



# Le Quotidien

Statistique Canada

**Le vendredi 21 mai 1999**

Pour être diffusé à 8 h 30

---

## PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

---

- **Indice des prix à la consommation, avril 1999**

En avril, les consommateurs ont payé 1,7 % de plus qu'un an plus tôt pour l'achat des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix à la consommation, la plus grande augmentation depuis octobre 1997. La hausse d'avril était supérieure au gain annuel de 1,0 % enregistré en mars.

2
- **Commerce de détail, mars 1999**

En mars, une augmentation des ventes dans tous les secteurs a entraîné une hausse de 1,1 % des ventes totales au détail, qui s'établissaient alors à 21,3 milliards de dollars.

5

---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

Livraisons des principales céréales, avril 1999	10
Enquête sur le service téléphonique résidentiel, février 1999	10
Projet d'autosuffisance et Projet de supplément de revenu	10

---

## NOUVELLES PARUTIONS

---

**CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 25 au 28 mai** 13

---



## PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

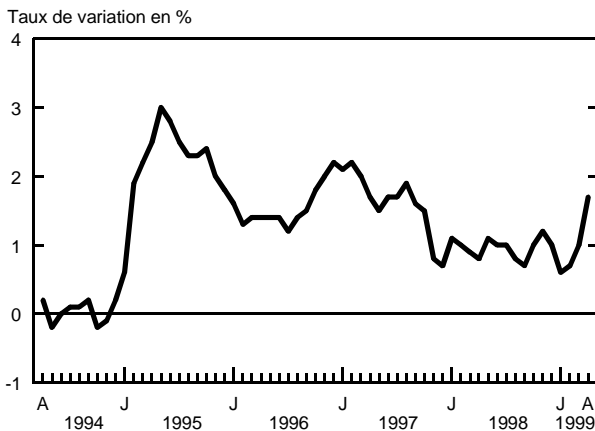
### Indice des prix à la consommation

Avril 1999

En avril, les consommateurs ont payé 1,7 % de plus qu'un an plus tôt pour l'achat des biens et services contenus dans le panier de l'Indice des prix à la consommation, la plus grande augmentation depuis octobre 1997 (+1,5 %). La hausse d'avril était supérieure au gain annuel de 1,0 % enregistré en mars.

Près du tiers de la hausse de 1,7 % est attribuable à l'augmentation des coûts de transport et reflète la progression des prix de l'essence, des voitures et camions neufs et des tarifs aériens. Le logement (gaz naturel et impôts fonciers) et les aliments viennent en tête de liste des facteurs expliquant le reste de l'augmentation. La pression à la hausse exercée sur l'indice a été atténuée en partie par une réduction des prix moyens du matériel informatique et des services téléphoniques.

Taux de variation de l'Indice des prix à la consommation par rapport au mois correspondant de l'année précédente



Les prix de l'essence se sont accrus de 5,9 % depuis avril 1998. Cette augmentation peut s'expliquer par une hausse de la demande d'essence, par un resserrement de l'offre en Amérique du Nord et par le récent accord pour la réduction de la production de pétrole brut signé par les pays de l'Organisation des pays exportateurs de pétrole. Il s'agit de la première augmentation d'une année à l'autre des prix de l'essence depuis octobre 1997 (+1,5 %).

#### Note aux lecteurs

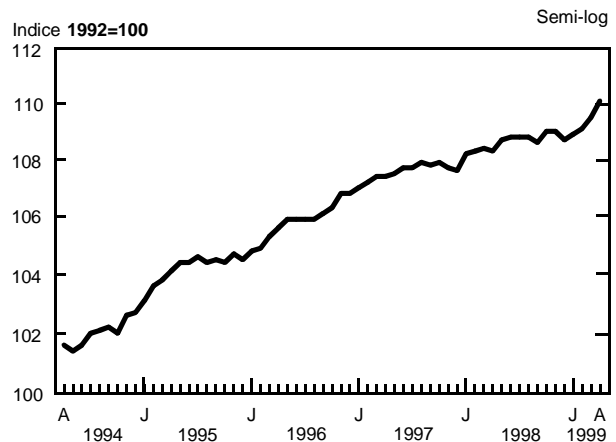
Le numéro de mai de la publication L'Indice des prix à la consommation présente un article intitulé *Le comportement de l'Indice des prix à la consommation en 1998*.

Selon cet article, l'Indice des prix à la consommation a connu une légère progression de 0,9 % en 1998, malgré l'effet d'entraînement sur les prix à la consommation qui découle d'un taux relativement élevé d'utilisation de capacité et de la perte de valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain. Les forces qui ont joué un rôle dans le ralentissement de l'augmentation de l'IPC ont été la dégringolade des prix de l'essence et du mazout, un taux rapide d'amélioration de la qualité des biens technologiques et le gain de valeur du dollar canadien par rapport aux monnaies asiatiques.

