



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 11 mai 1999

Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, 1998 et troisième et quatrième trimestres de 1998**

En 1998, les consommateurs ont dépensé davantage dans les magasins de vente au détail pour l'achat de véhicules automobiles et produits connexes que pour l'achat d'aliments, de vêtements et de chaussures combiné. Pour chaque tranche de 100 \$ dépensée dans ces magasins, les Canadiens ont déboursé 35,00 \$ en véhicules automobiles et produits connexes, comparativement à 19,44 \$ en aliments et à 9,89 \$ en vêtements et chaussures.

2

- **Enquête mensuelle sur les détaillants majeurs, 1998 et février 1999**

Un groupe d'environ 80 détaillants majeurs a gagné du terrain sur les autres détaillants en 1998 pour ce qui est de sa part du marché dans le commerce de détail.

5

AUTRES COMMUNIQUÉS

- | | |
|---|---|
| Transporteurs routiers de marchandises pour compte d'autrui - tous les transporteurs, quatrième trimestre de 1998 | 8 |
| Enquête annuelle sur les industries manufacturières, 1997 | 8 |

NOUVELLES PARUTIONS

10



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail

1998 et troisième et quatrième trimestres de 1998

En 1998, les consommateurs ont dépensé davantage dans les magasins de vente au détail pour l'achat de véhicules automobiles et produits connexes que pour l'achat d'aliments, de vêtements et de chaussures combiné.

Pour chaque tranche de 100 \$ dépensée dans les magasins de vente au détail, les Canadiens ont déboursé 35,00 \$ en véhicules automobiles et produits connexes, comparativement à 19,44 \$ en aliments et à 9,89 \$ en vêtements et chaussures. Ces proportions étaient sensiblement les mêmes en 1997.

Le quatrième groupe de marchandises, en importance de vente, était celui des articles d'ameublement et appareils électroniques, qui a obtenu 7,31 \$ pour chaque 100 \$ dépensé par les consommateurs. Les achats de médicaments sur ordonnance et en vente libre correspondent à 3,99 \$, ce qui devance légèrement les 3,83 \$ d'achats en articles de sport et de loisir. Les consommateurs ont dépensé 3,22 \$ pour chaque tranche de 100 \$ en boissons alcoolisées, comparativement à 2,37 \$ en produits du tabac et fournitures.

Au total, les dépenses dans les magasins de vente au détail ont atteint 246,8 milliards de dollars en 1998, en hausse de 3,6 % par rapport à 1997. Les consommateurs ont dépensé environ 86,4 milliards de dollars en véhicules automobiles et produits connexes et 59,3 milliards de dollars en aliments et boissons.

De toutes les ventes reliées à l'automobile, approximativement 42 % l'ont été pour des véhicules neufs - automobiles, camions, mini-fourgonnettes et véhicules utilitaires à caractère sportif -, y compris les locations de crédit-bail à leur pleine valeur et non à la valeur de leurs paiements mensuels. Un autre 18 % a été déboursé pour les véhicules d'occasion, 18 %, en carburant et huile, 13 %, en pièces et 10 %, en main-d'oeuvre.

