



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 1^{er} novembre 2007

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Distribution de films cinématographiques et de vidéos, 2005

2

Les distributeurs de films et de vidéos au Canada ont affiché une marge bénéficiaire relativement forte en 2005, malgré une baisse des recettes résultant d'une importante chute des ventes à l'étranger.

Étude : Cheminement des jeunes Canadiens des études au marché du travail, 2003

5

Dons de charité, 2006

6

Papier-toiture asphalté, septembre 2007

7

Énergie électrique, août 2007

7

Charbon et coke, août 2007

7

Nouveaux produits

8



Communiqués

Distribution de films cinématographiques et de vidéos

2005

Les distributeurs de films et de vidéos au Canada ont affiché une marge bénéficiaire relativement forte en 2005, malgré une baisse des recettes résultant d'une importante chute des ventes à l'étranger.

L'industrie a déclaré des recettes de 1,7 milliard de dollars, en baisse de 8,2 % depuis 2004, principalement en raison d'une baisse marquée des exportations. Les ventes à l'étranger ont généré des recettes de seulement 90 millions de dollars en 2005, soit la moitié du montant enregistré en 2004.

Par ailleurs, les dépenses totales ont bondi de 8,3 % pour se chiffrer à 1,4 milliard de dollars.

Les distributeurs ont donc enregistré des bénéfices de 303 millions de dollars en 2005, comparativement à 557 millions de dollars en 2004. Néanmoins, l'industrie a tout de même affiché une marge bénéficiaire de 18 %.

Le plus important poste de dépenses déclaré par les entreprises ayant participé à l'enquête était le coût des ventes, ayant été à l'origine de 45 % des dépenses totales. Les redevances, les droits, l'octroi de licences et les droits de franchise représentaient 18 %, et la publicité, le marketing et les promotions, 13 %.

L'industrie de la distribution de films cinématographiques et de vidéos comprend les entreprises dont l'activité principale est l'acquisition de droits de distribution et la distribution de productions cinématographiques et vidéo aux cinémas, aux réseaux et aux stations de télévision ainsi qu'à d'autres exploitants. Elle ne comprend pas les entreprises dont l'activité principale est la vente en gros de vidéocassettes préenregistrées.

Ensemble, les distributeurs en Ontario et au Québec ont représenté la grande majorité (96 %) des recettes d'exploitation totales de la distribution de films et de vidéos à l'échelle nationale. En 2005, les entreprises de l'Ontario se classaient en tête de la distribution canadienne, ayant été à l'origine de 79 % des recettes d'exploitation totales, tandis que les entreprises du Québec ont constitué 18 % des recettes.

Augmentation des recettes provenant du marché de la vidéo domestique

Les données figurant dans le reste du présent communiqué sont analysées en fonction des entreprises

Note aux lecteurs

Les données de 2005 ne devraient pas être comparées avec les données publiées précédemment dans l'Enquête sur la distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles, car des modifications importantes ont été apportées à l'enquête.

Il est toujours possible de dégager certaines grandes tendances à partir de ces données, puisque le présent communiqué comprend les données des deux années d'enquête précédentes, soit de 2004 et de 2003, présentées selon la méthodologie de 2005.

Cette classification fondée sur les industries remplace la classification basée sur les activités utilisée précédemment par le Programme de la statistique culturelle. Certaines activités de distribution de films, qui faisaient partie de l'enquête auparavant, seront maintenant exclues en raison des variations découlant de l'adoption de la classification du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord.

On exclura, par exemple, les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros des vidéos préenregistrés.

Les données du présent communiqué proviennent de toutes les provinces. Toutefois, les données provinciales sont seulement offertes pour les entreprises situées en Ontario et au Québec afin de protéger la confidentialité des répondants aux enquêtes.

dont les recettes combinées représentent environ 95 % des recettes totales de l'industrie.

Les recettes de l'industrie provenant des exportations et de la distribution de films aux cinémas ont baissé en comparaison des recettes enregistrées en 2004. Ces diminutions ont été quelque peu compensées par une croissance des recettes provenant du marché de la vidéo domestique (la location ou la vente de vidéos pour la présentation au moyen d'un lecteur à usage domestique). Toutefois, cette hausse n'a pas pu empêcher la chute des recettes de l'industrie.

