Catalogue 11-001F (English 11-001E) ISSN 0380-6103

Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 20 février 1997
Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Commerce de détail,** 1996 et décembre 1996 — 3
  Les ventes au détail en décembre fléchissent légèrement par rapport à novembre 1996, mais les détaillants connaissent une bien meilleure période des Fêtes contrairement à l'année précédente. Dans l'ensemble, l'année 1996 est marquée par une modeste croissance des ventes au détail.

- **Statistiques financières des entreprises,** 1996 et quatrième trimestre de 1996 — 9
  Pour un deuxième trimestre d'affilée, les bénéfices d'exploitation des sociétés canadiennes étaient en hausse, après avoir peu varié pendant plusieurs trimestres.

(suite à la prochaine page)

L'Observateur économique canadien
Février 1997

Le numéro de février de *L'Observateur économique canadien*, la publication vedette de Statistique Canada portant sur les statistiques économiques, analyse les conditions économiques actuelles, comprend un sommaire des principaux événements économiques de janvier et présente une étude spéciale intitulée «Un aperçu des mises à pied permanentes».

Un aperçu statistique séparé fournit également une gamme étendue de tableaux et de graphiques contenant les principales séries chronologiques de l'économie du Canada, des provinces et des grands pays industrialisés.

Le numéro de février 1997 de *L'Observateur économique canadien* (11-010-XPB, 22 $ / 220 $) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les publications*. Pour plus de renseignements, communiquez avec Francine Roy au (613) 951-3627, Groupe de l'analyse de conjoncture. Internet: *oec@statcan.ca*.

- **Un aperçu des mises à pied permanentes** 13
  Contrairement à la croyance populaire, le nombre de mises à pied permanentes est très grand chaque année, même durant les expansions économiques. En outre, ce ne sont pas les grandes entreprises qui en font le plus mais les petites compagnies.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Effectif policier et dépenses au chapitre des services de police au Canada, 1995 et 1996 15

Certaines caractéristiques de l'administration policière dans les corps policiers municipaux, 1995 15

Acier en formes primaires, semaine se terminant le 15 février 1997 16

Contreplaqués de construction, décembre 1996 16

Statistiques du téléphone, décembre 1996 16

Passagers aériens selon l'origine et la destination des voyages entre le Canada et les États-Unis, premier trimestre de 1996 16

NOUVELLES PARUTIONS 17

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Commerce de détail

1996 et décembre 1996

Les ventes au détail en décembre fléchissent légèrement par rapport à novembre 1996, mais les détaillants connaissent une bien meilleure période des Fêtes contrairement à l'année précédente. Le recul dans les ventes au détail en décembre (-0,3 %) fait suite à trois mois de forte croissance. Dans les deux derniers mois de l'année, les consommateurs ont dépensé 37 milliards de dollars, en hausse de 4,5 % par rapport aux deux dernières périodes des Fêtes. Il s'agit de la meilleure période des Fêtes depuis 1994.

On a enregistré en décembre une hausse des ventes au détail dans quatre des sept secteurs. Exprimée en dollars, la croissance était la plus marquée dans le secteur des pharmacies (+1,8 %), suivi par les secteurs du vêtement (+1,3 %) et de l'alimentation (+0,1 %). Le secteur de l'automobile a également connu une légère hausse (+0,1 %).

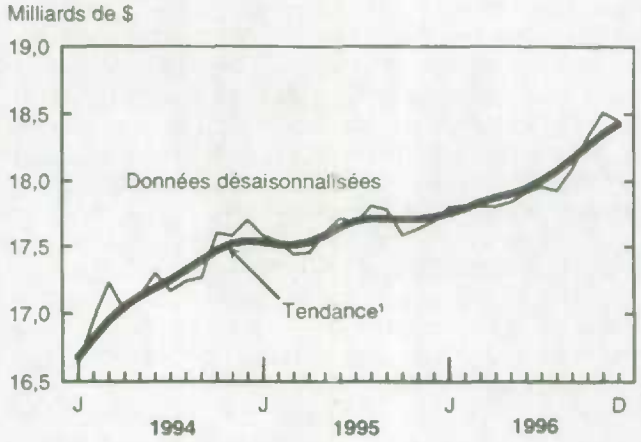
Ces gains ont été contrebalancés par des pertes dans les secteurs des magasins de marchandises diverses (-1,4 %), de l'ameublement (-1,2 %) et des autres magasins de détail (-3,6 %). Il faut toutefois signaler que, dans le secteur des marchandises diverses et de l'ameublement, les ventes de la période des Fêtes de 1996 (novembre et décembre) ont été supérieures à celles de la période correspondante en 1995 (+6,4 % et +5,7 % respectivement).

Les ventes au détail en 1996 peuvent être caractérisées par une période de légères hausses qui s'est poursuivie jusqu'à l'automne, lorsque les détaillants ont enregistré une croissance des ventes plus forte. C'est cette croissance qui a mené à la hausse globale de 2,4 %.

Note aux lecteurs

À la fin de chaque année civile, on révise les données désaisonnalisées pour les faire correspondre à la somme des données désaisonnalisées. Nous présentons ce mois-ci les données désaisonnalisées révisées de septembre à décembre 1996. Les révisions pour l'année civile 1996 seront calculées et publiées plus tard.

Une bonne période des Fêtes pour les détaillants



¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

Données annuelles de 1996 (non désaisonnalisées)

On peut dire que les détaillants ont atteint le même niveau de croissance en 1996 (+2,4 %) que celui enregistré en 1995 (+2,3 %). Cette croissance demeure moins forte que celles qui ont été enregistrées en 1994 (+6,7 %) et en 1993 (+4,7 %). En 1995, des augmentations avaient été enregistrées dans la plupart des secteurs du commerce de détail. En 1996, la croissance est concentrée dans quelques secteurs, en particulier ceux de l'automobile et des magasins de marchandises diverses.

La croissance des ventes au détail en 1996 repose sur le secteur de l'automobile

L'augmentation des ventes survenue en 1996 reposait sur les percées du secteur de l'automobile (concessionnaires de véhicules automobiles et

récréatifs, stations-service, magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et centres de services). Tous les groupes de ce secteur ont connu une croissance, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs étant en tête (+5,3 %, pour s'établir à 52,2 milliards de dollars). Le nombre de véhicules automobiles neufs vendus en 1996 a grimpé de 3,3 %. Les stations-service ainsi que les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et centres de services ont connu des hausses de 10,5 % et de 6,8 % respectivement.