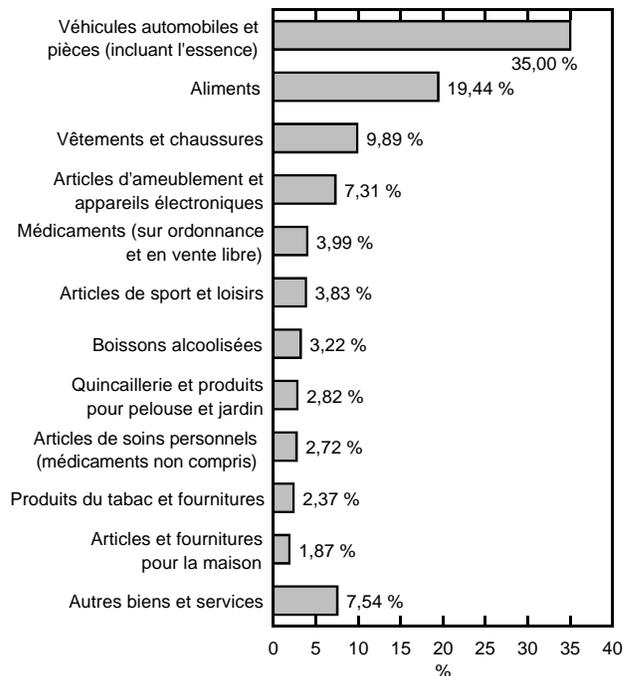
Note aux lecteurs

L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail fournit des estimations trimestrielles, à l'échelle nationale, des biens et services vendus dans les divers genres de commerce de détail. Elle fonctionne conjointement avec l'Enquête mensuelle sur les ventes au détail, qui fournit des estimations des ventes totales par genre de commerce de détail.

Les estimations révisées annuelles de 1997 et des premier et deuxième trimestres de 1998 ainsi que les estimations provisoires du troisième et du quatrième trimestre de 1998 sont publiées aujourd'hui.

Les données trimestrielles sur les marchandises vendues au détail n'ont pas été rajustées pour tenir compte des variations saisonnières.

Ventes au détail par groupe de marchandises, 1998



Part du marché: où les consommateurs achètent-ils leurs biens?

Les données fournies par l'Enquête sur les marchandises vendues au détail permettent une analyse des parts du marché pour divers genres de commerce en regard de certaines marchandises. Les données indiquent les genres de commerce dans

lesquels les consommateurs préfèrent acheter ces marchandises, ainsi que les changements dans les préférences des consommateurs.

Par exemple, les Canadiens ont déboursé 16,6 milliards de dollars en articles de santé et de soins personnels en 1998. Les articles de santé et de soins personnels comprennent les cosmétiques, les médicaments (sur ordonnance et en vente libre), les vitamines, les produits optiques et les autres articles de toilette. Même si les pharmacies détiennent la majeure partie du marché pour ces produits (61,8 %), les consommateurs ont décidé d'acheter pour une valeur de 6,3 milliards de dollars de ces produits dans d'autres genres de magasins. Les magasins d'alimentation se sont approprié 2,6 milliards de dollars (15,8 %) du marché, alors que les magasins de marchandises diverses ont saisi un autre 2,4 milliards de dollars (14,6 %).

Les ventes des produits du tabac et fournitures ont totalisé 5,8 milliards de dollars en 1998. Malgré que la majorité (61,1 %) ait été achetée dans les magasins d'alimentation (incluant les supermarchés ainsi que les dépanneurs), les pharmacies ont obtenu 387,5 millions de dollars (6,6 %) du marché du tabac. Le reste a été principalement acheté dans les magasins de marchandises diverses, les stations-services et les boutiques hors taxes.

Les pharmacies, en fait, vendent un large éventail de produits. En 1998, les consommateurs ont acheté pour 855 millions de dollars d'aliments et boissons à la pharmacie, surtout sous forme de bonbons et d'aliments à grignoter (493 millions de dollars). Ils ont aussi acheté pour 353 millions de dollars d'articles d'ameublement et d'articles électroniques (par exemple des appareils photo et produits connexes), 329 millions de dollars d'articles et fournitures pour la maison, surtout des produits d'entretien ménager, 125 millions de dollars de journaux, magazines et livres, 30 millions de dollars de bas pour dames et 22 millions de dollars de bijoux et articles de cuir.

Données trimestrielles: les préférences des consommateurs se déplacent légèrement durant la période de Noël

L'analyse du marché de certains commerces de détail d'un trimestre à l'autre montre des déplacements dans les habitudes d'achats des consommateurs.

Au cours du quatrième trimestre de 1998, les Canadiens ont acheté la plupart (55,2 %) de leurs

articles d'ameublement et appareils électroniques dans les magasins spécialisés. Cependant, les grands magasins ont augmenté leur part pour ces articles pendant la période des fêtes, enregistrant 20,3 % du marché, en hausse par rapport à 16,7 % au troisième trimestre de 1998. Les autres magasins de marchandises diverses, combinés au magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile, ont aussi connu des augmentations. Leur part de marché des meubles, appareils ménagers et appareils électroniques s'est accrue, passant de 11,8 % à 14,1 %.

