



Le Quotidien

Statistique Canada

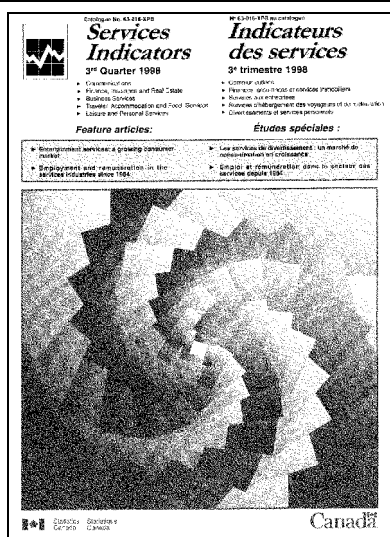
Le vendredi 15 janvier 1999

Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Ventes de véhicules automobiles neufs, novembre 1998** 3
Grâce à la vigueur des ventes de voitures particulières neuves, les ventes de véhicules automobiles neufs se sont redressées de 6,2 % en novembre pour se chiffrer à 118 609 unités.
- **Les services de divertissement: un marché de consommation en croissance, 1986 à 1996** 6
En 1996, près de la moitié des dépenses de consommation en services de divertissement est allée aux services de câblodistribution, venant ainsi consolider la position de la câblodistribution comme principale composante du marché global des services de divertissement. Au total, les Canadiens ont dépensé 5,8 milliards de dollars en services de divertissement en 1996, un chiffre en hausse substantielle de 50 % par rapport à 1986.

(suite à la prochaine page)



Indicateurs des services Troisième trimestre de 1998

La publication trimestrielle *Indicateurs des services* établit le profil du secteur des services au Canada. Outre des études spéciales, elle contient 34 tableaux mis à jour et près de 100 graphiques illustrant les chiffres des huit derniers trimestres sur l'aspect financier, la production, l'emploi et la rémunération dans diverses branches du secteur des services.

Ce numéro d'*Indicateurs des services* présente un article intitulé «Les services de divertissement: un marché de consommation en croissance», qui analyse les dépenses consacrées par les ménages canadiens aux services de divertissement. Il présente aussi l'article «Emploi et rémunération dans le secteur des services depuis 1984», qui brosse un tableau historique descriptif de l'évolution de l'emploi à temps plein et à temps partiel, du travail autonome et de la rémunération moyenne.

Le numéro du troisième trimestre de 1998 d'*Indicateurs des services* (63-016-XPB, 35 \$ / 116 \$; 63-016-XIB, 26 \$ / 87 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Don Little au (613) 951-6739 (littdon@statcan.ca), Division des services.



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

AUTRES COMMUNIQUÉS

| | |
|---|---|
| Huiles et corps gras, novembre 1998 | 9 |
| Statistiques laitières, novembre et décembre 1998 | 9 |

NOUVELLES PARUTIONS

10

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 18 janvier au 22 janvier 1999

12

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

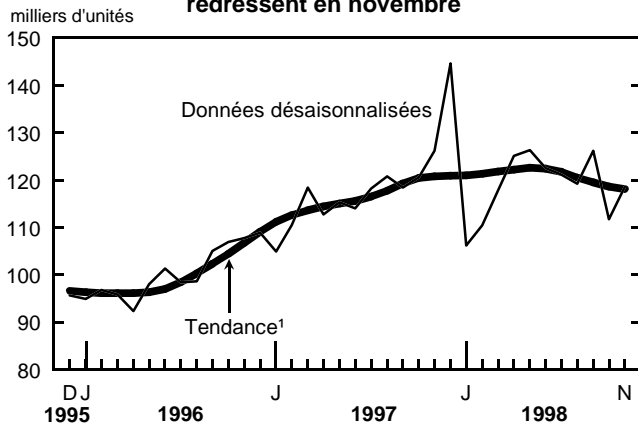
Ventes de véhicules automobiles neufs

Novembre 1998

Grâce à la vigueur des ventes de voitures particulières neuves, les ventes de véhicules automobiles neufs se sont redressées de 6,2 % en novembre pour se chiffrer à 118 609 unités. L'accroissement de novembre n'a cependant pas été suffisant pour compenser la baisse de 11,5 % qui s'est produite en octobre. Les ventes de novembre ont été de 6,0 % inférieures aux ventes de la même période l'année précédente. (À moins d'indication contraire, tous les chiffres sont désaisonnalisés.)