La deuxième meilleure performance en ce qui a trait à la croissance dans le commerce de détail provient du secteur des marchandises diverses. La croissance de ces magasins en 1996 (+5,0 %) a coïncidé avec un fléchissement des ventes dans les secteurs du vêtement (-0,9 %), de l'ameublement (-1,4 %) ainsi que dans les autres magasins de détail (-1,4 %). Cela pourrait être l'indice d'une évolution du marché, car les consommateurs ont acheté davantage dans les magasins non spécialisés, notamment les grands magasins d'escomptes, dont les ventes ont augmenté de 8,6 % en 1996. Parmi tous les grands magasins (traditionnels et d'escomptes), les ventes de meubles, de gros appareils ménagers et de matériel de détente au foyer ont augmenté de 4,7 %. De plus, les ventes dans le secteur des magasins de marchandises diverses, autres que les grands magasins, ont progressé de 6,9 %. Le taux de croissance des secteurs du vêtement et de l'ameublement a ralenti depuis 1992, tandis que le secteur des marchandises diverses a affiché une croissance ferme depuis 1993.

Le recul des ventes dans l'alimentation au détail (-1,8 %) pourrait être l'indice d'un resserrement de la concurrence faite aux supermarchés (dont les ventes ont fléchi de 2,1 %) par les autres magasins d'alimentation (+2,2 %), les magasins de marchandises diverses (+5,0 %) et les pharmacies (+5,1 %). Le taux de croissance dans le secteur de l'alimentation au détail est en recul depuis 1992.

Les détaillants des Prairies en tête des résultats

Grâce à une bonne récolte en 1996, les provinces des Prairies ont surclassé les autres régions au chapitre de la croissance des ventes au détail. Ainsi, les ventes dans les Prairies ont augmenté de 5,4 % comparativement à une moyenne nationale de 2,4 %. Cela fait suite à une modeste hausse de 3,0 % enregistrée en 1995.

Sept provinces et les deux territoires ont affiché en 1996 des taux de croissance supérieurs à ceux enregistrés en 1995. Terre-Neuve, l'Ontario et la Colombie-Britannique sont les trois provinces qui ont affiché des taux de croissance inférieures à ceux de 1995. Elles ont aussi obtenu des taux inférieurs à la moyenne nationale. Seule Terre-Neuve a affiché une diminution des ventes au détail en 1996.

Les détaillants de la Saskatchewan ont enregistré la plus forte hausse des ventes (+8,0 %), résultat de ventes accrues dans le secteur de l'automobile. Les ventes chez les détaillants de véhicules automobiles ont dominé les ventes au détail en Saskatchewan, avec une hausse de plus de 20 % par rapport à 1995.

Le Manitoba a enregistré une deuxième année de forte croissance, atteignant 6,1 % en 1996, après une hausse de 5,6 % en 1995. Dans cette province, les ventes ont augmenté dans tous les secteurs sauf deux: les magasins de marchandises diverses et les autres magasins de détail. Encore une fois, l'augmentation des ventes chez les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs était la principale cause de la croissance observée chez les détaillants du Manitoba en 1996.

Les détaillants en Alberta ont enregistré un taux de croissance plus élevé en 1996 (+4,4 %) par rapport à 1995 (+1,6 %). La croissance de 1996 a été généralisée puisque seul le secteur du vêtement a enregistré une diminution de ses ventes.

À l'exception de Terre-Neuve, les provinces de l'Atlantique ont également connu une forte croissance en 1996, la Nouvelle-Écosse étant en tête (+6,9 %), suivie par le Nouveau-Brunswick (+5,4 %) et l'Île-du-Prince-Édouard (+5,0 %). Après un recul de 1,7 % des ventes au détail en 1995, les consommateurs de la Nouvelle-Écosse ont dépensé davantage en 1996.

Les détaillants au Québec ont enregistré un taux de croissance supérieur à la moyenne nationale, surtout à cause d'une croissance importante dans les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs. Après les provinces des Prairies, le Québec enregistre le taux de croissance en pourcentage le plus important du nombre de véhicules vendus en 1996.

Les détaillants de l'Ontario n'ont pas connu de croissance en 1996. Le taux de croissance est passé de 6,7 % en 1994 à 3,1 % en 1995. Contrairement à la plupart des autres provinces, l'augmentation du secteur de l'automobile en Ontario était attribuable à une hausse des ventes des stations-service plutôt que des détaillants de véhicules récréatifs et de véhicules automobiles. L'Ontario et la Colombie-Britannique étaient les seules provinces à avoir affiché une baisse des ventes chez les détaillants de véhicules récréatifs et de véhicules automobiles en 1996.

Les ventes des détaillants de la Colombie-Britannique ont enregistré une hausse de 1,4 %

en 1996. Il s'agit de la première fois depuis dix ans que la croissance des ventes au détail en Colombie-Britannique ne dépasse pas celle de la moyenne nationale. Les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs n'ont pas enregistré une aussi bonne performance que ceux de la plupart des autres provinces. Le nombre de véhicules neufs vendus en Colombie-Britannique a diminué de 3,0 % en 1996.

Premières indications des ventes en janvier

D'après les évaluations initiales, il y aurait une chute des ventes de véhicules automobiles neufs. L'emploi dans le secteur du commerce de détail en janvier a affiché une baisse d'environ 2 000 employés. Les mises en chantier en janvier ont marqué une hausse de 7,8 % pour atteindre le niveau le plus élevé depuis novembre 1994. Les ventes au détail aux États-Unis ont connu une croissance de 0,6 % en janvier, après une baisse de 0,3 % en décembre.