Les grands magasins se sont aussi approprié une part plus grande du marché pour ce qui est des vêtements et chaussures durant la période de Noël. Au cours du quatrième trimestre de 1998, les consommateurs ont acheté 26,9 % de leurs vêtements et chaussures dans les grands magasins, comparativement à 24,4 % au trimestre précédent. Les magasins spécialisés continuent de détenir la majorité des ventes de vêtements et chaussures au quatrième trimestre de 1998 (50,8 %).

Le gain des grands magasins dans les ventes de vêtements pour hommes a été encore plus prononcé que leur gain dans les ventes de vêtements pour dames. Leur part du marché de vêtements pour hommes est passée de 25,6 % à 29,3 % (une hausse de 3,7 points de pourcentage) du troisième au quatrième trimestre de 1998. Par contre, leur part du marché de vêtements pour dames est passée de 22,5 % à 25,2 % (une hausse de 2,7 points de pourcentage).

Au total, les consommateurs ont déboursé 66,7 milliards de dollars dans les magasins de vente au détail au cours des trois derniers mois de 1998. (Les données trimestrielles n'ont pas été corrigées pour tenir compte des variations saisonnières.)

Pour obtenir des données, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou en composant sans frais le 1 877 421-3067 (retailinfo@statcan.ca). Pour des renseignements sur l'analyse des données ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Leslie Kiss au 951-3556, Section du commerce des marchandises de détail, Division de la statistique du commerce. □

Part des ventes des magasins selon la catégorie de marchandises

1998

	Magasins d'alimentation	Pharmacies	Magasins de chaussures et de vêtements	Magasins de meubles, d'appareils ménagers et d'articles d'ameublement	Magasins de marchandises diverses et de pièces et accessoires pour véhicules automobiles	Autres magasins de vente au détail	Ensemble des magasins de vente au détail
	%						
Marchandises							
Aliments et boissons	80,1	6,6	0,3	0,0	10,7	7,1	24,0
Articles de santé et de soins personnels	4,5	79,1	1,1	0,0	5,6	1,1	6,7
Vêtements, chaussures et accessoires	0,3	0,5	92,5	0,1	18,5	3,1	9,9
Articles d'ameublement et appareils électroniques	0,4	2,7	1,1	84,7	13,0	1,0	7,3
Véhicules automobiles, pièces et services	0,0	0,0	0,0	0,7	25,3	56,3	28,8
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	1,6	0,0	0,0	0,0	1,4	12,8	6,2
Tous les autres biens et services	13,0	11,0	5,0	14,5	25,5	18,5	17,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Part des marchandises vendues selon le type de magasin

1998

	Magasins d'alimentation	Pharmacies	Magasins de chaussures et de vêtements	Magasins de meubles, d'appareils ménagers et d'articles d'ameublement	Magasins de marchandises diverses et de pièces et accessoires pour véhicules automobiles	Autres magasins de vente au détail	Ensemble des magasins de vente au détail
	%						
Marchandises							
Aliments et boissons	78,0	1,4	0,1	0,0	7,8	12,7	100,0
Articles de santé et de soins personnels	15,8	61,8	0,9	0,0	14,6	6,9	100,0
Vêtements, chaussures et accessoires	0,7	0,3	52,7	0,0	32,6	13,7	100,0
Articles d'ameublement et appareils électroniques	1,3	2,0	0,8	58,9	30,9	6,1	100,0
Véhicules automobiles, pièces et services	0,0	0,0	0,0	0,1	15,3	84,6	100,0
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	6,1	0,0	0,0	0,0	3,9	90,0	100,0
Tous les autres biens et services	17,7	3,4	1,6	4,3	26,0	46,9	100,0
Total	23,4	5,2	5,6	5,1	17,4	43,3	100,0

Enquête mensuelle sur les détaillants majeurs

1998 et février 1999 (données provisoires)

Un groupe d'environ 80 détaillants majeurs a gagné du terrain sur les autres détaillants en 1998 pour ce qui est de sa part du marché dans le commerce de détail.