### Hausse de 0,5 % de l'IPC de mars à avril

L'augmentation mensuelle d'avril (+0,5 %) a été attribuable dans une large mesure à la hausse des prix de l'essence. Les prix des fruits frais, de l'entretien et des réparations par le propriétaire, du mazout et de l'hébergement pour voyageurs ont augmenté. Par contre, le recul des prix du gaz naturel, des vêtements pour femmes, des légumes frais ainsi que du jambon et du bacon ont exercé une pression à la baisse sur l'ensemble des prix à la consommation en avril.

Indice des prix à la consommation (non désaisonnalisé)



Les prix de l'essence se sont accrus de 8,5 % de mars à avril. Les prix de l'essence ont été influencés par les fluctuations du prix du pétrole brut. Dans le passé, il

fallait environ un mois avant que les fluctuations du prix du pétrole brut atteignent le consommateur. L'indice des prix des matières brutes pour le pétrole brut s'est accru de 25,6 % de février à mars.

Les prix du mazout ont augmenté de 6,8 % en avril à la suite de l'accroissement des cours mondiaux du pétrole brut. Une augmentation des prix du mazout est rare à cette époque de l'année, car les tarifs ont tendance à se stabiliser à la fin de la saison de chauffage domestique.

Les prix de l'hébergement pour voyageurs se sont accrus en moyenne de 2,8 % en avril. Ils augmentent habituellement au printemps en raison de l'accroissement de la demande.

L'indice du gaz naturel a baissé de 4,3 % en avril. Les prix du gaz naturel ont diminué généralement en avril à la suite de l'adoption des tarifs d'été. Les diminutions mensuelles variaient entre 2,1 % et 10,1 % depuis avril 1996.

En moyenne, les prix des vêtements pour femmes ont diminué de 1,4 % en avril par rapport à mars. Les prix des chemisiers, des jupes et pantalons d'été, des imperméables, des robes et des bas étaient en baisse, ce qui s'explique principalement par des rabais.

Les prix du jambon et du bacon ont fléchi de 6,0 % en avril. Cette diminution était attribuable à une offre abondante de porc et à l'accroissement de la commercialisation pour Pâques.

### Points saillants des indices des provinces

Depuis avril 1998, c'est le Manitoba qui a enregistré l'augmentation de l'IPC provincial la plus importante (+2,0 %), tandis que l'Île-du-Prince-Édouard enregistrait la hausse la plus faible (+0,1 %).

De mars à avril, c'est l'indice du Nouveau-Brunswick qui venait en tête des augmentations pour les provinces, la hausse étant de 1,0 %, alors que l'Île-du-Prince-Édouard était la seule province à afficher un recul (-0,2 %).

### Point de mire des provinces: Manitoba et Nouveau-Brunswick

Depuis avril 1998, les consommateurs du Manitoba ont absorbé une augmentation moyenne des prix de 2,0 %, hausse plus forte que celle de l'indice d'ensemble pour le Canada (+1,7 %). Ceux du Nouveau-Brunswick ont constaté une progression légèrement inférieure (+1,4 %) des prix à la consommation dans leur ensemble.

Les principaux facteurs de l'augmentation d'une année à l'autre de l'indice d'ensemble pour le Manitoba sont les impôts fonciers, le gaz naturel, l'essence, les

véhicules automobiles neufs, les tarifs aériens et les frais de scolarité. Le prix du gaz naturel a augmenté de 14,3 % au Manitoba au cours de la dernière année, alors que la hausse au Canada n'était que de 10,5 %. Les impôts fonciers, les frais de scolarité universitaire et les prix des véhicules automobiles neufs ont également progressé en moyenne davantage au Manitoba qu'à l'échelle nationale.

La majoration des tarifs aériens du Manitoba correspondait à l'augmentation nationale. Les prix de l'essence se sont accrus en moyenne de 5,5 % dans la province, soit un peu moins que la hausse de 5,9 % relevée pour l'ensemble du Canada. Ces augmentations de prix ont été compensées en partie par des diminutions dans le cas des légumes frais, des médicaments prescrits et des meubles. Les résidents de la province ont bénéficié d'une baisse moyenne de 9,9 % du prix des légumes frais, alors qu'en moyenne les Canadiens n'ont profité que d'une réduction de 3,6 %. Les consommateurs du Manitoba ont par ailleurs enregistré la diminution de prix la plus forte de toutes les provinces pour les médicaments prescrits (-7,1 %). Les prix des meubles ont diminué au Manitoba, tandis qu'ils ont progressé pour l'ensemble du Canada.