En général, les ventes de véhicules automobiles neufs diminuent depuis le printemps 1998. Cette diminution peut être causée par plusieurs facteurs, comme le degré de confiance des consommateurs en l'économie. Les consommateurs s'habituent peut-être aussi à ce que les constructeurs et les vendeurs offrent de forts incitatifs, si bien qu'il est de plus en plus difficile de les attirer dans les salles d'exposition des véhicules neufs. Les ventes de véhicules neufs ont connu une progression régulière de l'été 1996 à l'automne 1997, puis elles ont stagné par la suite jusqu'au printemps 1998.

Les ventes des véhicules automobiles neufs se redressent en novembre



¹ La tendance à court terme représente une moyenne mobile des données.

Note aux lecteurs

On entend par voiture particulière les voitures utilisées à des fins personnelles ou servant à des fins commerciales (par exemple, les taxis et les voitures destinées à la location). Les camions comprennent les mini-fourgonnettes, les véhicules utilitaires à caractère sportif, les camions légers ou lourds, les fourgonnettes, les autocars et les autobus.

Les trois Grands constructeurs de véhicules automobiles (General Motors, Ford et Chrysler) peuvent vendre des véhicules automobiles neufs construits aussi bien en Amérique du Nord qu'à l'étranger (véhicules importés).

Pour des raisons de confidentialité des données, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

Les ventes de voitures particulières se sont redressées pendant que les ventes de camions stagnaient

Les ventes de voitures particulières neuves ont bondi de 14,0 % en novembre, après avoir diminué de 10,8 % en octobre. Les consommateurs ont acheté 64 047 voitures particulières neuves en novembre, ce qui constitue le meilleur niveau mensuel depuis avril 1998. Les ventes de novembre ont été de 3,5 % supérieures à celles de la même période l'année précédente. Les ventes de voitures particulières neuves stagnent en général depuis l'été 1998, après avoir connu une augmentation au début de l'année. Les ventes ont progressé de façon continue à partir du printemps 1996, puis sont demeurées stables du printemps 1997 jusqu'au début de 1998.

Après une diminution de 14,4 % en octobre, les ventes de voitures particulières neuves construites en Amérique du Nord ont connu une augmentation de 17,0 % en novembre. Les ventes sont demeurées à 1,5 % en dessous de ce qu'elles étaient en novembre de l'année précédente. Les ventes de voitures particulières construites en Amérique du Nord se sont accrues continuellement du printemps 1996 au printemps 1997, mais ont diminué depuis.

Par ailleurs, les ventes de voitures particulières neuves construites à l'étranger ont affiché en novembre une augmentation de 4,2 %. Les ventes ont été de 28,0 % supérieures à celles de novembre 1997, tandis que les ventes cumulatives de janvier à novembre 1998 étaient de 41,3 % supérieures à celles de la même période l'année précédente. En général, les ventes de voitures particulières construites à l'étranger ont progressé de façon continue à partir de l'automne 1996,

après avoir connu une période de recul constant à partir de l'été 1992.

Les ventes de camions neufs ont chuté de 1,7 % en novembre pour s'établir à 54 562 unités. Cette baisse a fait suite à une diminution de 12,1 % en octobre. Les ventes de novembre 1998 ont été de 15,1 % inférieures à celles de la même période l'année précédente. Les ventes de camions neufs ont progressé régulièrement de l'automne 1996 jusqu'à la fin de 1997, mais en général, elles ont diminué depuis. La baisse des ventes de camions neufs en 1998 fait contraste avec la forte augmentation des ventes qui s'est produite pendant la deuxième moitié de 1997.