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

Le numéro de décembre 1996 de *Commerce de détail* (63-005-XPB, 20 $/ 200 $) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les publications.*

Pour plus de renseignements, communiquez avec Louise Généreux au (613) 951-3549. Pour des renseignements d'ordre analytique, communiquez avec Greg Peterson au (613) 951-3592, Section du commerce de détail, Division de l'industrie. □

Ventes au détail

	Déc. 1995	Sept. 1996[r]	Oct. 1996[r]	Nov. 1996[r]	Déc. 1996[p]	Nov. à déc. 1996	Déc. 1995 à déc. 1996
	données désaisonnalisées						
	millions de $					variation en %	
Aliments	4 467	4 438	4 524	4 486	4 492	0,1	0,6
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 118	4 085	4 162	4 122	4 134	0,3	0,4
Tous les autres magasins d'alimentation	349	353	362	364	358	-1,5	2,5
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	1 031	1 034	1 038	1 053	1 073	1,8	4,0
Vêtements	1 032	1 052	1 075	1 053	1 067	1,3	3,4
Magasins de chaussures	132	146	149	146	142	-3,1	6,9
Magasins de vêtements pour hommes	131	128	133	130	129	-1,0	-1,7
Magasins de vêtements pour dames	330	340	341	345	342	-0,7	3,8
Autres magasins de vêtements	439	438	453	432	454	5,2	3,5
Meubles	881	914	909	932	921	-1,2	4,6
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	684	713	701	731	717	-2,0	4,8
Magasins d'accessoires d'ameublement	197	201	208	201	204	1,7	4,0
Véhicules automobiles	6 429	6 701	6 839	7 020	7 027	0,1	9,3
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	4 177	4 345	4 453	4 636	4 629	-0,1	10,8
Stations-service	1 278	1 311	1 348	1 342	1 370	2,1	7,2
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	974	1 045	1 038	1 043	1 027	-1,5	5,5
Magasins de marchandises diverses	1 914	1 992	2 013	2 047	2 019	-1,4	5,5
Magasins de détail non classés ailleurs	1 937	1 962	1 930	1 920	1 851	-3,6	-4,4
Autres magasins de produits semi-durables	573	642	624	627	625	-0,4	9,1
Autres magasins de produits durables	441	477	470	473	465	-1,6	5,5
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	924	843	837	821	761	-7,2	-17,5
Total des ventes au détail	**17 691**	**18 093**	**18 328**	**18 512**	**18 450**	**-0,3**	**4,3**
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	13 514	13 748	13 875	13 876	13 821	-0,4	2,3
Marchandises genre grands magasins	5 871	6 111	6 128	6 185	6 169	-0,3	5,1
Terre-Neuve	282	276	288	290	294	1,6	4,3
Île-du-Prince-Édouard	79	79	81	79	82	3,1	3,4
Nouvelle-Écosse	537	554	580	584	586	0,3	9,1
Nouveau-Brunswick	439	446	449	443	449	1,3	2,1
Québec	4 189	4 372	4 480	4 417	4 415	0,0	5,4
Ontario	6 485	6 563	6 513	6 647	6 707	0,9	3,4
Manitoba	612	664	670	670	654	-2,3	6,9
Saskatchewan	564	592	605	624	624	-0,1	10,5
Alberta	1 867	1 943	1 985	2 002	2 023	1,1	8,3
Colombie-Britannique	2 576	2 540	2 612	2 693	2 551	-5,3	-1,0
Yukon	21	23	24	24	25	3,1	18,4
Territoires du Nord-Ouest	38	39	40	39	40	2,0	5,3

[r] *Données révisées.*
[p] *Données provisoires.*

Ventes au détail

	Déc. 1995	Nov. 1996[r]	Déc. 1996[p]	Déc. 1995 à déc. 1996
	données non désaisonnalisées			
	millions de $			variation en %
Aliments	4 940	4 507	4 684	-5,2
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 513	4 161	4 267	-5,4
Tous les autres magasins d'alimentation	427	346	417	-2,4
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	1 276	1 055	1 313	2,9
Vêtements	1 784	1 228	1 761	-1,3
Magasins de chaussures	180	180	179	-0,4
Magasins de vêtements pour hommes	279	162	259	-7,4
Magasins de vêtements pour dames	561	381	554	-1,3
Autres magasins de vêtements	764	504	769	0,7
Meubles	1 249	1 037	1 297	3,8
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	1 004	809	1 041	3,7
Magasins d'accessoires d'ameublement	245	227	256	4,3
Véhicules automobiles	5 664	6 785	6 281	10,9
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	3 350	4 290	3 832	14,4
Stations-service	1 261	1 308	1 339	6,2
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 054	1 187	1 110	5,3
Magasins de marchandises diverses	3 296	2 590	3 363	2,0
Magasins de détail non classés ailleurs	3 177	1 997	2 927	-7,8
Autres magasins de produits semi-durables	901	673	942	4,6
Autres magasins de produits durables	851	481	865	1,7
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	1 424	843	1 120	-21,4
Total des ventes au détail	**21 386**	**19 198**	**21 625**	**1,1**
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	18 037	14 909	17 793	-1,4
Marchandises genre grands magasins	9 358	7 063	9 541	2,0
Terre-Neuve	354	313	358	0,9
Île-du-Prince-Édouard	94	81	96	1,8
Nouvelle-Écosse	660	613	700	6,0
Nouveau-Brunswick	531	471	523	-1,5
Québec	4 760	4 561	4 833	1,5
Ontario	8 036	6 976	8 080	0,5
Manitoba	767	702	790	2,9
Saskatchewan	686	656	733	7,0
Alberta	2 297	2 064	2 430	5,8
Colombie-Britannique	3 133	2 699	3 011	-3,9
Yukon	22	22	26	14,1
Territoires du Nord-Ouest	46	38	46	0,5

r *Données révisées.*
p *Données provisoires.*

Ventes au détail

	1992	1993	1994	1995	1996	1995 à 1996 variation en %
	millions de $					
Terre-Neuve	3 359	3 328	3 409	3 478	3 436	-1,21
Île-du-Prince-Édouard	798	846	868	910	956	5,05
Nouvelle-Écosse	6 110	6 372	6 464	6 351	6 789	6,90
Nouveau-Brunswick	4 763	4 961	4 932	5 083	5 355	5,35
Québec	45 078	47 299	50 364	49 598	51 546	3,93
Ontario	68 704	71 290	76 044	78 425	78 428	0,00
Manitoba	6 393	6 666	6 949	7 339	7 784	6,06
Saskatchewan	5 379	5 739	6 267	6 598	7 125	7,99
Alberta	19 440	20 351	21 855	22 196	23 178	4,42
Colombie-Britannique	24 433	26 348	29 032	30 855	31 280	1,38
Yukon	199	205	212	239	271	13,39
Territoires du Nord-Ouest	391	405	443	450	476	5,78

Ventes au détail

	1992	1993	1994	1995	1996	1995 à 1996 variation en %
	millions de $					
Aliments	48 556	51 077	53 471	54 010	53 051	-1,78
Médicaments	10 722	11 889	12 036	11 944	12 547	5,05
Vêtements	10 749	11 436	12 246	12 716	12 601	-0,90
Meubles	9 832	10 631	10 960	10 841	10 691	-1,38
Véhicules automobiles	62 957	66 482	73 158	75 548	80 464	6,51
Marchandises diverses	20 860	20 495	21 531	22 665	23 799	5,00
Autres	21 373	21 799	23 437	23 800	23 471	-1,38
Total, tous les magasins	**185 049**	**193 808**	**206 837**	**211 522**	**216 624**	**2,41**