Au cours de l'année écoulée, l'augmentation générale des prix au Nouveau-Brunswick était imputable principalement à la majoration des prix de l'essence, des prix des véhicules automobiles neufs, des tarifs d'électricité, des frais de scolarité et des prix des fruits frais. Les consommateurs de la province ont subi une hausse moyenne des prix de l'électricité, des voitures et camions neufs et des fruits frais supérieure à celle enregistrée pour les Canadiens. La hausse des prix de l'essence s'est établie à 4,4 % au Nouveau-Brunswick, alors qu'elle était de 5,9 % à l'échelle nationale. La majoration des frais de scolarité universitaire pour la province se compare à celle à l'échelle nationale.

Ces augmentations de prix ont été partiellement compensées par une réduction des prix dans le cas du matériel et des services de loisirs ainsi que du mazout. Les prix du matériel et des services de loisirs ont reculé de 12,3 % en moyenne au Nouveau-Brunswick, alors qu'ils ont baissé de 9,5 % pour l'ensemble du Canada. Les consommateurs de la province ont également profité d'une réduction de 9,3 % des prix du mazout, la deuxième plus forte pour toutes les provinces, alors que la diminution à l'échelle nationale n'a été que de 5,1 %.

### Données stockées dans CANSIM: matrices 9940 à 9970.

Les données sont diffusées à 7 h dans le site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca))

Le numéro d'avril de *L'Indice des prix à la consommation* (62-001-XPB, 11 \$ / 103 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*.

La date d'émission de l'IPC pour le mois de mai 1999 est le 18 juin 1999.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, téléphonez au (613) 951-9606 ([infounit@statcan.ca](mailto:infounit@statcan.ca)), Division des prix. Télécopieur: (613) 951-1539.

### Indice des prix à la consommation et composantes principales 1992=100

	Avril 1999	Mars 1999	Avril 1998	Mars à avril 1999	Avril 1998 à avril 1999
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
<b>Ensemble</b>	<b>110,1</b>	<b>109,5</b>	<b>108,3</b>	<b>0,5</b>	<b>1,7</b>
Aliments	110,9	110,7	108,9	0,2	1,8
Logement	104,8	104,5	103,5	0,3	1,3
Dépenses et équipement du ménage	108,8	108,7	108,4	0,1	0,4
Habillement et chaussures	105,8	106,2	103,8	-0,4	1,9
Transports	123,6	121,3	120,2	1,9	2,8
Santé et soins personnels	110,0	109,2	107,7	0,7	2,1
Loisirs, formation et lecture	117,7	117,3	116,4	0,3	1,1
Boissons alcoolisées et produits du tabac	94,0	93,7	92,2	0,3	2,0
Biens	107,4	106,7	105,6	0,7	1,7
Services	113,2	112,8	111,5	0,4	1,5
Ensemble sans les aliments et l'énergie	110,2	109,9	108,7	0,3	1,4
Énergie	107,6	103,8	103,7	3,7	3,8
Pouvoir d'achat du dollar à la consommation (en cents), par rapport à 1992	90,8	91,3	92,3		
Ensemble (1986=100)	141,0				

### Indice des prix à la consommation par province, Whitehorse et Yellowknife 1992=100

	Avril 1999	Mars 1999	Avril 1998	Mars à avril 1999	Avril 1998 à avril 1999
données non désaisonnalisées					
	var. en %				
Terre-Neuve	109,4	109,2	108,4	0,2	0,9
Île-du-Prince-Édouard	106,4	106,6	106,3	-0,2	0,1
Nouvelle-Écosse	109,7	108,7	108,4	0,9	1,2
Nouveau-Brunswick	108,8	107,7	107,3	1,0	1,4
Québec	107,8	107,4	106,2	0,4	1,5
Ontario	110,6	110,0	108,5	0,5	1,9
Manitoba	114,6	113,8	112,3	0,7	2,0
Saskatchewan	113,2	113,1	111,4	0,1	1,6
Alberta	112,2	111,9	110,3	0,3	1,7
Colombie-Britannique	111,0	110,3	109,8	0,6	1,1
Whitehorse	111,4	111,1	110,5	0,3	0,8
Yellowknife	108,5	108,3	107,8	0,2	0,6

