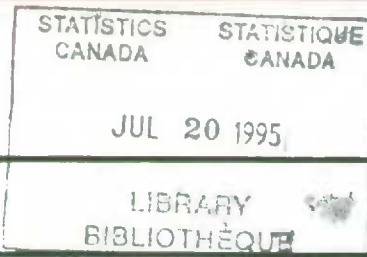




Le Quotidien

Statistique Canada

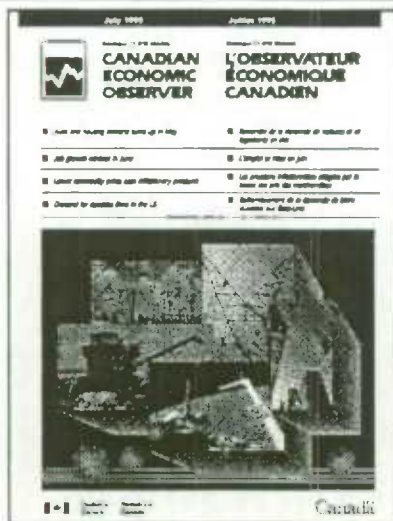
Le jeudi 20 juillet 1995
Pour être diffusé à 8 h 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Commerce de détail, mai 1995** 3
Les consommateurs ont augmenté leurs dépenses en mai et ce, pour un deuxième mois consécutif. Ils ont dépensé davantage aux pompes à essence, puisque les stations-service ont mené l'augmentation dans le commerce de détail.
- **La culture compte, 1993** 7
En 1993, les travailleurs des arts visuels et littéraires, des arts d'interprétation et de l'audio-visuel étaient fortement scolarisés et trois fois plus susceptibles d'être travailleurs autonomes que le Canadien moyen. Toutefois, leur revenu moyen provenant des activités culturelles variait considérablement, d'un minimum de 8 800\$ pour les peintres à un maximum de 47 600\$ chez les directeurs.

(suite à la prochaine page)



L'Observateur économique canadien Juillet 1995

L'édition mensuelle de *L'Observateur économique canadien*, la publication vedette de Statistique Canada portant sur les statistiques économiques, présente un sommaire de la conjoncture et les principaux événements économiques de juin. Un aperçu statistique élargi fournit également une gamme étendue de tableaux et de graphiques comprenant les principales séries chronologiques de l'économie du Canada, des provinces et des grands pays industrialisés.

Le *Supplément statistique historique*, offert en prime aux abonnés, paraît également aujourd'hui. Il contient les données historiques annuelles correspondant aux données mensuelles de *L'Observateur économique canadien*.

L'édition du mois de juillet 1995 de *L'Observateur économique canadien* (11-010, 22\$/220\$) et son *Supplément statistique historique* (11-210, 27\$) sont 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.



AUTRES COMMUNIQUÉS

Acier en formes primaires, semaine se terminant le 15 juillet 1995	10
Chargements ferroviaires, période de neuf jours se terminant le 30 juin 1995	10
Recettes et dépenses du secteur public du Québec - un essai du nouvel univers du secteur public, 1990-1991 et 1991-1992	10

NOUVELLES PARUTIONS

11

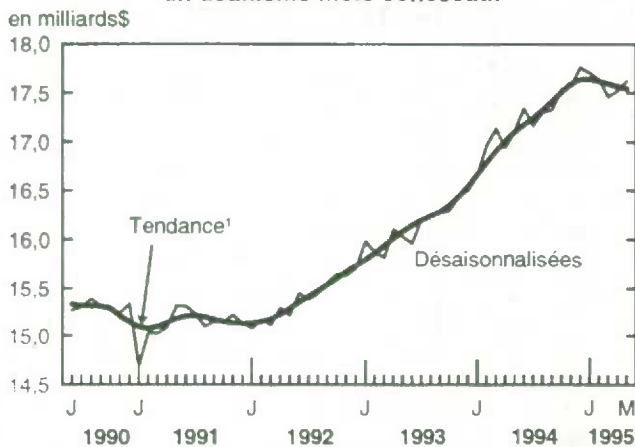
PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Commerce de détail

Mai 1995 (données provisoires)

Les consommateurs ont augmenté leurs dépenses en mai et ce, pour un deuxième mois consécutif. Les ventes totales au détail ont progressé de 0,6% et s'élèvent à 17,6 milliards\$, ce qui fait suite à la croissance enregistrée en avril (+0,3%).

Les ventes au détail s'améliorent en mai pour un deuxième mois consécutif



Une estimation de la taxe de vente fédérale a été supprimée des données d'avant 1991 afin que celles-ci soient comparables à janvier 1991 et aux données subséquentes.