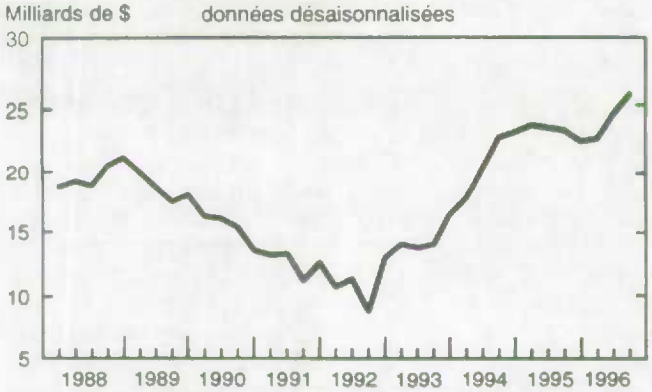
■

Statistiques financières des entreprises

1996 et quatrième trimestre de 1996

Pour un deuxième trimestre d'affilée, les bénéfices d'exploitation des sociétés canadiennes étaient en hausse, après avoir peu varié pendant plusieurs trimestres. Les bénéfices se sont accrus de 5,7 % au quatrième trimestre de 1996 et de 7,4 % au trimestre précédent. Au terme de cette reprise récente, les bénéfices d'exploitation trimestriels ont atteint un sommet de 25,7 milliards de dollars. Dans l'ensemble, les deux tiers des branches d'activité ont enregistré des bénéfices supérieurs durant le trimestre; cependant, le gros de l'augmentation est attribuable au secteur financier. Dans ce secteur, les bénéfices sont en hausse de 18,9 %, surtout grâce aux banques et aux assureurs-vie. En revanche, le fléchissement des bénéfices dans le bois et le papier ainsi que dans les véhicules automobiles et les accessoires pour automobiles a annulé les gains réalisés dans le secteur de l'énergie. Par conséquent, les bénéfices des branches non financières n'ont guère varié.

Bénéfices d'exploitation en hausse au quatrième trimestre



Des résultats partagés dans le secteur non financier

Après avoir enregistré une hausse supérieure à 10 % au dernier trimestre, les bénéfices des branches non financières ont légèrement augmenté au quatrième trimestre. La forte baisse des bénéfices dans le bois et le papier, les véhicules automobiles et les accessoires pour automobiles ainsi que dans les appareils électroniques a, dans une large mesure, éliminé la progression enregistrée dans la plupart des branches.

Les bénéfices tirés du pétrole et du gaz naturel ont fait un bond de 42,6 % pour atteindre un sommet de 4,3 milliards de dollars au quatrième trimestre. Les sociétés qui extraient et écoulent le pétrole brut ont tiré parti de la hausse des prix en 1996. Comme le démontraient les statistiques de novembre sur le pétrole brut et le gaz naturel (diffusées le 30 janvier 1997), les États-Unis représentaient un important marché pour le brut canadien en raison de la vigueur de la demande de la part des raffineries américaines, de la forte réduction des stocks, du ralentissement de la production intérieure de même que de la diminution des achats dans le golfe Persique. De même, la commercialisation et le raffinage ont également fait bonne figure durant le trimestre. Le quatrième trimestre n'a pas connu les guerres de prix incessantes du troisième trimestre, ce qui a permis un redressement des marges. Les ventes de produits pétroliers raffinés ont augmenté au quatrième trimestre, le temps exceptionnellement froid que l'on a connu en octobre et en novembre ayant soutenu les ventes de brut léger. Les ventes de carburant diesel étaient également en hausse en raison de l'accroissement de la demande dans le transport et l'extraction de pétrole brut et de gaz naturel.

Dans la branche des véhicules automobiles et des pièces et accessoires pour véhicules automobiles, les bénéfices ont presque été réduits de moitié, atteignant 1,1 milliard de dollars au quatrième trimestre. Les revenus d'exploitation ont fléchi de 6,2 %, en partie en raison de la grève des travailleurs de GM en octobre.

Dans le bois et le papier, les bénéfices se sont repliés, s'établissant à 0,9 milliard de dollars au quatrième trimestre. Au trimestre précédent, ils avaient doublé pour atteindre 1,7 milliard de dollars. Toutefois, le mouvement à la hausse s'était enrayé à la fin de l'exercice. Les bénéfices réalisés par les sociétés de cette branche ont atteint un sommet de 3,2 milliards de dollars au troisième trimestre de 1995. Les producteurs de papier journal ont fait état de la stagnation de leurs marché intérieur et de leurs marchés d'exportation. Les stocks étaient élevés et les prix n'avaient jamais été aussi bas depuis des années en raison de la faiblesse de la demande de papier journal et de pâte. Plusieurs sociétés ont annoncé des arrêts prolongés de la production durant le trimestre afin de réduire la capacité excédentaire. À la fin de l'exercice, plusieurs producteurs faisaient état d'une diminution des stocks et prévoyaient des hausses de prix en 1997. Le bois a quelque peu compensé les piètres résultats des entreprises des pâtes et papier. Au terme de l'augmentation du nombre de mises en chantier au quatrième trimestre, le secteur canadien de l'habitation a été à l'origine d'une forte demande

de produits du bois. La valeur des permis de bâtir résidentiels a continué de croître, ce qui est de bon augure pour le bois à l'aube de 1997. Aux États-Unis, la demande de bois canadien n'a pas perdu de sa vigueur au quatrième trimestre. Cependant, les exportations de résineux sont désormais restreintes en vertu de l'accord canado-américain sur le bois débité de résineux.

La branche du matériel électronique et des services informatiques est demeurée instable au quatrième trimestre. Après avoir atteint le milliard de dollars au trimestre précédent, les bénéfices se sont repliés à 0,5 milliard de dollars, excédant légèrement le niveau affiché plus tôt dans l'année. Les revenus d'exploitation sont demeurés inchangés à 13,2 milliards de dollars.

Les assureurs-vie et les banques: le moteur de la croissance du secteur financier

Presque toutes les branches du secteur financier ont fait état d'un accroissement de la rentabilité au quatrième trimestre. À l'échelle du secteur, les bénéfices se sont accrus de 18,9 % durant le trimestre pour atteindre 6,8 milliards de dollars. Les gains les plus importants ont été enregistrés par les assureurs-vie et les banques.