Les ventes réalisées par ce groupe de détaillants majeurs ont atteint 68,0 milliards de dollars en 1998, en hausse de 8,0 % par rapport à l'année précédente. Comparativement, les ventes des autres magasins de détail, à l'exclusion des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, sont demeurées relativement inchangées.

Ainsi, en 1998, le groupe des détaillants majeurs représentait environ 35 % du commerce de détail total, exception faite des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, comparativement à 33 % l'année précédente.

Sur une base mensuelle, le groupe des détaillants majeurs a enregistré une augmentation de ses ventes de 6,0 % en février 1999 par rapport au même mois en 1998. (Les données du présent communiqué ne sont pas désaisonnalisées.)

Popularité des détaillants majeurs en articles et fournitures pour la maison et en vêtements

Les Canadiens ont dépensé 68 cents de chaque dollar consacré à des articles et fournitures pour la maison chez l'un des détaillants majeurs visés par l'enquête. (Les articles et fournitures pour la maison incluent des articles tels que les batteries de cuisine, les articles de table, les produits d'entretien ménager, les emballages pour aliments et les balais.) Les détaillants majeurs ont aussi reçu 57 cents de chaque dollar dépensé en vêtements, chaussures et accessoires, et 51 cents pour chaque dollar dépensé en articles d'ameublement et appareils électroniques.

De plus, les consommateurs ont acheté 41 % de leurs aliments et boissons, 37 % de leurs articles de quincaillerie et de leurs produits pour pelouse et jardin ainsi que 34 % de leurs articles de sport et loisirs chez l'un des détaillants majeurs.

Presque 30 % de tous les articles de santé et de soins personnels vendus en 1998 ont été achetés chez un membre du groupe des détaillants majeurs, tandis que 12 % de tous les autres biens et services provenaient de l'un des détaillants majeurs.

Note aux lecteurs

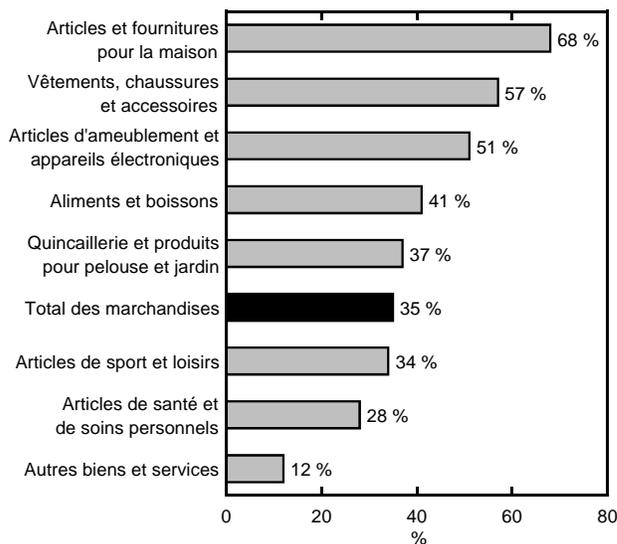
L'Enquête mensuelle sur les détaillants majeurs offre une ventilation des ventes selon les marchandises vendues, à l'échelle canadienne, pour un groupe d'environ 80 détaillants majeurs. Ces derniers sont sélectionnés en fonction du niveau de leurs ventes et de leurs secteurs d'activité au détail.

L'enquête vise les détaillants en alimentation, en vêtements, en articles d'ameublement, en appareils électroniques, en articles de sport et en marchandises diverses. Les données relatives aux ventes de plus de 100 types de marchandises sont disponibles sur une base mensuelle.

Aucune des données n'a été désaisonnalisée ni corrigée pour refléter les changements occasionnés par le nombre ou l'importance de journées d'affluence dans un mois de l'année. Par exemple, le nombre de samedis, normalement une forte journée d'affluence, peut différer d'un mois ou d'une année à l'autre.