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

Malgré la hausse enregistrée en mai, la tendance du commerce de détail est encore négative en 1995. Cela fait contraste avec la croissance générale observée depuis avril 1992 jusqu'au mois de novembre 1994. Toutefois, les ventes en mai sont supérieures de 3,1% à celles de mai 1994.

Quatre des sept secteurs du commerce de détail ont connu une croissance de leurs ventes en mai, lesquelles représentaient 63% des ventes totales. Les ventes des secteurs de l'automobile, des marchandises diverses et du vêtement sont celles qui augmentent le plus en terme de dollars. En fait, environ la moitié de la hausse totale du commerce de détail provient de revenus plus élevés des stations-service. Par contre, les secteurs de l'ameublement, de l'alimentation et des pharmacies décroissent.

Estimations des régions métropolitaines

Les détaillants de Toronto affichent la plus forte augmentation par rapport à l'année dernière (+14,2%) des régions métropolitaines de Toronto, Montréal, Vancouver et Winnipeg. Les régions de Vancouver et de Winnipeg suivent dans la même foulée avec des hausses de 11,6% et 11,1%, respectivement, qui les placent au-dessus de la moyenne nationale (+4,6%). D'autre part, la région de Montréal fait piètre figure avec une baisse de 2,2% des ventes par rapport à mai 1994.

Dans le secteur de l'automobile, la région de Toronto obtient la meilleure performance des ventes avec un bond de 28,0% par rapport à mai 1994. Winnipeg (+22,5%) et Vancouver (+21,6%) la talonnent. À l'échelle canadienne, les ventes grimpent de 5,0% comparativement à l'an passé.

Dans le secteur de l'alimentation, les détaillants de Vancouver exhibent le plus fort gain de ventes comparativement à l'année précédente (+7,9%), qui surpasse ainsi le niveau national (+3,0%). À l'opposé, les détaillants de Montréal et Toronto enregistrent des pertes.

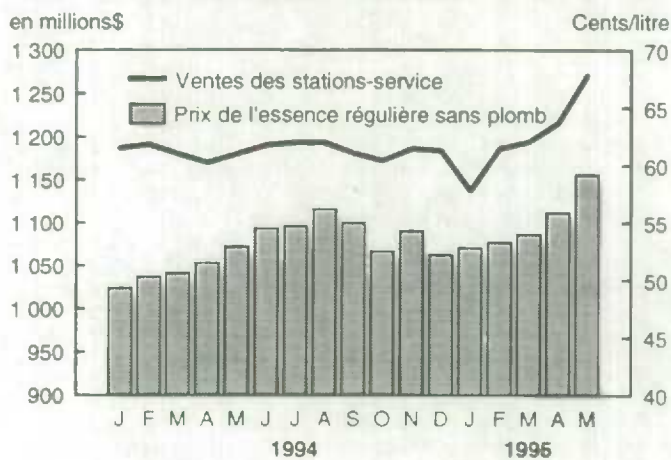
Le niveau national des ventes du secteur de l'ameublement enregistre une légère hausse de 0,8% par rapport à mai 1994. Les belles performances des détaillants de Montréal (+9,6%) et de Winnipeg (+7,6%) ont plus que contrebalancé les diminutions des ventes des régions de Vancouver (-5,1%) et de Toronto (-2,6%).

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont en vente. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549, Division de l'industrie.

Stimulées par l'augmentation des prix, les stations-service mènent la croissance

Les détaillants des stations-service sont en tête du secteur de l'automobile. Leurs ventes ont augmenté de 4,5% en mai, une quatrième hausse consécutive et mènent la croissance (+1,3%) du secteur de l'automobile. Les augmentations constantes du prix moyen de l'essence de janvier jusqu'au sommet de mai en sont responsables. Le prix plus élevé du pétrole est un facteur important qui explique ces augmentations du prix de l'essence. En juin, l'indice des prix à la consommation indique une baisse.

Croissance récente des ventes des stations-service



Les détaillants de pièces et d'accessoires pour automobiles et de services ont aussi déclaré de bonnes ventes en mai (+2,6%), ce qui faisait suite à quatre mois de ventes à la baisse. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs sont demeurées inchangées en mai en dépit d'une forte augmentation du nombre de véhicules neufs vendus.