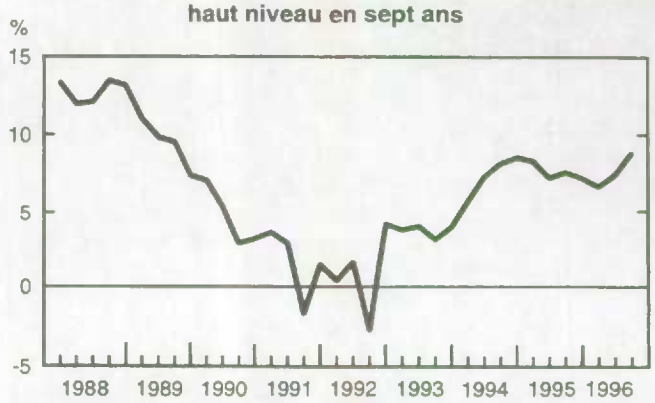
Après s'être établis à 0,6 milliard de dollars au cours des deux trimestres précédents, les bénéfices des assureurs-vie ont atteint 1,1 milliard de dollars au quatrième trimestre. L'amélioration des résultats est attribuable à la hausse des primes et à l'accroissement du capital constitutif de rentes.

Les banques (comptabilisées au Canada) ont vu leurs bénéfices augmenter de 12,3 % pour atteindre 3,3 milliards de dollars au quatrième trimestre; ils n'avaient guère varié durant les deux derniers trimestres. La réduction des frais d'intérêt sur les dépôts ainsi que des provisions pour pertes sur prêts a propulsé les bénéfices d'exploitation durant le trimestre.

Amélioration du rendement de l'avoir grâce à la hausse des bénéfices

Le rendement de l'avoir des sociétés a atteint 8,8 %, comparativement à 7,5 % et à 6,7 % lors des deux trimestres précédents. Au terme de cette progression, cet indice de rentabilité n'a jamais été aussi élevé depuis sept ans. Au quatrième trimestre, les bénéfices après impôt ont fait un bond de 19,2 % alors que l'avoir a légèrement augmenté.

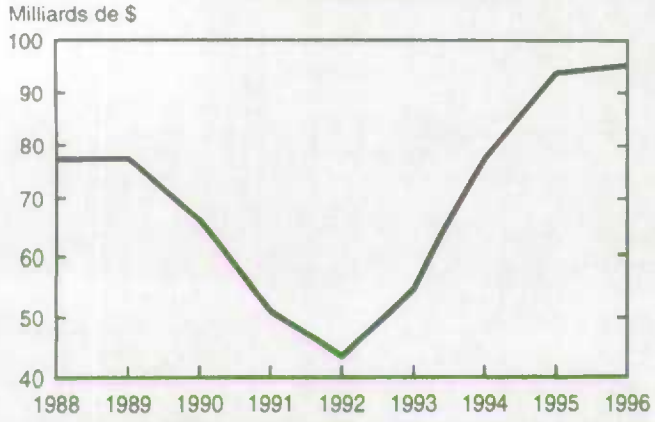
Le rendement des capitaux propres atteint son plus haut niveau en sept ans



Des bénéfices annuels records

En 1996, les bénéfices d'exploitation ont atteint un niveau record, atteignant 95,3 milliards de dollars, par rapport à 93,8 milliards en 1995. Il s'agit de la quatrième hausse annuelle d'affilée, bien que la croissance ait ralenti considérablement. Après une légère baisse au premier trimestre, les bénéfices ont effectué une remontée durant les deux trimestres suivants pour atteindre un sommet historique. Les résultats varient selon les branches d'activité: la moitié des branches seulement ont affiché une hausse des bénéfices en 1996. Dans une large mesure, la reprise des trois dernières années est attribuable aux branches axées sur les exportations. Selon l'indice des prix des produits industriels de décembre (diffusé le 29 janvier 1997), la valeur moyenne du dollar américain a fléchi de 0,8 % par rapport au dollar canadien en 1996. Cela a réduit la valeur des exportations dont le prix est exprimé en monnaie américaine et peut se traduire par une baisse des bénéfices des exportateurs, par exemple les producteurs de bois et de papier.

Les bénéfices d'exploitation annuels ont atteint un niveau record



Les banques ont accru considérablement leurs bénéfices en 1996; les bénéfices d'exploitation ont atteint 11,9 milliards de dollars comparativement à 7,8 milliards en 1995. L'augmentation des commissions de garantie et des commissions sur titres ainsi que la réduction des versements d'intérêts et des provisions pour pertes sur prêts ont permis aux bénéfices d'atteindre des niveaux records en 1996.

La branche du pétrole et du gaz naturel a connu une croissance des bénéfices de 31,6 % en 1996; ceux-ci représentaient 13,6 milliards de dollars. L'amélioration de la conjoncture économique et la faiblesse des réserves américaines, qui découlait en partie de la réduction de la production intérieure, ont favorisé les exportations canadiennes aux États-Unis. En général, les prix des produits ont augmenté en 1996 en raison de la vigueur du marché intérieur et des marchés d'exportation. La demande intérieure de mazout domestique a été soutenue par le temps exceptionnellement froid qui a sévi dans certaines régions du pays en 1996.

Le bois et le papier ont été les grands perdants en 1996. Les bénéfices d'exploitation ont chuté, atteignant 4,6 milliards de dollars, comparativement à 10,8 milliards de dollars en 1995. Les prix du papier journal ont fléchi en 1996 par suite de la diminution de la demande. Les prix records atteints en 1995 ont forcé les utilisateurs de papier journal à réduire leur consommation, ce qui a entraîné une baisse de la demande en 1996. Dans le cas de la pâte, les stocks considérables accumulés en 1996 se sont traduits par une chute spectaculaire des prix. Le bois s'est tiré un peu mieux d'affaire étant donné que la forte demande de bois d'oeuvre dans le marché de l'habitation aux États-Unis et au Canada a fait monter le prix des produits du bois. L'accord canado-américain sur le bois débité de résineux a restreint les exportations pendant l'année, mais a également exercé une pression à la hausse sur les prix du bois débité de résineux.

Ratio financier

	Quatrième trimestre 1995	Troisième trimestre 1996	Quatrième trimestre 1996
Toutes les branches d'activité			
Marge bénéficiaire (%)	6,76	6,78	7,16
Rendement de l'avoir (%)	7,62	7,46	8,84
Ratio des dettes à l'avoir (ratio)	1,094	1,077	1,077
Branches d'activité non financières			
Fonds de roulement (ratio)	1,260	1,276	1,282
Rotation des stocks (ratio)	8,702	8,818	8,690
Rotation des comptes débiteurs (ratio)	8,438	8,563	8,417

Données stockées dans CANSIM: matrices 3914 à 3971 et 3974 à 3981.