Ventes de novembre en baisse dans la plupart des provinces

La plupart des provinces, en particulier les provinces de l'Ouest, ont affiché pour un deuxième mois consécutif une diminution d'une année à l'autre des ventes de véhicules automobiles neufs (chiffres non désaisonnalisés). En plus de l'absence de forts incitatifs à l'achat en novembre, il se peut que le marasme qui perdure quant au prix des marchandises ait contribué aux diminutions des ventes de véhicules

automobiles neufs par rapport à l'année précédente. La Saskatchewan (-23,7 %), l'Alberta (-20,6 %), le Manitoba (-16,2 %) et la Colombie-Britannique (-10,5 %) ont tous enregistré une diminution des ventes de véhicules automobiles neufs supérieure à 10 %. Seuls Terre-Neuve (+5,5 %) et le Québec (+1,2 %) ont affiché des gains.

Données stockées dans CANSIM: matrice 64.

Le numéro de novembre 1998 de *Ventes de véhicules automobiles neufs* (63-007-XIB, 13 \$ / 124 \$) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements ou pour obtenir des données, communiquez avec la Sous-section des services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (detaillantsinfo@statcan.ca), Section du commerce de détail, Division de la statistique du commerce. Pour obtenir des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Greg Peterson au (613) 951-3592 (petegre@statcan.ca). □

Ventes de véhicules automobiles neufs

| | Nov. 1997 | Oct. 1998 ^r | Nov. 1998 ^p | Nov. 1997 à nov. 1998 | Oct. à nov. 1998 |
|------------------------------------|----------------|---------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| données désaisonnalisées | | | | | |
| | | | | var. en % | |
| Véhicules automobiles neufs | 126 160 | 111 697 | 118 609 | -6,0 | 6,2 |
| Voitures particulières | 61 875 | 56 164 | 64 047 | 3,5 | 14,0 |
| Amérique du Nord ¹ | 51 325 | 43 197 | 50 541 | -1,5 | 17,0 |
| Importées | 10 551 | 12 967 | 13 506 | 28,0 | 4,2 |
| Les trois Grands | 37 687 | 30 622 | 34 860 | -7,5 | 13,8 |
| Autres marques | 24 188 | 25 542 | 29 187 | 20,7 | 14,3 |
| Camions, fourgonnettes, autobus | 64 285 | 55 533 | 54 562 | -15,1 | -1,7 |
| | Nov. 1997 | Nov. 1998 ^p | Nov. 1997 à nov. 1998 | Part du marché | |
| | | | | Nov. 1997 | Nov. 1998 |
| données non désaisonnalisées | | | | | |
| | | | var. en % | % | |
| Véhicules automobiles neufs | 112 385 | 106 440 | -5,3 | | |
| Voitures particulières | 52 300 | 54 693 | 4,6 | | |
| Amérique du Nord ¹ | 43 607 | 43 207 | -0,9 | 83,4 | 79,0 |
| Importées | 8 693 | 11 486 | 32,1 | 16,6 | 21,0 |
| Les trois Grands | 31 240 | 29 521 | -5,5 | 59,7 | 54,0 |
| Autres marques | 21 060 | 25 172 | 19,5 | 40,3 | 46,0 |
| Camions, fourgonnettes, autobus | 60 085 | 51 747 | -13,9 | | |
| Amérique du Nord ¹ | 54 489 | 46 847 | -14,0 | 90,7 | 90,5 |
| Importées | 5 596 | 4 900 | -12,4 | 9,3 | 9,5 |

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

¹ Construits ou assemblés au Canada, aux États-Unis ou au Mexique.

Les services de divertissement: un marché de consommation en croissance

1986 à 1996

En 1996, près de la moitié des dépenses de consommation en services de divertissement est allée aux services de câblodistribution, venant ainsi consolider la position de la câblodistribution comme principale composante du marché des services de divertissement.

En 1996, les Canadiens ont dépensé au total 5,8 milliards de dollars pour des services de divertissement, en hausse de 49,4 % (en chiffres réels) par rapport à 1986. (Les chiffres ont été corrigés pour tenir compte de l'inflation.) Même si les gens continuent d'aller au cinéma et d'assister à des spectacles sur scène ainsi qu'à des événements sportifs, c'est au poste des services de divertissement au foyer que leurs dépenses ont augmenté le plus rapidement.

Ainsi, les sommes consacrées à la location de services de câblodistribution ont atteint près de 2,8 milliards de dollars en 1996, en hausse considérable de 79,7 % par rapport à dix ans auparavant. Les services de câblodistribution ont accaparé 48 % de la part du marché de consommation des services de divertissement en 1996, comparativement à environ 40 % en 1986.