La popularité grandissante du matériel de divertissement au foyer à plus faible coût, comme les lecteurs de DVD, et la popularité de la location de DVD permet d'expliquer cette hausse. Elle indique que les Canadiens étaient plus portés à visionner des films dans leur salon que dans les cinémas en 2005.

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages, les ménages canadiens ont dépensé en moyenne 122 \$ en 2005 pour tout matériel préenregistré tel que les vidéodisques numériques, les disques compacts, les cassettes audio et vidéo, les disques vidéo, les téléchargements payés d'audio ou de vidéo, ce qui constitue une moyenne plus élevée qu'en 2004 (116 \$).

De plus, les données tirées de l'Enquête mensuelle sur les grands détaillants révèlent que les ventes de

téléviseurs et de matériel audio-vidéo ont augmenté de 10,5 % au cours de l'année.

Selon les données de l'enquête, les recettes provenant de la distribution de films au marché du cinéma ont chuté de 1,6 % en 2005 pour s'établir à 325,5 millions de dollars.

Cette chute coïncide avec la baisse de la fréquentation des cinémas en 2005, selon les données tirées de l'Enquête sur les cinémas, publiée dans *Le Quotidien* du 3 août 2007. Le manque de superproductions à l'affiche pendant l'été 2005 est une des raisons mentionnées dans le rapport pour expliquer cette situation. Cela aurait entraîné une baisse de la fréquentation des cinémas et, par conséquent, une réduction de la demande de films par les cinémas.

Les distributeurs de films et de vidéos tirent la plupart de leurs recettes de la distribution de productions cinématographiques et vidéo. Toutefois, ils font aussi des profits grâce à la vente en gros de ces vidéos. Les entreprises qui ont fait de la vente en gros (en guise d'activité secondaire) ont bénéficié d'une hausse de ces sources de revenu. De 2003 à 2005, les recettes provenant de la vente en gros ont augmenté de 11 %.

Quatre grandes entreprises dominant l'industrie de la distribution de films

Quatre grandes entreprises, classées en fonction des recettes, ont dominé l'industrie de la distribution de films en 2005. Ces entreprises représentaient environ 70 % des recettes nationales totales, comparativement à 66 % en 2004.

Les recettes combinées de ces quatre entreprises ont accusé une baisse de 2,2 % en 2005, mais ont tout de même dépassé le rendement de l'industrie dans son ensemble. Les recettes des autres entreprises dans l'industrie ont chuté de 20,1 %.

Les recettes affichées par les quatre entreprises arrivées en tête ont augmenté pour deux marchés clés, soit le marché du cinéma et le marché de la vidéo domestique. Ensemble, ces marchés étaient à l'origine de la hausse de 26,5 % des recettes observée en 2005. Cette hausse tranche avec les recettes du reste de l'industrie, les recettes tirées de la distribution au marché du cinéma ayant chuté de 14 %.

Cette croissance a été plus que compensée par une baisse de 31,4 % des recettes provenant de la distribution à la télévision payante et spécialisée, et aux marchés de télévision générale.

Les distributeurs de films sont des entreprises dont l'activité principale est la distribution de productions cinématographiques et vidéo à une variété de marchés dont les cinémas, les stations de télévision et les exploitants commerciaux. Ils agissent à titre d'intermédiaires au sein de l'industrie

cinématographique, assurant la liaison entre les réalisateurs et les exploitants. Les distributeurs obtiennent les droits de commercialisation et de distribution des productions cinématographiques et vidéo.

Les dépenses des quatre entreprises arrivées en tête ont progressé légèrement de 6,1 %, comparativement à une hausse de 12,7 % enregistrée pour le reste de l'industrie.

En raison de l'augmentation des dépenses et de la diminution des recettes, les bénéfices de ces quatre distributeurs ont chuté de 21,4 % en 2005. Cette baisse des bénéfices est malgré tout moins forte que celle de 90,3 % subie par le reste de l'industrie.

Malgré ces changements, les quatre entreprises arrivées en tête ont tout de même bénéficié d'une meilleure marge bénéficiaire que le reste de l'industrie. En 2004, ces quatre entreprises représentaient 65,2 % des bénéfices totaux de l'industrie. En 2005, ce pourcentage est passé à 93,8 %.