Le numéro du quatrième trimestre de 1996 de la publication *Statistiques financières trimestrielles des entreprises* (61-008-XPB, 23 $ / 92 $) paraîtra en mars. Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Bill Potter au (613) 951-2662, avec Joe Wilkinson (branches d'activité non financières) au (613) 951-2663 ou avec Robert Moreau (branches d'activité financières) au (613) 951-2512, Division de l'organisation et des finances de l'industrie.

État des résultats

	Quatrième trimestre 1995	Troisième trimestre 1996	Quatrième trimestre 1996	Troisième trimestre au quatrième trimestre 1996	1995	1996
	données désaisonnalisées					
	milliards de $			variation en %	milliards de $	
Toutes les branches d'activités						
Revenu d'exploitation	345,0	359,2	359,7	0,1	1 376,0	1 425,1
Dépenses d'exploitation	321,7	334,8	334,0	-0,3	1 282,2	1 329,8
Bénéfice d'exploitation	23,3	24,4	25,7	5,7	93,8	95,3
Bénéfice net	10,0	10,4	12,3	18,8	39,9	41,6

■

Un aperçu des mises à pied permanentes

Contrairement à la croyance populaire, le nombre de mises à pied permanentes est très grand chaque année, même durant les expansions économiques. En outre, ce ne sont pas les grandes entreprises qui en font le plus mais les petites compagnies.

Le nombre de mises à pied permanentes est demeuré relativement élevé pendant toutes les phases des récents cycles économiques. Il a varié de 1,20 million en 1982, au pire de la récession, à 1,14 million en 1989, au sommet du cycle économique, et à 1,28 million en 1991, au milieu de la dernière récession. Le taux de mises à pied permanentes diminue bel et bien en période d'expansion, mais non radicalement. Il a varié de 8,7 % en 1982 à 6,2 % en 1989 et à 7,6 % en 1991.

Le cycle économique joue certainement un rôle, mais celui-ci est beaucoup moins grand qu'on l'aurait cru. Les mises à pied permanentes ne sont pas la caractéristique dominante des récessions. En fait, parmi les quatre moyens par lesquels les niveaux de la main-d'oeuvre s'ajustent aux variations de la demande (mises à pied temporaires, mises à pied permanentes, embauches et démissions), les mises à pied temporaires sont les moins influencées par les cycles économiques.

Un processus complexe et continu

Plusieurs processus entraînent des mises à pied permanentes. Par exemple, le jumelage n'est pas toujours heureux entre les individus à la recherche d'un emploi et les employeurs à la recherche de travailleurs. Le travailleur y met fin en démissionnant; l'employeur a le choix de recourir aux mises à pied permanentes. Les mauvais jumelages surviennent durant les récessions et les expansions, mais pourraient être plus communs durant les bonnes périodes au moment où s'accroît l'embauche.

Certaines entreprises réussissent également mieux que d'autres à accroître leur part de marché. Chez les entreprises qui perdent des parts de marché, les mises à pied permanentes surviennent même si l'emploi total et la demande globale de main-d'oeuvre dans le marché ou l'industrie concernée sont à la hausse. Ce processus est une cause principale des mises à pied permanentes.

Au fur et à mesure que la structure de l'économie évolue, certaines industries et secteurs enregistrent des déclins à long terme de la demande de leurs produits et services. Évidemment, il en résulte que certains travailleurs sont mis à pied de façon permanente même lorsque l'ensemble de l'économie est en reprise ou en expansion (par exemple, les travailleurs du secteur des biens des années 80 et 90).

Cependant, les mises à pied permanentes ne sont pas nécessairement concentrées dans les industries en déclin. Quelques industries en déclin ont les taux les plus bas de mise à pied permanente, alors que d'autres en expansion ont les taux les plus élevés. Ainsi, en 1988, l'industrie de la construction, où la croissance de l'emploi était la plus forte cette année-là, à 7,8 %, détenait le taux de mise à pied permanente le plus élevé.

En fait, au cours de toutes les années récentes, le taux de croissance de l'emploi d'une industrie était peu lié à son taux de mise à pied permanente. D'autres caractéristiques d'une industrie, comme son taux de démission et la volatilité de l'emploi au niveau des compagnies qu'elle comprenait, ainsi que les événements qui les affectaient, étaient plus fortement corrélées au nombre de personnes mises à pied de façon permanente.

Les employés des petites firmes courent de plus grands risques

Au cours de toute année donnée, les petites entreprises sont responsables de la plus grande partie de l'embauche. C'est aussi une réalité que les employés courent un risque 2,5 fois plus élevé d'être mis à pied de façon permanente s'ils oeuvrent dans une petite entreprise plutôt que dans une grande.

Que ce soit durant une période de récession ou d'expansion, les Canadiens doivent faire face chaque année à un grand nombre de mises à pied permanentes, soit plus d'un million. En d'autres mots, environ 7,5 % de la population active a été mise à pied de façon permanente au cours de chacune des années 90. Bien qu'il soit élevé, ce taux n'était pas plus grand au cours de la dernière récession qu'il l'a été durant la récession du début des années 80.

Les mises à pied permanentes sont concentrées dans les entreprises de taille moyenne et petite. Les petites entreprises (moins de 20 employés) comptaient pour 23 % de l'emploi en 1993, mais pour la moitié (49 %) des mises à pied permanentes. À l'opposé, les grandes entreprises (500 employés et plus) comptaient pour 45 % de l'emploi, mais pour seulement 14 % des mises à pied permanentes cette année-là.

L'emploi est plus volatil dans les petites entreprises. Les petites entreprises constituent un secteur moins stable et tendent beaucoup plus que les grandes entreprises à disparaître et à être remplacées. Cette destruction «créatrice» des compagnies est caractéristique de toute économie de marché.

Plus particulièrement, en 1993, le déclin et la disparition des grandes compagnies entraînaient une perte de 6 % de l'emploi dans ce secteur. Ces pertes d'emploi étaient en partie compensées par un gain de 4 % du nombre d'emplois des grandes compagnies en expansion. À l'opposé, dans les petites entreprises, les pertes d'emploi attribuables aux déclins et aux disparitions étaient de 21 %, soit plus de trois fois supérieures. Bien que cette perte ait été compensée par un gain de 20 % des emplois dans les petites entreprises naissantes et en expansion, la perte substantielle d'emploi s'est traduite par plusieurs mises à pied permanentes au cours de l'année.