La location de vidéocassettes et de disques vidéo a obtenu 17 % du marché en 1996. Bien que cette proportion soit demeurée pratiquement inchangée par rapport à ce qu'elle était dix ans auparavant, les dépenses ont augmenté de 54 % pour atteindre un peu plus d'un milliard de dollars. Cette hausse s'explique principalement par le fait que la proportion des ménages qui louent des vidéocassettes est passée de 42 %, en 1986, à 61 % en 1996.

Comparativement à 1986, les consommateurs de 1996 ont dépensé davantage pour des spectacles sur scène et ont consacré moins d'argent au cinéma et aux événements sportifs.

En 1996, les services de divertissement ont obtenu environ 1,1 % du budget moyen du ménage canadien, comparativement à 0,7 % dix ans auparavant. Toujours en 1996, les ménages ont dépensé en moyenne 533 \$ en services de divertissement, contre 439 \$ dix ans auparavant, cette hausse étant attribuable principalement à l'augmentation des dépenses au poste des services de câblodistribution.

Les ménages avec enfants représentaient près de la moitié du marché des services de divertissement. Pour leur part, les couples sans enfant formaient 22 % du marché et les ménages composés d'une personne seule, un autre 15 %.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué est basé sur l'étude «Les services de divertissement: un marché de consommation en croissance», publiée dans le numéro du troisième trimestre de 1998 de Indicateurs des services qui paraît aujourd'hui.

Les services de divertissement font référence aux dépenses qui sont consacrées par les ménages aux services de câblodistribution, à la location de vidéocassettes, de disques vidéo et de jeux vidéo, aux services de diffusion par satellite, aux droits d'entrée au cinéma, à des spectacles sur scène et à des événements sportifs, ainsi qu'aux droits d'entrée à d'autres activités ou lieux de présentation comme les spectacles sur glace et les foires.

Les données sur les dépenses présentées dans cet article proviennent des 10 417 ménages, répartis entre les 10 provinces, qui ont répondu à l'Enquête sur les dépenses des familles (EDFAM) de 1996; les données de l'EDFAM de 1992 et de 1986 ont aussi été utilisées.

Pour fins de comparaison, les dépenses de 1986 et 1992 sont exprimées en dollars de 1996, au moyen d'une série d'indices des prix à la consommation.

Les entreprises de câblodistribution ont augmenté leurs services et leur clientèle s'est accrue

En 1986, les entreprises de câblodistribution desservaient environ 57 % de l'ensemble des ménages au Canada. Dix ans plus tard, ce taux atteignait 69 %. Les ménages ont consacré en moyenne 254 \$ à la location de services de câblodistribution en 1996, comparativement à seulement 174 \$ dix ans auparavant.

Durant cette décennie, les fournisseurs de services de câblodistribution ont attiré de nouveaux clients en élargissant considérablement la gamme des services offerts et en étendant les territoires desservis. Par ailleurs, cette croissance s'est faite malgré la forte hausse du coût des services de câblodistribution, qui ont grimpé de 66,9 % entre 1986 et 1996.

En 1996, les couples, avec et sans enfants, représentaient 61 % du marché des services de câblodistribution et les ménages monoparentaux, un autre 7 %. Les personnes vivant seules ont été proportionnellement les moins nombreuses à utiliser les services de câblodistribution; ces ménages ne formaient en effet que 18 % du marché des services de câblodistribution, alors qu'ils représentaient 23 % de l'ensemble des ménages.

Hausse substantielle de la location de vidéocassettes

En 1996, les ménages ont consacré en moyenne 92 \$ à la location de vidéocassettes, comparativement à seulement 74 \$ dix ans auparavant. Cette hausse est

sans doute un effet indirect de la popularité croissante des magnétoscopes. En 1986, seulement 35 % des ménages possédaient un magnétoscope; en 1996, leur proportion est passée à 84 %.

Fait peu surprenant, c'était chez les ménages avec enfants que la location de vidéocassettes était la plus populaire. En 1996, les quatre cinquièmes de ces ménages ont loué des vidéocassettes, pour une dépense moyenne de 138 \$.