Parallèlement, la part des bénéfices totaux pour le reste de l'industrie de la distribution de films cinématographiques et de vidéos a baissé pour passer de 34,8 % à 6,2 %.

Recettes tirées des produits à contenu canadien en baisse

Les recettes tirées de la distribution pour l'industrie dans son ensemble ont baissé de 9,5 % de 2004 à 2005.

Les recettes tirées de la distribution de productions non canadiennes n'ont presque pas changé durant cette période, alors que les recettes tirées de la distribution de productions canadiennes à tous les marchés ont chuté de près de 40 %.

Le marché du cinéma canadien représentait 4 % du marché du cinéma total en 2005, en faible baisse par rapport aux 4,5 % enregistrés en 2004. Il s'agit toutefois de près du double de la proportion de 2,3 % inscrite en 2003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2414.

Certains renseignements de l'Enquête de 2005 sur les industries de services : distribution de productions cinématographiques et vidéo, et distribution en gros de vidéos préenregistrés sont maintenant offerts dans la publication *Distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles : tableaux de données* (87F0010XWF, gratuite), laquelle est accessible à partir du module *Publications* de notre site Web. Ces tableaux comprennent une ventilation des données par province.

Pour obtenir plus de renseignements au sujet de l'enquête ou pour en savoir davantage sur les

concepts, les méthodes et la qualité des données,
communiquiez avec Gabrielle Zboril au 613-951-7001

(gabrielle.zboril@statcan.ca), Division des industries de
service. Télécopieur : 613-951-6696.

Certaines statistiques, y compris des données rétrospectives pour l'industrie de distribution de productions cinématographiques et vidéo, et distribution en gros de vidéos préenregistrés

	Données rétrospectives ¹		
	2005	2004	2003
	en milliers de dollars		
Estimations pour l'industrie²			
Total des revenus	1 669 064	1 819 098	1 725 576
Salaires, traitements et avantages sociaux	76 641	81 405	79 136
Total des dépenses	1 366 559	1 261 823	1 184 470
Bénéfice	302 505	557 275	541 106
	%		
Marge bénéficiaire d'exploitation	18,1	30,6	31,4
	en milliers de dollars		
Part de l'enquête²			
Revenu de la distribution aux marchés du cinéma par type de production			
Revenu des productions canadiennes	13 147	14 953	8 246
Revenu des productions non canadiennes	312 377	315 700	350 212
Revenu total provenant de la distribution aux marchés du cinéma	325 524	330 654	358 457
Revenu de la distribution selon le type de marché intérieur			
Revenu total provenant de la distribution aux marchés du cinéma	325 524	330 654	358 457
Revenu total provenant de la distribution aux marchés de la télévision payante et des services spécialisés	119 097	132 039	101 151
Revenu total provenant de la distribution aux marchés de la télévision générale	204 829	310 387	329 668
Revenu total provenant de la distribution aux marchés de la vidéo domestique	x	x	x
Revenu total provenant de la distribution à d'autres marchés intérieurs	x	x	x
Sous-total, distribution intérieure	991 482	1 014 004	992 623
Distribution à l'étranger	90 244	180 970	199 050
Revenu total de la distribution de productions cinématographiques et vidéos à tous les marchés	1 081 726	1 194 974	1 191 673
Distribution en gros de vidéos préenregistrés	495 015	489 478	444 568
Tous les autres revenus	51 012	89 622	46 625
Total des revenus	1 627 753	1 774 074	1 682 866
Total des dépenses	1 329 218	1 227 344	1 152 105
Bénéfice	298 535	546 729	530 761
	%		
Marge bénéficiaire d'exploitation	18,3	30,8	31,5

x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique

- Des données rétrospectives sont offertes afin de permettre la comparaison des données pour les années 2003 à 2005. Cela est nécessaire en raison des changements majeurs apportés à l'enquête, y compris l'utilisation d'une nouvelle base de sondage, la nouvelle définition pour l'industrie de distribution de productions cinématographiques et vidéo, et distribution en gros de vidéos préenregistrés, ainsi que l'utilisation d'une enquête par échantillonnage.
- Les estimations pour l'industrie sont fondées d'après la part de l'enquête et ces estimations sont augmentées en se servant des données administratives pour les établissements dont les revenus sont inférieurs à un certain seuil et qui ne sont pas compris dans le plan d'échantillonnage. La partie visée par l'enquête englobe seulement les données pour les établissements visés par l'enquête et sont pondérés parce que certaines unités de l'échantillon représentent un certain nombre d'autres établissements qui n'ont pas été sélectionnés dans l'échantillon. La partie visée par l'enquête représente environ 95 % du total des revenus de l'industrie.