Il n'est donc pas surprenant que l'incidence des mises à pied permanentes soit beaucoup plus élevée dans les petites entreprises au cours d'une année donnée. Par exemple, environ 1 employé sur 8 des petites entreprises a été mis à pied de façon permanente en 1993, comparé à 1 sur 35 seulement dans les grandes entreprises. Si on le compare aux employés des grandes entreprises, le travailleur moyen des petites entreprises est plus jeune, a moins de scolarité et moins d'expérience et a moins de chance d'être syndiqué: des caractéristiques associées avec le risque plus grand d'être mis à pied de façon permanente. Ces caractéristiques, cependant, n'expliquent pas ce risque plus élevé, car la taille des entreprises est le facteur dominant.

L'écart des taux de mise à pied permanente entre les petites et les grandes entreprises a peu varié au cours des récents cycles économiques. Durant les années 80 et 90, la probabilité d'être mis à pied de façon permanente d'une grande entreprise, même durant une récession sévère, ne se rapprochait même pas de la probabilité de l'être d'une petite entreprise jouissant de la meilleure conjoncture économique possible.

La présente recherche utilise une nouvelle source de données longitudinales sur les cessations d'emploi pour définir les causes sous-jacentes de la plupart des mises à pied permanentes. Le taux de mise à pied permanente est le nombre de mises à pied permanentes divisé par le nombre total de personnes occupées à un moment donné durant l'année.

Le texte intégral de cette étude est présenté comme étude spéciale intitulée «Un aperçu des mises à pied permanentes» dans le numéro de février 1997 de *L'Observateur économique canadien* (11-010-XPB, 22 $ / 220 $). Voir *Pour commander les publications*.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Garnett Picot au (613) 951-8214, Division de l'analyse des entreprises et du marché du travail. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Effectif policier et dépenses au chapitre des services de police au Canada

1995 et 1996

En 1996, on comptait 54 311 agents de police au Canada; il s'agit d'une baisse de 1,3 % par rapport à 1995. Le nombre de policiers pour 100 000 habitants (181) a diminué, pour la cinquième année consécutive en 1996, et il est tombé à son niveau le plus bas depuis plus de 25 ans. L'effectif policier avait augmenté constamment au cours des années 60 et au début des années 70, pour atteindre un sommet en 1975. Entre 1975 et 1991, il était demeuré relativement stable.

Nombre d'agents de police dans les régions métropolitaines de recensement[1], 1996

	Agents de police	Agents de police pour 100 000 habitants[2]
Thunder Bay	250	192,3
Saint John	228	176,2
Winnipeg	1 183	173,9
Montréal	5 791	172,1
Windsor	505	171,7
Regina	342	171,6
Halifax	565	164,2
Saskatoon	353	157,9
Toronto	6 929	157,1
Trois-Rivières	221	155,6
Edmonton	1 318	148,0
St. John's	255	145,5
Hull	373	144,5
Victoria	452	143,4
Vancouver	2 594	137,7
Calgary	1 157	135,5
Hamilton	881	134,0
Québec	927	132,6
Sudbury	216	129,6
Sherbrooke	192	128,9
St. Catharines–Niagara[3]	542	128,3
London	532	126,5
Ottawa	975	124,8
Kitchener–Waterloo[3]	508	119,0
Chicoutimi-Jonquière	196	116,8

1 *La RMR d'Oshawa n'est pas incluse en raison de préoccupations d'ordre méthodologique.*
2 *Les chiffres de population représentent des estimations provisoires postcensitaires sur les RMR au 1er juillet 1996.*
3 *On a ajusté le chiffre de population pour tenir compte des territoires des services de police.*

En 1996, le Manitoba avait le plus grand nombre d'agents pour 100 000 habitants (194), suivie du Québec (187) et de la Saskatchewan (187). Terre-Neuve (146) et l'Île-du-Prince-Édouard (149) en avaient le plus petit nombre.

Les femmes ont continué d'accroître leur représentation parmi les agents de police. La proportion de femmes augmente constamment depuis 1974 et elles représentent maintenant 1 agent sur 10.

Les dépenses engagées au chapitre des services de police représentent près de 60 % des coûts d'administration de la justice. Les coûts des services de police sont demeurés relativement constants au cours des trois dernières années, après avoir enregistré des augmentations annuelles moyennes de 7 % entre 1985 et 1992. Les 5,81 milliards de dollars dépensés en 1995 représentaient un coût de 196 dollars par Canadien.

Données stockées dans CANSIM: matrice 301 et tableaux 00130101 et 00130102.

Effectif policier et dépenses au chapitre des services de police au Canada - 1995 et 1996 (85F0019XPF, 30 $) est maintenant disponible. Voir *Pour commander les publications.*

Pour plus de renseignements, communiquez avec les Services d'information à la clientèle au (613) 951-9023, Centre canadien de la statistique juridique. Numéro sans frais: 1 800 387-2231 ■

Certaines caractéristiques de l'administration policière dans les corps policiers municipaux

1995

Ce rapport présente un sommaire des effectifs policiers et des dépenses pour chaque corps policier municipal au Canada pour 1995. On peut ainsi comparer les services de police par municipalité grâce à des ratios précis, comme le nombre d'agents de police par 10 000 habitants, le coût par habitant et le nombre d'affaires selon le Code criminel par agent.

Certaines caractéristiques de l'administration policière dans les corps policiers municipaux, 1995 (85F0016XPB, 30 $) est maintenant disponible. Voir *Pour commander les publications.*

Pour plus de renseignements, communiquez avec les Services d'information à la clientèle au (613) 951-9023, Centre canadien de la statistique juridique. Numéro sans frais: 1 800 387-2231. ■

Acier en formes primaires

Semaine se terminant le 15 février 1997 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 15 février 1997 a atteint 280 976 tonnes métriques. Il s'agit d'une hausse de 1,0 % par rapport aux 278 186 tonnes métriques de la semaine précédente et de 2,7 % par rapport aux 273 679 tonnes métriques de la semaine correspondante de l'année précédente.

Le total cumulatif au 15 février 1997 est de 1 768 641 tonnes métriques, en hausse de 1,6 % comparativement à 1 740 585 tonnes métriques enregistrées à la même période en 1996.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Andy Shinnan au (613) 951-3515, Division de l'industrie. Internet: *ashinny@statcan.ca.* ■

Contreplaqués de construction

Décembre 1996

Les usines canadiennes ont produit 139 689 mètres cubes de contreplaqués de construction en décembre 1996, en baisse de 2,7 % par rapport aux 143 670 mètres cubes enregistrés en décembre 1995.