Dans l'ensemble, alors qu'ils ne représentaient que le tiers seulement de tous les ménages, les couples avec enfants ont consacré 507 millions de dollars à la location de vidéocassettes, ce qui correspond à la moitié de ce marché de consommation.

Un nouveau service de divertissement: la location de jeux vidéo

La location de jeux vidéo fait partie depuis peu des activités de divertissement au foyer. En 1996, les ménages ont consacré en moyenne 8 \$ à la location de jeux vidéo, la proportion des ménages s'adonnant à cette activité étant d'environ un sur dix.

Malgré tout, la valeur de ce marché de consommation a atteint 87 millions de dollars en 1996, ou 1,5 % de l'ensemble du marché des services de divertissement. Là encore, les ménages avec enfants sont les plus grands consommateurs, représentant les trois quarts du marché de location des jeux vidéo.

Le cinéma: hausse de la fréquentation, mais réduction des dépenses

En 1996, les dépenses consacrées au cinéma n'ont représenté que 11 % de l'ensemble du marché des services de divertissement, alors que cette proportion atteignait 17 % il y a dix ans. Les consommateurs ont dépensé 627 millions de dollars en droits d'entrée au cinéma en 1996, en baisse de 4,2 % (en chiffres réels) par rapport à 1986.

Cette baisse s'est produite en dépit de l'augmentation de la proportion des ménages dont un membre a payé des droits d'entrée au cinéma; cette proportion a en effet augmenté de 52 % en 1986 à 56 % en 1996. De plus, la fréquentation des cinémas et des ciné-parcs a atteint un sommet inégalé en 14 ans, pour se chiffrer à 91,8 millions en 1996-1997; il s'agit d'une hausse de 4 % par rapport à l'année précédente et de la cinquième hausse annuelle consécutive.

Toutefois, parmi les ménages participants, le montant moyen dépensé en droits d'entrée au cinéma est passé de 142 \$ en 1986 à 103 \$ en 1996. La baisse des droits moyens d'entrée au cinéma, au début et au milieu des années 1990, pourrait avoir contribué

à cette réduction des dépenses. C'est en effet à cette période que les exploitants de cinémas ont introduit davantage de rabais, comme les «mardis à rabais», les matinées pour enfants et autres rabais en soirée.

Les ménages avec enfants ont représenté 52 % du marché de consommation du cinéma en 1996, même s'ils ne formaient que 41 % de l'ensemble des ménages.

Réduction de la part du marché allant aux spectacles sur scène

De 1986 à 1996, le marché de consommation des spectacles sur scène, comme les concerts et le théâtre, s'est accru de 8,2 % en chiffres réels, pour atteindre 670 millions de dollars. Malgré cela, la part du marché des services de divertissement allouée aux spectacles sur scène est passée de 16 % à environ 12 %.

Les spectacles sur scène ont également connu une baisse pour ce qui est de la proportion des ménages qui y assistent. En 1986, 39 % des ménages ont déclaré des dépenses pour des spectacles sur scène; en 1996, cette proportion n'était plus que de 36 %. Les ménages disposant des revenus les plus élevés formaient la majeure partie du marché de consommation des spectacles sur scène.

Perte de popularité du côté des événements sportifs

De 1986 à 1996, la valeur du marché de consommation des événements sportifs a reculé de 3,7 % pour se chiffrer à 401 millions de dollars, ce recul étant partiellement attribuable à la diminution de la proportion des ménages qui achètent des billets pour de tels événements. Cette proportion est ainsi passée de 27 % à 22 %.

En 1996, les ménages avec enfants ont représenté 53 % du marché des événements sportifs. Alors que les ménages monoparentaux n'ont consacré en moyenne que 22 \$ à de tels événements, les couples avec enfants y ont alloué 53 \$. Enfin, bien qu'ils soient plus nombreux, les ménages sans enfants n'ont représenté que le tiers du marché des événements sportifs.