Note: Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.



Étude : Cheminement des jeunes Canadiens des études au marché du travail 2003

Cette étude retrace les divers cheminements qu'ont empruntés les jeunes entre l'école secondaire et leur participation normale au marché du travail.

Elle établit des liens entre cette transition et des caractéristiques importantes des antécédents, en plus de mettre en relief les cheminements permettant une transition fructueuse vers un emploi.

Cette étude, menée conjointement avec les Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques, s'appuie sur les données d'une enquête longitudinale appelée Enquête auprès des jeunes en transition de 2004. On a ainsi évalué les expériences sur le marché du travail de jeunes adultes âgés de 22 à 24 ans en décembre 2003. (Les jeunes qui fréquentaient toujours l'école au moment de l'enquête n'ont pas été inclus dans l'analyse.)

L'étude a relevé 10 cheminements prédominants entre les études et le marché du travail et elle a permis de constater que les divers cheminements conduisent à des résultats différents sur le marché du travail.

Par exemple, la rémunération hebdomadaire médiane de l'ensemble des postes occupés par les jeunes de 22 à 24 ans en décembre 2003 se chiffrait à 503 \$. Les diplômés des collèges et des universités touchaient en moyenne plus que le montant médian (peu importe qu'ils aient retardé ou non leurs études postsecondaires à la suite de l'obtention du diplôme d'études secondaires).

Les décrocheurs du secondaire (qu'ils soient retournés ou non à l'école) et les jeunes qui avaient commencé un programme postsecondaire, mais sans le terminer, touchaient moins que le revenu médian.

Certains diplômés universitaires touchaient cependant moins que des décrocheurs du secondaire. Cette situation s'explique en partie par le fait que les diplômés de l'université s'étaient trouvés sur le marché du travail pendant moins de temps pour acquérir une expérience professionnelle (et pour toucher la rémunération supérieure connexe) que les jeunes qui avaient décroché avant de terminer leurs études secondaires.

Le rapport documente en outre les caractéristiques des personnes suivant chaque cheminement. Les jeunes femmes, par exemple, ont été moins enclines que les jeunes hommes à emprunter le cheminement du décrochage du secondaire et plus enclines à suivre un certain type de programme postsecondaire avant

de faire leur entrée dans la population active. Elles ont aussi été moins susceptibles de retarder le début d'un programme postsecondaire que les jeunes hommes.

Les notes comptent. On a constaté qu'il existe un lien extrêmement étroit entre la moyenne des notes et le décrochage du secondaire : les jeunes ayant obtenu de très basses notes au secondaire ont été beaucoup plus enclins que ceux ayant obtenu des notes moyennes à élevées à quitter l'école et à ne pas y retourner. Les notes très élevées permettaient de prévoir que l'adolescent passerait directement à un programme d'études postsecondaires après le secondaire au lieu de retarder la poursuite de ses études.

Nota : L'Enquête auprès des jeunes en transition (EJET) est une enquête longitudinale qui a recueilli pour la première fois des données auprès de jeunes de deux groupes d'âge dans le cadre d'un premier cycle d'enquête en 2000. Un groupe a commencé à y participer à 15 ans (cohorte A) et l'autre, entre 18 et 20 ans (cohorte B). L'analyse dans ce rapport est axée sur le second groupe. On avait demandé aux deux cohortes de fournir une série de renseignements sur leurs études et leurs expériences au travail ainsi que des renseignements sur leurs caractéristiques personnelles, par exemple leurs aspirations sur le plan des études. La première interview de suivi auprès des participants à l'EJET a eu lieu au début de 2002. Les participants de la cohorte B avaient alors entre 20 et 22 ans. La deuxième interview de suivi a eu lieu en 2004 et a visé la période de référence de décembre 2003, moment où les participants de la cohorte B avaient entre 22 et 24 ans.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4435.