Lorsqu'une comparaison est faite pour tous les produits vendus dans le commerce de détail, les marchandises vendues par les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs sont enlevées.

Part du marché pour le groupe des détaillants majeurs en 1998



Trois gammes de produits représentent la majorité des ventes

Groupées, trois gammes de produits représentaient 70 % de tous les articles vendus par le groupe des détaillants majeurs: aliments et boissons; vêtements, chaussures et accessoires; articles d'ameublement et appareils électroniques.

L'importance de cette gamme de produits chez les détaillants majeurs peut être expliquée par la composition du groupe. Le groupe des détaillants majeurs est formé d'environ 80 compagnies de ventes au détail appartenant à des détaillants majeurs oeuvrant dans les secteurs de l'alimentation, des vêtements, des articles d'ameublement, des articles de sport et des marchandises générales. Une liste complète des participants de l'enquête est disponible sur demande.

Les ventes d'aliments et de boissons par le groupe des détaillants majeurs ont atteint 24,4 milliards de dollars en 1998, en hausse de 6,2 % par rapport à 1997. Étant donné que l'augmentation de tous les biens et services offerts par le groupe était de 8,0 %, la part des aliments et boissons par rapport au total a légèrement diminué, passant de 36,4 % en 1997 à 35,8 % en 1998.

Les ventes de vêtements, chaussures et accessoires, la deuxième gamme de produits en importance du groupe, ont augmenté de 8,5 % en 1998 pour s'établir à 13,9 milliards de dollars. Cette gamme de produits représentait 20,5 % de tous les articles vendus par le groupe, ce qui constitue sensiblement la même part qu'en 1997.

Part des ventes selon les marchandises pour le groupe des détaillants majeurs

	1997 ^r	1998 ^r
	%	
Marchandises		
Aliments et boissons	36,4	35,8
Vêtements, chaussures et accessoires	20,4	20,5
Articles d'ameublement et appareils électroniques	13,5	13,5
Articles de santé et de soins personnels	6,6	6,9
Articles de sport et loisirs	4,8	4,8
Articles et fournitures pour la maison	4,4	4,6
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	3,7	3,8
Autres biens et services	10,2	10,0
Total	100,0	100,0

^r Données révisées.

Les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques, la troisième gamme de produits en importance, ont augmenté de 8,2 % pour s'établir à 9,2 milliards de dollars en 1998, et conservent une part de 13,5 % des ventes totales du groupe des détaillants majeurs.

Les plus grands gagnants à l'intérieur du groupe des détaillants majeurs, pour ce qui est de l'augmentation des ventes en pourcentage d'une année à l'autre, sont les articles de santé et de soins personnels (+13,8 %), les articles et fournitures pour la maison (+12,4 %) et la quincaillerie et produits pour pelouse et jardin (+12,0 %).

Ventes par catégorie de marchandise du groupe des détaillants majeurs

	1997 ^r	1998 ^r	1997 à 1998
	millions de \$		var. en %
Marchandises			
Aliments et boissons	22 934	24 357	6,2
Vêtements, chaussures et accessoires	12 848	13 944	8,5
Articles d'ameublement et appareils électroniques	8 507	9 202	8,2
Articles de santé et de soins personnels	4 128	4 697	13,8
Articles de sport et loisirs	3 000	3 243	8,1
Articles et fournitures pour la maison	2 778	3 122	12,4
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	2 302	2 579	12,0
Autres biens et services	6 447	6 810	5,6
Total	62 944	67 954	8,0

^r Données révisées.

Ventes de février 1999: forte augmentation d'une année à l'autre

Selon des données provisoires, les ventes du groupe des détaillants majeurs en février 1999 ont atteint 4,5 milliards de dollars, en hausse de 6,0 % ou de 254 millions de dollars par rapport à février 1998. Par contraste, les ventes totales du commerce de détail, à l'exclusion des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, ont augmenté de 2,5 %.

En février, ce sont les articles de santé et de soins personnels qui viennent en tête avec une augmentation d'une année à l'autre de 19,6 %. Les ventes d'articles et fournitures pour la maison ont aussi enregistré une augmentation notable d'une année à l'autre (+9,6 %).