Le numéro du troisième trimestre de 1998 de *Indicateurs de services* (63-016-XPB, 35 \$ / 116 \$; 63-016-XIB, 26 \$ / 87 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Louise Earl au (61) 951-2880, Division de l'analyse des enquêtes sur le travail et auprès des ménages. Pour obtenir plus de renseignements sur la publication

Indicateurs de services, communiquez avec Don Little au (613) 951-6739 (littdon@statcan.ca), Division des services.

**Parts du marché de consommation des services de divertissement
1986-1996**

| | 1986 | | 1996 | |
|---|--|---|--|---|
| | Marché de consommation (en dollars de 1996) ¹ | Part du marché de consommation des services de divertissement | Marché de consommation (en dollars de 1996) ¹ | Part du marché de consommation des services de divertissement |
| | milliers de \$ | % | milliers de \$ | % |
| Services de divertissement | 3 884 872 | 100 | 5 805 874 | 100 |
| Services de câblodistribution | 1 539 790 | 39,6 | 2 766 884 | 47,6 |
| Location de vidéocassettes et de disques vidéo | 654 853 | 16,9 | 1 008 290 | 17,4 |
| Location de jeux vidéo | .. | .. | 86 621 | 1,5 |
| Droits d'entrée au cinéma | 654 853 | 16,9 | 627 101 | 10,8 |
| Droits d'entrée aux spectacles sur scène | 619 456 | 15,9 | 670 012 | 11,5 |
| Droits d'entrée aux événements sportifs | 415 920 | 10,7 | 401 083 | 6,9 |
| Droits d'entrée aux autres activités et lieux de présentation | .. | .. | 184 512 | 3,2 |
| Services de diffusion par satellite | .. | .. | 61 371 | 1,1 |

¹ On a calculé la valeur du marché de consommation en multipliant les dépenses moyennes par ménage par le nombre estimé de ménages. Le nombre estimé de ménages comprend uniquement les ménages pour une année entière.

.. Nombres indisponibles.



AUTRES COMMUNIQUÉS

Huiles et corps gras

Novembre 1998

En novembre 1998, les fabricants d'huiles désodorisées de tout genre en ont produit 111 092 tonnes, en baisse de 0,9 % par rapport aux 112 048 tonnes produites en octobre 1998. La production cumulative pour l'année 1998 est de 1 142 520 tonnes, en baisse de 0,6 % comparativement aux 1 149 921 tonnes pour la même période en 1997.

Les ventes intérieures d'huile de margarine désodorisée se sont chiffrées à 8 529 tonnes, celles d'huile de friture désodorisée, à 29 566 tonnes et celles d'huile à salade désodorisée, à 33 421 tonnes.

Données stockées dans CANSIM: matrice 185.

Le numéro de novembre 1998 d'*Huiles et corps gras* (32-006-XIB, 5 \$ / 47 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Peter Zylstra au (613) 951-3511 (zylspet@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Statistiques laitières

Novembre et décembre 1998 (données provisoires)

Les statistiques laitières mensuelles provisoires de novembre et de décembre 1998 sont maintenant disponibles. Ces données figureront dans le numéro d'octobre-décembre 1998 de *La revue laitière* (23-001QXPB, 36 \$ / 119 \$; 23-001QXIB, 27 \$ / 89 \$), qui paraîtra en février. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Debbie Dupuis au 1 800 465-1991, Division de l'agriculture. Télécopieur: (613) 951-3868. ■

NOUVELLES PARUTIONS

Infomat - revue hebdomadaire

Numéro au catalogue: 11-002-XIF

(Canada: 3\$/109\$; à l'extérieur du Canada: 3\$US/109\$US).

Infomat - revue hebdomadaire

Numéro au catalogue: 11-002-XPF

(Canada: 4\$/145\$; à l'extérieur du Canada: 4\$US/145\$US).

Comptes économiques et financiers nationaux,

estimations trimestrielles, 3^e trimestre de 1998

Numéro au catalogue: 13-001-XPB

(Canada: 44\$/145\$; à l'extérieur du Canada: 44\$US/145\$US).

Production minérale du Canada, 1997

Numéro au catalogue: 26-202-XIB

(Canada: 19\$; à l'extérieur du Canada: 19\$US).

Mines métalliques, 1996

Numéro au catalogue: 26-223-XIB

(Canada: 23\$; à l'extérieur du Canada: 23\$US).