Le rapport «Cheminements des jeunes Canadiens des études au marché du travail : résultats de l'Enquête auprès des jeunes en transition», qui fait partie de la publication *Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation : documents de recherche* (81-595-MIF2007054, gratuite), est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-7608 ou composez sans frais le 1-800-307-3382, Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation. Télécopieur : 613-951-4441. ■

Dons de charité

2006

Les déclarants canadiens ont indiqué avoir effectué des dons de charité ayant totalisé 8,5 milliards de dollars en 2006, en hausse de 8,3 % par rapport à 2005, tandis que le nombre de donateurs a diminué de 1,4 % pour s'établir à 5,8 millions.

Le montant des dons a crû dans toutes les provinces et tous les territoires. Les plus fortes hausses ont été enregistrées en Alberta (+15,5 %), au Yukon (+15,2 %) et à Terre-Neuve-et-Labrador (+13,9 %).

Le nombre de donateurs a légèrement diminué dans l'ensemble des provinces et des territoires, à l'exception de Terre-Neuve-et-Labrador, où il est resté relativement stable.

À l'échelle nationale, 25 % de tous les déclarants ont indiqué avoir effectué des dons de charité, soit environ la même proportion que par le passé. Suivi de l'Ontario (27 %), le Manitoba (28 %) détient le pourcentage de déclarants donateurs le plus élevé. Ces deux provinces dominent invariablement depuis 10 ans quant au pourcentage de déclarants donateurs.

En ce qui concerne les déclarants ayant indiqué avoir fait des dons, la valeur médiane de leurs dons a augmenté chaque année depuis 1998. En 2006, le montant du don médian s'est établi à 250 \$, en hausse par rapport au don médian de 240 \$ enregistré en 2005. Autrement dit, la moitié de ceux qui ont déclaré des dons de charité ont versé plus de 250 \$, et l'autre moitié, moins que cette somme.

Les donateurs du Nunavut figurent en tête des provinces et des territoires en ce qui concerne le don médian depuis 2000. La tendance s'est maintenue en 2006, le Nunavut ayant affiché un don médian de 450 \$. Les donateurs de l'Île-du-Prince-Édouard arrivent au deuxième rang, ayant enregistré un don médian de 350 \$, suivis des donateurs de Terre-Neuve-et-Labrador (330 \$). En 2006, le montant du don médian a augmenté dans l'ensemble des provinces et des territoires.

Parmi les régions métropolitaines de recensement, les donateurs d'Abbotsford (Colombie-Britannique) ont déclaré le don médian de loin le plus important (620 \$).

Les donateurs de Toronto se classent au deuxième rang (don médian de 360 \$), devançant Vancouver de peu (340 \$). Pour une quatrième année consécutive, Abbotsford et Toronto occupent les deux premiers rangs du classement en ce qui a trait aux dons médians les plus élevés.

Nota : La banque de données sur les dons de charité fournit des renseignements sur les déclarants qui ont demandé un crédit d'impôt pour des dons de charité dans leur déclaration de revenus de 2006. Seuls les dons versés aux oeuvres de bienfaisance et aux organismes agréés qui offrent des reçus officiels peuvent être déduits. Il est possible de reporter des dons de charité sur les cinq années suivant celle où ils ont été versés. Les dons de charité de 2006 peuvent donc comprendre des dons versés au cours des cinq années précédentes. Selon le droit fiscal, les déclarants peuvent porter en déduction d'impôt à la fois leurs dons de charité et ceux de leur conjoint afin d'obtenir les meilleurs avantages fiscaux. Ainsi, le nombre de donateurs pourrait être plus élevé que le nombre de déclarants ayant demandé le crédit d'impôt.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 111-0001 à 111-0003.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 4106.

La banque de données *Dons de charité* (13C0014, prix variés) est maintenant offerte pour le Canada, les provinces et les territoires, les villes, les régions métropolitaines de recensement, les divisions de recensement, les circonscriptions électorales fédérales, les régions de tri d'acheminement (les trois premiers caractères du code postal) et les itinéraires de facteur.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-9720 ou composez sans frais le 1-866-652-8443 (infodra@statcan.ca), Division des données régionales et administratives. Télécopieur : 613-951-4745 ou composez sans frais le 1-866-652-8444. □