Ventes par catégorie de marchandises pour le groupe des détaillants majeurs

	Févr. 1998 ^r	Févr 1999 ^p	Févr. 1998 à févr. 1999
	données non désaisonnalisées		
	en millions \$		var. en %
Marchandises			
Aliments et boissons	1 755	1 837	4,7
Vêtements, chaussures et accessoires	719	767	6,7
Articles d'ameublement et appareils électroniques	560	599	7,0
Articles de santé et de soins personnels	316	378	19,6
Articles et fournitures pour la maison	198	216	9,6
Articles de sport et loisirs	163	164	0,6
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	115	120	4,3
Autres biens et services	438	437	- 0,2
Total	4 264	4 518	6,0

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Pour obtenir des données, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou en composant sans frais le 1 877 421-3067 (retailinfo@statcan.ca). Pour des renseignements sur l'analyse des données ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Veronica Utovac au 951-0669, Section du commerce des marchandises de détail, Division de la statistique du commerce. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Transporteurs routiers de marchandises pour compte d'autrui - tous les transporteurs

Quatrième trimestre de 1998

Au quatrième trimestre de 1998, le ratio d'exploitation (les dépenses d'exploitation divisées par les recettes d'exploitation) pour les transporteurs routiers de marchandises pour compte d'autrui est demeuré à 0,93 par rapport au troisième trimestre de 1997. Tout ratio inférieur à 1,00 représente un gain d'exploitation.

Le nombre estimatif de transporteurs routiers de marchandises pour compte d'autrui domiciliés au Canada (ceux dont les recettes annuelles atteignent 1 million de dollars ou plus) a atteint 2 343 au quatrième trimestre de 1998. Ce trimestre indique une hausse de 8 % du nombre de transporteurs par rapport à la même période en 1997, alors que les recettes totales d'exploitation se sont accrues de 4 % pour atteindre 3,9 milliards de dollars. Par contre, les recettes et les dépenses moyennes d'exploitation par transporteur ont chuté d'environ 3 % par rapport au quatrième trimestre de 1997 pour s'établir à 1,7 et 1,5 million de dollars respectivement.

Une analyse approfondie des données du quatrième trimestre de 1998 paraîtra bientôt dans le *Bulletin de service - Transports terrestre et maritime* (50-002-XIB, 10 \$ / 62 \$). Voir *Pour commander les publications*.

Données stockées dans CANSIM: matrice 144.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Gilles Paré au (613) 951-2517 (paregil@statcan.ca), Division des transports. Télécopieur: (613) 951-0579. ■

Enquête annuelle sur les industries manufacturières

1997

L'Enquête annuelle sur les industries manufacturières fournit des renseignements sur plus de 200 industries distinctes. Les statistiques principales pour chacune d'elles sont diffusées dans CANSIM lorsqu'elles

deviennent disponibles. Les données pour les industries ci-après sont maintenant disponibles. Des données portant sur un total de 188 industries ont été rendues publiques jusqu'à maintenant.

Les données pour les industries contenues dans le tableau suivant seront diffusées dans la publication *Industries manufacturières du Canada: niveaux national et provincial* (31-203-XPB, 68 \$) et dans la publication *Produits livrés par les fabricants canadiens* (31-211-XPB, 67 \$). Voir *Pour commander les publications*. Un CD-ROM intitulé *Les produits livrés par les fabricants canadiens, 1988-1996* (31-211-XCB, 430 \$ pour usage simple) est aussi disponible en communiquant avec la Sous-section de diffusion au (613) 951-9497.

De plus, le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) comporte maintenant huit nouveaux articles renfermant des données et des analyses sur les industries manufacturières, telles que l'industrie des matières plastiques et l'industrie du vêtement.

Ces articles comprennent les résultats de l'Enquête annuelle sur les industries manufacturières de 1996 et de l'Enquête mensuelle sur les industries manufacturières de 1998, ainsi que les résultats d'enquêtes provenant d'autres sources de Statistique Canada et des industries. Les articles traitent également des industries des produits du caoutchouc, du textile, des appareils électriques et électroniques, de la fabrication de produits en métal et des produits chimiques.