Carrières et sablières, 1996

Numéro au catalogue: 26-225-XIB

(Canada: 19\$; à l'extérieur du Canada: 19\$US).

Huiles et corps gras, novembre 1998

Numéro au catalogue: 32-006-XIB

(Canada: 5\$/47\$; à l'extérieur du Canada: 5\$US/47\$US).

Indicateurs des services, 3^e trimestre de 1998

Numéro au catalogue: 63-016-XIB

(Canada: 26\$/87\$; à l'extérieur du Canada: 26\$US/87\$US).

Indicateurs des services, 3^e trimestre de 1998

Numéro au catalogue: 63-016-XPB

(Canada: 35\$/116\$; à l'extérieur du Canada: 35\$US/116\$US).

Balance des paiements internationaux du Canada, 3^e trimestre de 1998

Numéro au catalogue: 67-001-XIB

(Canada: 29\$/93\$; à l'extérieur du Canada: 29\$US/93\$US).

Balance des paiements internationaux du Canada, 3^e trimestre de 1998

Numéro au catalogue: 67-001-XPB

(Canada: 38\$/124\$; à l'extérieur du Canada: 38\$US/124\$US).

Opérations internationales du Canada en valeurs mobilières, octobre 1998

Numéro au catalogue: 67-002-XPB

(Canada: 18\$/176\$; à l'extérieur du Canada: 18\$US/176\$US).

Les prix n'incluent pas les taxes de vente.

Les numéros au catalogue se terminant par: -XIB ou -XIF représentent la version électronique en vente sur Internet, -XMB ou -XMF la version microfiche et -XPB ou -XPF, la version papier.

Pour commander les publications

Simplifiez vos recherches en feuilletant le *Catalogue de Statistique Canada* (11-204-XPF, Canada 16\$; à l'extérieur du Canada: 16\$US). L'index des mots-clés vous aidera à trouver des données statistiques sur l'activité économique et sociale.

Pour commander les publications par téléphone:


Ayez en main: • Titre • Numéro au catalogue • Numéro de volume • Numéro de l'édition • Numéro de VISA ou de MasterCard.

| | |
|--|-------------------------|
| Au Canada et aux États-Unis, composez: | 1 800 267-6677 |
| Pour les autres pays, composez: | 1 613 951-7277 |
| Pour envoyer votre commande par télécopieur: | 1 800 889-9734 |
| Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte: | 1 800 700-1033 |
| Internet: | order@statcan.ca |

Pour commander par la poste, écrivez à: Gestion de la circulation, Division des opérations et de l'intégration, 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 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

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

Catalogue 11-001F (Anglais) 11-016/1554 (200401)



Statistique Canada

Le Jeudi 6 juin 1997
Pour être relié à 9 h 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
Malgré la période difficile des services de transport urbain, les Canadiens y ont de mieux en mieux recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 46 déplacements ou commutés les services de transport urbain, après 35 déplacements en 1995, ce qui représente un accroissement de 25 pour cent.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996** 5
À l'instar de la croissance de l'activité et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 s'est accrue encore une fois notablement.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Index de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Énergie sur les installations à court terme 12
- Ajuster les termes pertinents sur l'immobilier le 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

Nouvelles parutions 12

Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F.

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

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

Rédactrice: Sandra Duchesne (613) 951-1187, duchsan@statcan.ca
 Chef de la Diffusion officielle: Jacques Lefebvre (613) 951-1088

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 1999. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source: Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire: Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001F au catalogue, date et numéros de page.

CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS

Du 18 janvier au 22 janvier 1999

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

| Date de parution | Titre | Période de référence |
|-------------------------|--|-----------------------------|
| 18 | L'innovation dans les industries de services dynamiques | 1996 |
| 19 | Enquête mensuelle sur les industries manufacturières | Novembre 1998 |
| 19 | Voyages entre le Canada et les autres pays | Novembre 1998 |
| 20 | Indice des prix à la consommation | Décembre 1998 |
| 20 | Commerce de gros | Novembre 1998 |
| 21 | Commerce international de marchandises du Canada | Novembre 1998 |
| 21 | Indice composite | Décembre 1998 |
| 22 | Commerce de détail | Novembre 1998 |