De janvier à décembre 1996, la production s'est chiffrée à 1 814 103 mètres cubes, en baisse de 0,9 % par rapport aux 1 831 335 mètres cubes produits durant la même période en 1995.

Données stockées dans CANSIM: matrice 122 (niveau 1).

Le numéro de décembre 1996 de *Contreplaqués de construction* (31-001-XPB, 6 $ / 60 $) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les publications.*

Pour plus de renseignements, communiquez avec Ted Brown au (604) 666-3694, Région du Pacifique. ■

Statistiques du téléphone

Décembre 1996

Les 15 principaux réseaux téléphoniques ont déclaré des recettes d'exploitation totalisant 1 390,0 millions de dollars en décembre 1996, en hausse de 2,9 % par rapport au mois précédent.

Les dépenses d'exploitation ont atteint 1 144,2 millions de dollars, en hausse de 10,4 % comparativement au mois précédent. Les revenus nets de ces réseaux ont totalisé 245,8 millions de dollars, en baisse de 22,0 % par rapport au mois précédent.

Données stockées dans CANSIM: matrice 355.

Le numéro de décembre 1996 de *Statistiques du téléphone* (56-002-XPB, 9 $ / 90 $) paraîtra bientôt. Voir *Pour commander les publications.*

Pour plus de renseignements, communiquez avec Tom Gorman au (613) 951-3498, Projet de remaniement des sciences et de la technologie. ■

Passagers aériens selon l'origine et la destination des voyages entre le Canada et les États-Unis

Premier trimestre de 1996 (données provisoires)

Les données sur l'origine et la destination des passagers aériens sont maintenant disponibles pour le premier trimestre de 1996. Les données représentent les passagers qui ont voyagé entre le Canada et les États-Unis sur des vols réguliers.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Carol Gudz au (819) 997-1386, Centre des statistiques de l'aviation, Division des transports. ■

NOUVELLES PARUTIONS

L'Observateur économique canadien, février 1997
Numéro au catalogue: 11-010-XPB
(Canada: 22$/220$; États-Unis: 27$US/264$US; autres pays: 31$US/308$US).

Enquête mensuelle sur les industries manufacturières, décembre 1996
Numéro au catalogue: 31-001-XPB
(Canada: 19$/190$; États-Unis: 23$US/228$US; autres pays: 27$US/266$US).

L'indice des prix à la consommation, janvier 1997
Numéro au catalogue: 62-001-XPB
(Canada: 10$/100$; États-Unis: 12$US/120$US; autres pays: 14$US/140$US).
Paraît à 7 h 00 le vendredi 21 février. Le communiqué est aussi diffusé à 7 h 00 sur Internet (www.statcan.ca).

Certaines caractéristiques de l'administration policière dans les corps policiers municipaux, 1995
Numéro au catalogue: 85F0016XPB
(Canada: 30$; États-Unis: 36$US; autres pays: 42$US).

Effectif policier et dépenses au chapitre des services de police au Canada, 1995 et 1996
Numéro au catalogue: 85F0019XPF
(Canada: 30$; États-Unis: 36$US; autres pays: 42$US).

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 1997. 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.

Pour commander les publications

Simplifiez vos recherches en feuilletant le *Catalogue de Statistique Canada*, 1994 (11-204F, Canada 15$; États-Unis: 18$US; autres pays: 21$US). L'index des mots-clés vous aidera à trouver des données statistiques sur l'activité économique et sociale.

Commandez *Le Quotidien* et autres publications par téléphone:

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

Au Canada et aux États-Unis, composez:	**1 (800) 267-6677**
Pour les autres pays, composez:	**1 (613) 951-7277**
Ou envoyer votre commande par télécopieur:	**1 (613) 951-1584**

Pour un changement d'adresse: veuillez indiquer votre numéro de compte.

Pour commander par la poste, écrivez à: Ventes et services, Division de la commercialisation, 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.

Les centres régionaux de Statistique Canada offrent toute une gamme de produits et services.
Pour trouver le centre le plus près, consultez les pages bleues de votre annuaire téléphonique sous la rubrique « Statistique Canada ».

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

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA
1010730578

Ne vous laissez pas dépasser par les événements!

Imaginez que vous devez prendre une décision de gestion très importante. Vous vous faites du mauvais sang pendant quelques jours à évaluer vos options. Vous examinez les données disponibles. Vous vous décidez enfin...

... pour vous rendre compte trop tard que vous vous êtes fondé sur de l'information incomplète ou périmée!

Si vous avez déjà vécu ce genre de situation... ou si vous devez un jour miser votre réputation sur la qualité des données que vous avancez... ***Infomat* est pour vous.**

Infomat est la façon la plus rapide et la plus facile de se tenir au courant des tendances économiques et sociales importantes au Canada. Comme il s'agit d'un hebdomadaire – non d'un quotidien – vous aurez le temps de le lire. Et dans une seule et même publication, vous trouverez réponse à presque tout :

- ✔ indices de prix
- ✔ livraisons et commandes des fabricants
- ✔ importations et exportations
- ✔ situation du marché du travail, et des
- ✔ dizaines d'indicateurs socio-économiques clés!

Et comme ***Infomat*** est fondé sur plus de 100 enquêtes permanentes de Statistique Canada, aucune autre source n'est plus à jour ou plus fiable.

Infomat est conçu et rédigé pour des gens comme vous – des gestionnaires qui n'ont pas de temps à perdre!

Faites comme bien d'autres décideurs au pays qui ont réussi et abonnez-vous à *Infomat* aujourd'hui même!

Infomat (n° 11-0020XPF au catalogue) ne coûte que 140 $* par année au Canada, 168 $ US aux États-Unis et 196 $ US dans les autres pays. Nous vous offrons également le **service de télécopie** : 50 numéros pour 600 $* au Canada, 600 $ US aux États-Unis et 600 $ US dans les autres pays.

Vous pouvez nous joindre PAR TÉLÉPHONE AU **1-800-267-6677** ou PAR TÉLÉCOPIEUR au **(613) 951-1584** et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.

Ou envoyez votre commande PAR LA POSTE à : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6. Vous pouvez aussi communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. La liste de ces centres se retrouve dans la présente publication.

Via l'Internet: order@statcan.ca *plus 9,80 $ de TPS et la TVP en vigueur

56-129007087 (56-7087)