Dons de charité

	2006	2005 à 2006	2006	2005 à 2006	2006	2006
	Donateurs		Dons de charité		Déclarants ayant rapporté des dons	
	nombre	variation en %	en milliers de dollars	variation en %	dons médians en dollars	%
Canada	5 752 630	-1,4	8 529 976	8,3	250	25
Terre-Neuve-et-Labrador	83 450	0,0	79 652	13,9	330	22
Île-du-Prince-Édouard	26 850	-0,7	28 386	8,1	350	26
Nouvelle-Écosse	160 770	-1,3	203 904	10,6	300	24
Nouveau-Brunswick	127 540	-2,4	163 515	10,2	290	23
Québec	1 286 190	-0,3	780 058	5,6	130	22
Ontario	2 335 890	-2,2	4 089 748	5,7	310	27
Manitoba	233 270	-1,4	407 691	8,3	310	28
Saskatchewan	182 690	-1,6	266 325	13,0	310	26
Alberta	600 160	-0,2	1 289 145	15,5	320	25
Colombie-Britannique	705 080	-1,5	1 208 068	9,7	320	23
Yukon	4 470	-4,5	5 294	15,2	240	21
Territoires du Nord-Ouest	4 660	-2,1	5 581	7,0	220	17
Nunavut	1 630	-4,7	2 608	13,8	450	11

Note: Les chiffres ayant été arrondis, les totaux peuvent ne pas correspondre.

Papier-toiture asphalté

Septembre 2007

Il est maintenant possible de consulter les données de septembre sur le papier-toiture asphalté.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0052.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2123.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au 613-951-9497 ou composez sans frais le 1-866-873-8789 (manufact@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Énergie électrique

Août 2007

Il est maintenant possible de consulter les données d'août sur l'énergie électrique.

Données stockées dans CANSIM : tableau 127-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2151.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au 613-951-9497 ou composez sans frais le 1-866-873-8789 (energ@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Charbon et coke

Août 2007

Il est maintenant possible de consulter les données d'août sur le charbon et le coke.

Données stockées dans CANSIM : tableau 303-0016.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2003 et 2147.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au 613-951-9497 ou composez sans frais le 1-866-873-8789 (energ@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Nouveaux produits

Emploi, gains et durée du travail, août 2007, vol. 85, n^o 8

Numéro au catalogue : 72-002-XIB
(gratuit).

Culture, tourisme et Centre de la statistique de l'éducation : documents de recherche : «Cheminements des jeunes Canadiens des études au marché du travail : résultats de l'Enquête auprès des jeunes en transition», 2003, n^o 54
Numéro au catalogue : 81-595-MIF2007054
(gratuit).

Distribution de productions cinématographiques, vidéo et audiovisuelles : tableaux de données, 2005
Numéro au catalogue : 87F0010XWF
(gratuit).

Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.

Les numéros au catalogue se terminant par : -XWF, -XIB ou -XIF représentent la version électronique offerte sur Internet, -XMB ou -XMF, la version microfiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB ou -XDF, la version électronique sur disquette, -XCB ou -XCF, la version électronique sur CD-ROM, -XVB ou -XVF, la version électronique sur DVD-ROM et -XBB ou -XBF, une base de données.

Pour commander les produits

Pour commander par téléphone, ayez en main :

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

Au Canada et aux États-Unis, composez le :	1-800-267-6677
Pour les autres pays, composez le :	1-613-951-2800
Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le :	1-877-287-4369
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte, composez le :	1-877-591-6963

Pour commander par la poste, écrivez à : Finances, immeuble R.-H.-Coats, 6^e étage, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 6 % de TPS et la TVP en vigueur.

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

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

Catalogue 11-001-XIF 11-070-150-00000001	
 Le Quotidien Statistique Canada	
Le jeudi 8 juin 1997 Deuxième édition à 8 h 30	
PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS	
● Transport urbain, 1996 Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 45 déplacements au travail et les services de transport urbain, soit le mode le plus éco-énergétique du cours des 25 dernières années. ● Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996 À l'instar de la croissance de l'emploi et des emplois, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été, contrairement aux attentes, négative.	2 5
AUTRES COMMUNIQUÉS	
- Indice des offres d'emploi, mai 1997 - Enquête sur les entreprises à court terme - Aide au revenu personnel, novembre 1996 - Production d'acier, avril 1997	10 10 11 11
NOUVELLES PARUTIONS	
	12
 Statistique Canada	

Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

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

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à listproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2007. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.