## Commerce de détail

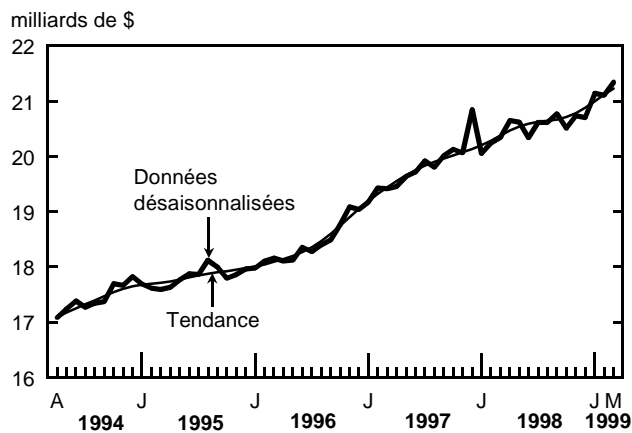
Mars 1999

En mars, une augmentation des ventes dans tous les secteurs a entraîné une hausse de 1,1 % des ventes totales au détail, qui s'établissaient alors à 21,3 milliards de dollars, après un recul de 0,2 % en février. Depuis l'automne 1998, les détaillants ont profité d'une hausse des ventes, après une période de stagnation au cours du printemps et de l'été 1998. Avant le printemps 1998, les ventes au détail avaient généralement augmenté depuis le début de 1996.

Une forte hausse des ventes au détail en janvier (+2,1 %) et en mars (+1,1 %) a résulté en une progression de 2,6 % au premier trimestre de 1999 par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agit de la plus forte augmentation trimestrielle depuis le dernier trimestre de 1996. La hausse des ventes au détail au cours du premier trimestre de 1999 peut être attribuable en partie à une augmentation de l'emploi au cours de la deuxième moitié de 1998 et à des taux d'intérêt historiquement bas.

Le secteur de l'automobile (+1,8 %) et les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie «autres» (+1,5 %) ont mené au chapitre des augmentations de février à mars. Les magasins de marchandises diverses (+4,5 %) et les magasins du secteur de l'automobile (+3,6 %) venaient en tête au chapitre des augmentations trimestrielles.

### L'augmentation des ventes au détail en mars a contribué à un trimestre fort



### Les ventes de véhicules automobiles accélèrent

Dans le secteur de l'automobile, les ventes au détail ont enregistré une cinquième augmentation

mensuelle consécutive en mars, affichant la plus importante hausse mensuelle (+1,8 %) de tous les secteurs. Le secteur de l'automobile, qui représente environ 40 % de l'ensemble des ventes au détail, représentait près des deux tiers de l'augmentation des ventes signalée en mars. Ce secteur a été récemment le moteur de la croissance des ventes au détail, enregistrant une augmentation de 6,7 % depuis octobre 1998 (le plus récent plancher dans les ventes de ce secteur). Cette croissance a contribué à l'augmentation des ventes totales au détail (+4,0 %) au cours de la même période.

En mars, dans le secteur de l'automobile, les stations-service ont signalé la plus forte progression mensuelle (+2,5 %). Toujours en mars, le prix de l'essence a augmenté de 3,5 % par rapport au mois précédent, principalement en raison d'une hausse de la demande en Amérique du Nord et d'une baisse de l'approvisionnement mondial. C'est en août 1997 qu'on avait enregistré pour la dernière fois une hausse mensuelle aussi importante des prix de l'essence. À l'exception de mars, les ventes dans les stations-service et les prix de l'essence ont été de façon générale en baisse depuis l'automne 1997.

En mars, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+1,6 %) ont enregistré une cinquième augmentation mensuelle consécutive de leurs ventes. Depuis octobre 1998, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont augmenté de façon importante (+9,4 %), après avoir progressé plus lentement plus tôt au cours de cette année-là et pendant la plus grande partie de 1997. Avant le printemps 1997, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs avaient profité d'une période d'augmentations importantes depuis le milieu de 1996, période semblable à celle que l'on observe actuellement.

### Les autres secteurs progressent également en mars

Les magasins de vente au détail appartenant à la catégorie «autres» (+1,5 %) suivaient de près le secteur de l'automobile pour ce qui est du pourcentage d'augmentation en mars. Le dynamisme des magasins de la catégorie «autres» est venu principalement des «autres magasins de produits semi-durables» (+4,4 %). Ces magasins englobent un grand éventail de marchands (par exemple, ceux qui vendent de la quincaillerie, des cadeaux, des jouets, de la peinture et les librairies). Dans l'ensemble, les ventes au détail dans les magasins de la catégorie «autres» ont été en hausse depuis le début de 1997.

En mars, les ventes des magasins de vêtements ont augmenté de 1,3 %. La hausse des ventes des magasins de vêtements au cours des trois derniers mois a donné lieu à une augmentation de 1,7 % des ventes pour le premier trimestre de 1999. Entre le printemps et la fin de l'année 1998, les ventes des magasins de vêtements sont demeurées généralement ternes, après avoir enregistré des augmentations générales pendant deux ans.