Les articles portant sur des industries spécifiques se trouvent dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca), sous la rubrique *Publications téléchargeables (gratuites)*, tandis que les articles d'intérêt général sur les industries manufacturières se trouvent sous la rubrique *Documents de recherche*.

Pour plus de renseignements au sujet de ces articles, communiquez avec la Sous-section de la diffusion au (613) 951-9497 (manufact@statcan.ca), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie.

Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les personnes-ressources dont le nom figure au tableau ci-après. Télécopieur: (613) 951-9499. Courriel: desrosi@statcan.ca. □

Valeur des livraisons

	1996	1997	1996 à 1997	Matrice	Renseignements	
	millions de \$		var. en %			
Industrie (Classification type des industries)						
Malt (1094)	386,7	325,5	-15,8	5371	P. Zylstra	(613) 951-3511
Articles en grosse toile et produits connexes (1931)	192,3	222,7	15,8	5432	Y. Sheikh	(613) 951-2518
Articles en fourrure (2495)	98,5	93,9	-4,7	5455	Y. Sheikh	(613) 951-2518
Portes et fenêtres en bois (2543)	1 072,2	1 136,3	6,0	5465	G. Simard	(613) 951-3516
Autres papiers (2719)	4 227,1	4 105,5	-2,9	5487	G. Simard	(613) 951-3516
Boîtes pliantes et rigides (2731)	1 313,1	1 278,8	-2,6	5489	G. Simard	(613) 951-3516
Sacs en papier (2733)	241,0	265,1	10,0	5491	G. Simard	(613) 951-3516
Autres papier transformé non classés ailleurs (2799)	960,5	947,5	-1,4	5495	G. Simard	(613) 951-3516
Autre emboutissage et matricage des produits en métal (3049)	2 654,3	2 826,8	6,5	5526	É. Saint-Pierre	(613) 951-9837
Autres machinerie et équipement non classés ailleurs (3199)	6 036,4	6 452,5	6,9	5547	R. Kowaluk	(613) 951-0600
Maisons mobiles (3244)	256,9	251,2	-2,2	5554	A. Shinnan	(613) 951-3515
Roues et freins pour véhicules automobiles (3255)	1 422,1	1 680,2	18,2	5559	A. Shinnan	(613) 951-3515
Équipement de télécommunication (3351)	5 042,5	6 460,5	28,1	5574	R. Kowaluk	(613) 951-0600
Autres produits en béton (3549)	458,1	541,5	18,2	6854	É. Saint-Pierre	(613) 951-9837
Instruments d'indication, d'enregistrement et de commande (3911)	1 307,5	1 307,3	0,0	6884	R. Kowaluk	(613) 951-0600

NOUVELLES PARUTIONS

Ciment, mars 1999
Numéro au catalogue: 44-001-XIB
(Canada: 5\$/47\$).

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: **1 877 287-4369**

Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte: **1 800 700-1033**

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.

Pour commander par Internet: écrivez à order@statcan.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca), sous les rubriques *Produits et services, Publications téléchargeables*.

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

Catalogue 11-001F (English) 11-010E/1054 (2004001)



Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997
Pour être informé 8 0 0 2 6 7 7

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1999**
Malgré la chute de la demande des services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recouru. En 1999, les Canadiens ont effectué en moyenne l'équivalent de 36,4 déplacements pour effectuer les voyages de transport urbain, soit le même chiffre qu'en 1997, au cours des 25 dernières années. 2
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996**
À l'instar de la croissance de la demande et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 a été considérablement supérieur à celui de 1995. 5

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Index de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Évolution des indicateurs sociaux 10
- Ajuster en termes constants le revenu au trimestre le 31 mai 1997 11
- Production d'huile, avril 1997 11

NOUVELLES PARUTIONS 12

Statistique Canada / Statistiek Canada / Canada

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 lstproc@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
Head of Official Release: Chantal Prévost (613-951-1088, prevcha@statcan.ca)

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.