17 (13.3)	111 (86.7)	128 (13.2)
4 PERSONNES	0 (0.0)	215 (100.0)	215 (22.2)
5 PERSONNES	39 (15.9)	207 (84.1)	246 (25.4)
6 ET PLUS	55 (26.8)	150 (73.2)	205 (21.2)
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS			
OUI	85 (19.6)	348 (80.4)	433 (44.6)
NON	53 (9.9)	484 (90.1)	537 (55.4)
STATUT DANS LE MENAGE			
CHEF MASCULIN	20 (10.8)	166 (89.2)	186 (19.4)
CHEF FEMININ	21 (14.2)	127 (85.8)	148 (15.4)
NON-CHEF	96 (15.4)	528 (84.6)	624 (65.1)
QUINTILE D'ECOUTE			
CONSONNATEUR MINIMUM	41 (21.6)	149 (78.4)	190 (19.6)
PETIT CONSONNATEUR	3 (1.8)	167 (98.2)	170 (17.5)
CONSONNATEUR MOYEN	17 (10.7)	142 (89.3)	159 (16.4)
GRAND CONSONNATEUR	77 (23.8)	246 (76.2)	323 (33.3)
CONSONNATEUR MAXIMUM	0 (0.0)	128 (100.0)	128 (13.2)

TABLEAU 35

ANGLOPHONE-BILINGUE : OUEST

	EMISSIONS CANADIENNES		EMISSIONS AMERICAINES		TOTAL	
TOTAL	114 (22.0)		404 (78.0)		518 (100.0)	
SEXE						
HOMME	49 (23.1)		163 (76.9)		212 (40.9)	
FEMME	65 (21.2)		241 (78.8)		306 (59.1)	
AGE						
2 - 6	0 (0.0)		0 (0.0)		0 (0.0)	
7 - 11	0 (0.0)		12 (100.0)		12 (2.3)	
12 - 17	66 (21.2)		245 (78.8)		311 (60.0)	
18 - 24	0 (0.0)		64 (100.0)		64 (12.4)	
25 - 34	11 (35.5)		20 (64.5)		31 (6.0)	
35 - 49	32 (49.2)		33 (50.8)		65 (12.5)	
50 - 54	5 (62.5)		3 (37.5)		8 (1.5)	
55 - 64	0 (0.0)		21 (100.0)		21 (4.1)	
65 +	0 (0.0)		6 (100.0)		6 (1.2)	
SCOLARITE						
AUCUNE	0 (0.0)		0 (0.0)		0 (0.0)	
ELEMENTAIRE	0 (0.0)		32 (100.0)		32 (6.2)	
DEBUT SECONDAIRE	66 (24.5)		203 (75.5)		269 (52.1)	
SECONDAIRE COMPLETE	5 (5.4)		87 (94.6)		92 (17.8)	
COMMERCIAL/TECHNIQUE	3 (8.3)		33 (91.7)		36 (7.0)	
DEBUT UNIVERSITAIRE	32 (55.2)		26 (44.8)		58 (11.2)	
UNIVERSITAIRE COMPL.	8 (27.6)		21 (72.4)		29 (5.6)	
HEURES DE TRAVAIL REMUNERE						
AUCUNE	66 (25.1)		197 (74.9)		263 (51.5)	
1 - 19	11 (8.7)		116 (91.3)		127 (24.9)	
20 ET PLUS	37 (30.6)		84 (69.4)		121 (23.7)	
NON-TRAVAILLEUR						
ETUDIANT	55 (28.2)		140 (71.8)		195 (40.9)	
RETRAITE	0 (0.0)		5 (100.0)		5 (1.0)	
TIENT MAISON	11 (37.9)		18 (62.1)		29 (6.1)	
NON APPLICABLE	48 (19.4)		200 (80.6)		248 (52.0)	
OCCUPATION						
EXECUTIFS ET GERANTS	0 (0.0)		12 (100.0)		12 (2.5)	
PROFESSIONNELS	0 (0.0)		6 (100.0)		6 (1.2)	
EMPLOYES DE BUREAUX	0 (0.0)		11 (100.0)		11 (2.3)	
EMPLOYES DE VENTES	0 (0.0)		1 (100.0)		1 (0.2)	
FERRIERS ET PECHEURS	0 (0.0)		0 (0.0)		0 (0.0)	
OUVRIER SPECIALISE	37 (75.5)		12 (24.5)		49 (10.1)	
AUTRES	0 (0.0)		16 (100.0)		16 (3.3)	
NON-TRAVAILLEURS	77 (19.7)		313 (80.3)		390 (80.4)	
TAILLE DU MENAGE						
1 PERSONNE	8 (25.0)		24 (75.0)		32 (6.2)	
2 PERSONNES	0 (0.0)		43 (100.0)		43 (8.3)	
3 PERSONNES	3 (7.1)		39 (92.9)		42 (8.1)	
4 PERSONNES	57 (40.4)		84 (59.6)		141 (27.2)	
5 PERSONNES	10 (7.8)		118 (92.2)		128 (24.7)	
6 ET PLUS	37 (27.8)		96 (72.2)		133 (25.6)	
ENFANTS DE MOINS DE 12 ANS						
OUI	64 (35.6)		116 (64.4)		180 (34.8)	
NON	50 (14.8)		287 (85.2)		337 (65.2)	
STATUT DANS LE MENAGE						
CHEF MASCULIN	37 (40.7)		54 (59.3)		91 (17.5)	
CHEF FEMININ	3 (7.7)		36 (92.3)		39 (7.5)	
NON-CHEF	75 (19.3)		314 (80.7)		389 (75.0)	
QUINTILLE D'ECOUTE						
CONSUMMATEUR MINIMUM	31 (25.8)		89 (74.2)		120 (23.1)	
PETIT CONSOMMATEUR	11 (16.7)		55 (83.3)		66 (12.7)	
CONSOMMATEUR MOYEN	21 (14.8)		121 (85.2)		142 (27.4)	
GRAND CONSOMMATEUR	13 (17.6)		61 (82.4)		74 (14.3)	
CONSUMMATEUR MAXIMUM	39 (33.3)		78 (66.7)		117 (22.5)	