En mars, les magasins d'alimentation (+0,5 %), les pharmacies (+0,4 %), les magasins de meubles (+0,4 %) et les magasins de marchandises diverses (+0,3 %) ont tous enregistré des hausses mensuelles semblables de leurs ventes.

Depuis l'automne 1998, les ventes dans les magasins d'alimentation et dans les magasins de marchandises diverses ont amorcé une montée, après avoir stagné au cours du printemps et de l'été 1998. Auparavant, les ventes de ces deux catégories de magasins avaient de façon générale été en hausse depuis le début de 1996. L'augmentation des ventes des pharmacies au cours du premier trimestre de 1999 montre une reprise de la croissance de ce secteur qui avait connu des ventes ternes en 1998. Malgré des signes de faiblesse au cours des derniers mois, les magasins de meubles ont continué d'enregistrer une augmentation de leurs ventes depuis le printemps 1996.

### **Solide premier trimestre pour les détaillants du Québec**

À l'échelon régional, les détaillants du Québec ont enregistré la plus forte augmentation des ventes au Canada au cours du premier trimestre de 1999 (+3,7 %) par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agit de la plus forte augmentation trimestrielle au Québec depuis le dernier trimestre de 1996. Tous les secteurs au Québec, ceux de l'automobile et des magasins de marchandises diverses en tête, ont affiché des ventes supérieures au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au précédent. Les ventes au détail au Québec ont de façon générale été en hausse depuis le printemps 1996, marquant des pauses au cours de l'été 1997 et 1998.

Dans les provinces de l'Atlantique, les détaillants ont enregistré une augmentation des ventes au cours du premier trimestre de 1999 (+3,4 %). Il s'agissait de la plus forte augmentation trimestrielle des trois dernières années pour les provinces de l'Atlantique. À l'exception des pharmacies, tous les secteurs ont affiché une augmentation des ventes au cours du premier trimestre de 1999 dans la région de l'Atlantique. Dans les provinces de l'Atlantique, les ventes au détail

ont repris depuis l'automne 1998, après avoir stagné au cours du printemps et de l'été 1998. Auparavant, les ventes avaient de façon générale été en hausse depuis le printemps 1995.

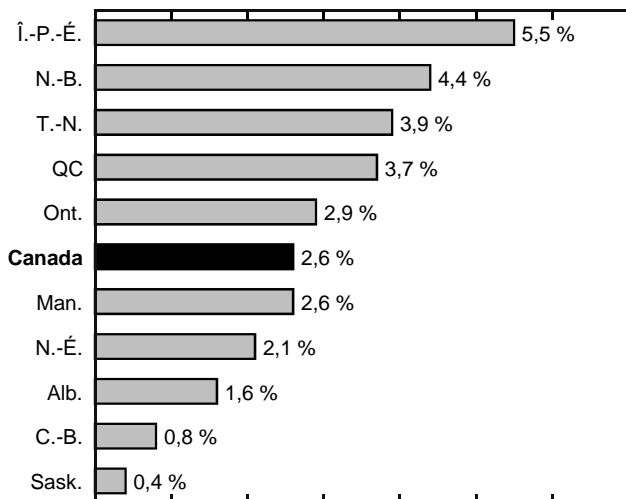
En Ontario, les ventes au détail au cours du premier trimestre de 1999 étaient de 2,9 % supérieures à celles du dernier trimestre de 1998. Tous les secteurs ont contribué à l'augmentation des ventes, le secteur de l'automobile et celui des magasins de marchandises diverses menant la marche. De façon générale, les détaillants en Ontario ont signalé un dynamisme continu depuis le milieu de 1996.

Dans les provinces des Prairies, les ventes au détail ont augmenté de 1,6 % au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au trimestre précédent. Cette augmentation était répartie dans tous les secteurs, à l'exception d'une faible baisse dans les magasins d'alimentation. Les ventes dans les provinces des Prairies ont repris légèrement au cours des derniers mois, après une période de stagnation qui remontait au début de 1998.

En Colombie-Britannique, les dépenses des consommateurs dans les magasins ont augmenté de 0,8 % au cours du premier trimestre de 1999 par rapport au dernier trimestre de 1998. Il s'agissait de la première augmentation trimestrielle depuis le deuxième trimestre de 1998, alors que les ventes avaient progressé de 0,2 %. Un recul dans le secteur de l'automobile au cours du premier trimestre de 1999 a terni les fortes augmentations observées dans tous les autres secteurs de vente au détail.

**Les ventes au détail trimestrielles sont en hausse dans chacune des provinces**

Premier trimestre de 1999 par rapport au quatrième trimestre de 1998



**Indicateurs connexes pour avril**

L'emploi total est demeuré inchangé en avril (+0,1 %), soit à peu près au même niveau qu'au cours des trois mois précédents. Après deux mois d'augmentations, le nombre de mises en chantier a reculé de 3,3 % en avril.

**Données stockées dans CANSIM: matrices 2299, 2398 à 2417 et 2420.**

Le numéro de mars 1999 de la publication *Commerce de détail* (63-005-XPB, 21 \$ / 206 \$; 63-005-XIB, 16 \$ / 155 \$) paraîtra sous peu. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 ([detaillantsinfo@statcan.ca](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Paul Gratton au (613) 951-3541 ([gratpau@statcan.ca](mailto:gratpau@statcan.ca)), Section du commerce de détail, Division de la statistique du commerce. □

## Ventes au détail

	Mars 1998	Déc. 1998 <sup>r</sup>	Janv. 1999 <sup>r</sup>	Févr. 1999 <sup>r</sup>	Mars 1999 <sup>p</sup>	Févr. à mars 1999	Mars 1998 à mars 1999
données désaisonnalisées							
	millions de \$					var. en %	
<b>Aliments</b>	<b>4 776</b>	<b>4 817</b>	<b>4 853</b>	<b>4 854</b>	<b>4 878</b>	<b>0,5</b>	<b>2,1</b>
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 418	4 458	4 494	4 492	4 509	0,4	2,0
Tous les autres magasins d'alimentation	357	359	359	362	369	2,0	3,4
<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>	<b>1 069</b>	<b>1 070</b>	<b>1 103</b>	<b>1 113</b>	<b>1 118</b>	<b>0,4</b>	<b>4,6</b>
<b>Vêtements</b>	<b>1 159</b>	<b>1 148</b>	<b>1 171</b>	<b>1 185</b>	<b>1 201</b>	<b>1,3</b>	<b>3,7</b>
Magasins de chaussures	141	139	139	137	141	3,3	0,1
Magasins de vêtements pour hommes	132	129	126	129	130	1,1	-1,5
Magasins de vêtements pour dames	376	362	375	375	375	0,2	-0,2
Autres magasins de vêtements	509	518	531	545	554	1,7	8,8
<b>Meubles</b>	<b>1 017</b>	<b>1 089</b>	<b>1 096</b>	<b>1 095</b>	<b>1 099</b>	<b>0,4</b>	<b>8,1</b>
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	816	882	891	889	891	0,2	9,2
Magasins d'accessoires d'ameublement	201	208	205	206	208	1,1	3,6
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>7 763</b>	<b>7 968</b>	<b>8 094</b>	<b>8 128</b>	<b>8 278</b>	<b>1,8</b>	<b>6,6</b>
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5 257	5 465	5 556	5 649	5 740	1,6	9,2
Stations-service	1 333	1 277	1 283	1 281	1 313	2,5	-1,4
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 173	1 227	1 254	1 198	1 224	2,2	4,3
<b>Magasins de marchandises diverses</b>	<b>2 351</b>	<b>2 370</b>	<b>2 491</b>	<b>2 440</b>	<b>2 446</b>	<b>0,3</b>	<b>4,1</b>
<b>Magasins de détail non classés ailleurs</b>	<b>2 207</b>	<b>2 241</b>	<b>2 332</b>	<b>2 287</b>	<b>2 321</b>	<b>1,5</b>	<b>5,2</b>
Autres magasins de produits semi-durables	676	689	708	682	713	4,4	5,4
Autres magasins de produits durables	555	567	617	600	606	1,0	9,2
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	975	985	1 007	1 005	1 002	-0,2	2,8
<b>Total, ventes au détail</b>	<b>20 341</b>	<b>20 703</b>	<b>21 141</b>	<b>21 103</b>	<b>21 341</b>	<b>1,1</b>	<b>4,9</b>
<b>Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>	<b>15 084</b>	<b>15 238</b>	<b>15 585</b>	<b>15 454</b>	<b>15 602</b>	<b>1,0</b>	<b>3,4</b>
<b>Provinces et territoires</b>							
Terre-Neuve	317	323	335	337	352	4,4	11,0
Île-du-Prince-Édouard	86	86	89	89	93	4,1	8,3
Nouvelle-Écosse	626	651	656	661	662	0,0	5,6
Nouveau-Brunswick	502	494	509	512	520	1,5	3,6
Québec	4 830	4 823	4 971	4 967	5 030	1,3	4,1
Ontario	7 553	7 775	7 965	7 982	8 092	1,4	7,1
Manitoba	729	737	752	749	756	0,9	3,7
Saskatchewan	634	630	635	623	630	1,1	-0,6
Alberta	2 263	2 360	2 380	2 370	2 386	0,7	5,4
Colombie-Britannique	2 731	2 752	2 777	2 739	2 748	0,3	0,6
Yukon	26	26	26	28	27	-5,3	1,7
Territoires du Nord-Ouest	44	44	45	45	47	4,7	5,0

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.



## Ventes au détail

	Mars 1998	Févr. 1999 <sup>r</sup>	Mars 1999 <sup>p</sup>	Mars 1998 à mars 1999
données non désaisonnalisées				
	millions de \$			var. en %
<b>Aliments</b>	<b>4 454</b>	<b>4 297</b>	<b>4 624</b>	<b>3,8</b>
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 127	3 981	4 278	3,7
Tous les autres magasins d'alimentation	327	316	346	6,0
<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>	<b>1 034</b>	<b>1 020</b>	<b>1 101</b>	<b>6,5</b>
<b>Vêtements</b>	<b>935</b>	<b>770</b>	<b>983</b>	<b>5,2</b>
Magasins de chaussures	106	81	110	3,8
Magasins de vêtements pour hommes	97	80	96	-1,3
Magasins de vêtements pour dames	307	252	310	1,0
Autres magasins de vêtements	425	357	467	10,0
<b>Meubles</b>	<b>909</b>	<b>849</b>	<b>990</b>	<b>8,9</b>
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	727	689	792	9,1
Magasins d'accessoires d'ameublement	183	160	197	8,0
<b>Véhicules automobiles</b>	<b>7 668</b>	<b>6 541</b>	<b>8 473</b>	<b>10,5</b>
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5 394	4 535	6 115	13,4
Stations-service	1 257	1 106	1 269	0,9
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 017	900	1 089	7,2
<b>Magasins de marchandises diverses</b>	<b>1 956</b>	<b>1 743</b>	<b>2 108</b>	<b>7,7</b>
<b>Magasins de détail non classés ailleurs</b>	<b>1 749</b>	<b>1 679</b>	<b>1 885</b>	<b>7,8</b>
Autres magasins de produits semi-durables	508	479	553	8,9
Autres magasins de produits durables	421	423	468	11,2
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	820	777	864	5,3
<b>Total, ventes au détail</b>	<b>18 705</b>	<b>16 900</b>	<b>20 163</b>	<b>7,8</b>
<b>Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>	<b>13 311</b>	<b>12 365</b>	<b>14 049</b>	<b>5,5</b>
<b>Provinces et territoires</b>				
Terre-Neuve	286	257	323	13,2
Île-du-Prince-Édouard	73	66	81	10,5
Nouvelle-Écosse	563	526	606	7,7
Nouveau-Brunswick	446	398	477	7,1
Québec	4 446	3 903	4 755	6,9
Ontario	6 872	6 416	7 616	10,8
Manitoba	673	601	715	6,3
Saskatchewan	572	500	586	2,4
Alberta	2 105	1 898	2 283	8,5
Colombie-Britannique	2 603	2 276	2 650	1,8
Yukon	23	21	24	6,0
Territoires du Nord-Ouest	43	38	46	7,5

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

### Livraisons des principales céréales

Avril 1999

Les données sur les livraisons des principales céréales pour avril sont maintenant disponibles.

#### Données stockées dans CANSIM: matrices 976 à 981.

Les données sur les livraisons sont fournies dans le numéro d'avril 1999 de *La revue des céréales et des graines oléagineuses* (22-007-XPB, 15 \$ / 149 \$) qui paraîtra en juillet. 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 Karen Gray au (204) 983-2856 ([graykar@statcan.ca](mailto:graykar@statcan.ca)), Sous-section de la commercialisation du grain, Division de l'agriculture. ■

### Enquête sur le service téléphonique résidentiel

Février 1999

Les données de l'Enquête sur le service téléphonique résidentiel de février 1999 sont maintenant disponibles. L'information est contenue dans un fichier de microdonnées et renvoie à l'étendue du service téléphonique résidentiel dans les dix provinces canadiennes.

Pour plus de renseignements au sujet de la présente enquête ou à propos des produits et services connexes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services aux clients au (613) 951-7355 ou en composant sans frais le 1 888 297-7355 ([des@statcan.ca](mailto:des@statcan.ca)), Division des enquêtes spéciales. Télécopieur: (613) 951-3012. ■

### Projet d'autosuffisance et Projet de supplément de revenu

Statistique Canada rend aujourd'hui disponibles les données provisoires de deux projets: le Projet de supplément de revenu (PSR) et le Projet d'autosuffisance (enquête de référence et les deux premières enquêtes de suivi). Financés par Développement des ressources humaines Canada, le PA et le PSR sont des projets pilotes de recherche gérés par la Société de recherche sociale appliquée et menés en collaboration avec Statistique Canada.

Le PSR visait à évaluer l'effet d'un supplément de revenu qui encourage les travailleurs étant admissibles aux prestations d'assurance-emploi à se retrouver un emploi rapidement. Les participants admissibles qui ont quitté l'assurance-emploi pour un emploi à temps plein moins rémunérateur que l'emploi perdu, en dedans d'une période prescrite, pouvaient recevoir un supplément équivalant à 75 % des revenus perdus, pour un maximum de deux ans. Le PSR, mené dans des villes sélectionnées du Canada, mesure, entre autres, l'effet du supplément sur les taux d'emploi, sur les taux de traitement et sur les prestations d'assurance-emploi.

Le PA vise à évaluer l'efficacité d'un supplément de revenu offert aux personnes bénéficiaires du Programme d'aide au revenu qui sont chefs de famille monoparentale et qui acceptent d'abandonner le Programme afin de travailler à temps plein. Le supplément était offert pendant un maximum de trois ans à chaque personne admissible. Le PA, mené au Nouveau-Brunswick et en Colombie-Britannique, visait à mesurer, entre autres, l'effet du supplément de revenu sur les taux d'emploi, les taux de traitement, le revenu des ménages et les prestations d'aide au revenu.

Pour plus de renseignements sur les conclusions de ces deux projets, communiquez avec la Société de recherche sociale appliquée au (613) 237-4311. Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Marc Lachance au (613) 951-2902 ou avec Richard Veervers au (613) 951-4617, Division des enquêtes spéciales, Statistique Canada. ■

## NOUVELLES PARUTIONS

**Infomat - revue hebdomadaire**, 21 mai 1999

**Numéro au catalogue: 11-002-XIF**

(Canada: 3\$/109\$).

**Infomat - revue hebdomadaire**, 21 mai 1999

**Numéro au catalogue: 11-002-XPF**

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

**Extraction de charbon**, 1997

**Numéro au catalogue: 26-206-XPB**

(Canada: 25\$; à l'extérieur du Canada: 25\$US).

**Indice des prix à la consommation**, avril 1999

**Numéro au catalogue: 62-001-XPB**

(Canada: 11\$/103\$; à l'extérieur du Canada: 11\$US/103\$US).

**Commerce de gros**, mars 1999

**Numéro au catalogue: 63-008-XIB**

(Canada: 14\$/140\$).

**Importations par marchandise**, mars 1999

**Numéro au catalogue: 65-007-XPB**

(Canada: 78\$/773\$; à l'extérieur du Canada: 78\$US/773\$US).

**Importations par marchandise**, mars 1999

**Numéro au catalogue: 65-007-XMB**

(Canada: 37\$/361\$; à l'extérieur du Canada: 37\$US/361\$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**

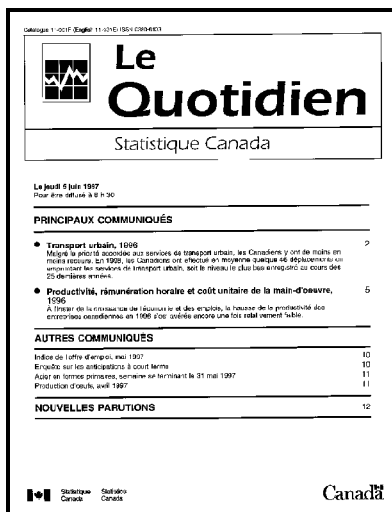
Pour envoyer votre commande par télécopieur: **1 877 287-4369**

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](mailto:order@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://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.**



### **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<sup>e</sup> 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](mailto:lstproc@statcan.ca). Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe quotidien prénom et nom.

Rédactrice: Julie Bélanger (613) 951-1187, [belajul@statcan.ca](mailto:belajul@statcan.ca)

Head of Official Release: Chantal Prévost (613-951-1088, [prevcha@statcan.ca](mailto: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.

---

## CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 25 AU 28 MAI

---

**Du 25 au 28 mai**

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

---

<b>Date de parution</b>	<b>Titre</b>	<b>Période de référence</b>
26	<b>Assurance-emploi</b>	mars 1999
27	<b>Opérations internationales du Canada en valeurs mobilières</b>	mars 1999
27	<b>Recettes monétaires agricoles</b>	premier trimestre de 1999
27	<b>Revenu agricole net (provisoire)</b>	1999
27	<b>Emploi, rémunération et heures de travail</b>	mars 1999
28	<b>Indice des prix des produits industriels</b>	avril 1999
28	<b>Indice des prix des matières brutes</b>	avril 1999

---