De bonnes ventes dans le secteur des marchandises diverses ont aussi contribué à l'augmentation générale des ventes au détail. Après deux mois d'affilée de baisse, les ventes s'accroissent en mai (+1,9%) et sont supérieures de 6,0% à celles de l'année passée. La tendance ascendante des ventes de ce secteur est constante depuis le milieu de 1993.

Le secteur de l'ameublement est celui qui a souffert davantage des récentes conditions économiques. En mai, ses ventes ont plongé de 3,7%, une quatrième baisse au cours des cinq derniers mois. Malgré des taux d'intérêt bas, le marché de la construction est au ralenti et les consommateurs retiennent leurs achats de

meubles et d'accessoires d'ameublement. La tendance dans ce secteur est à la baisse depuis février 1995 et ce, après une forte et régulière croissance en 1994.

L'Ontario mène la remontée

Parmi les six provinces qui s'illustrent avec des ventes à la hausse en mai, l'Ontario est celle qui détient la plus forte augmentation (+2,3%) en terme de dollars. Cette bonne augmentation contrebalance presque les deux contre-performances mensuelles précédentes. Le niveau de ventes de mai est similaire à celui de décembre 1994. Les ventes des détaillants manitobains augmentent pour un quatrième mois de suite. Au Québec, les ventes baissent de 0,9% pour une quatrième fois depuis le début de 1995.

Ventes anticipées pour le mois de juin

Les premiers indices concernant les ventes de juin sont encourageants. Les estimations montrent une augmentation des ventes des grands magasins et du nombre de véhicules automobiles neufs vendus. Ces deux catégories représentent presque un tiers du commerce de détail. En plus, l'emploi dans le commerce grimpe de 0,5% par rapport à mai 1995. Les ventes au détail aux États-Unis augmentent de 0,7% en juin après une hausse de 0,9% en mai 1995.

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

Le numéro du mois de mai 1995 de *Commerce de détail* (63-005, 20\$/200\$) sera en vente la deuxième semaine d'août. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements sur les statistiques, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549. Pour de l'information analytique, communiquez avec Sonia Demers au (613) 951-3551, Section du commerce de détail, Division de l'industrie. □

Ventes au détail

	Mai 1994	Février 1995 ^r	Mars 1995 ^r	Avril 1995 ^r	Mai 1995 ^P	Avril 1995 à mai 1995	Mai 1994 à mai 1995
données désaisonnalisées							
	en millions\$					variation en %	
Aliments	4 450	4 541	4 491	4 568	4 555	-0,3	2,4
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 159	4 191	4 136	4 205	4 194	-0,3	0,9
Tous les autres magasins d'alimentation	291	350	356	362	361	-0,3	24,1
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	999	985	976	988	986	-0,2	-1,3
Vêtements	1 001	1 095	1 081	1 054	1 090	3,3	8,9
Magasins de chaussures	147	148	154	139	153	9,6	3,8
Magasins de vêtements pour hommes	141	146	135	131	134	1,8	-5,4
Magasins de vêtements pour dames	329	353	351	339	361	6,2	9,7
Autres magasins de vêtements	384	448	441	444	443	-0,4	15,3
Meubles	909	957	943	945	910	-3,7	0,1
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	720	764	750	750	721	-3,9	0,2
Magasins d'accessoires d'ameublement	189	193	193	194	188	-3,0	-0,3
Véhicules automobiles	6 034	6 214	6 157	6 106	6 186	1,3	2,5
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	3 891	4 050	3 997	3 966	3 967	0,0	2,0
Stations-service	1 180	1 186	1 194	1 216	1 271	4,5	7,7
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	964	978	966	924	948	2,6	-1,6
Magasins de marchandises diverses	1 773	1 857	1 849	1 844	1 879	1,9	6,0
Magasins de détail non classés ailleurs	1 936	1 997	1 970	2 021	2 023	0,1	4,5
Autres magasins de produits semi-durables	595	589	595	596	602	1,0	1,1
Autres magasins de produits durables	469	474	479	478	470	-1,8	0,1
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	872	933	896	947	951	0,4	9,1
Total, ventes au détail	17 103	17 647	17 468	17 525	17 628	0,6	3,1
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	13 212	13 596	13 470	13 560	13 661	0,7	3,4
Marchandises genre grands magasins	5 746	5 958	5 923	5 905	5 936	0,5	3,3
Terre-Neuve	283	288	287	298	292	-2,0	3,1
Île-du-Prince-Édouard	72	74	73	73	76	3,7	5,8
Nouvelle-Écosse	527	541	526	547	539	-1,5	2,2
Nouveau-Brunswick	412	411	407	413	415	0,6	0,8
Québec	4 216	4 136	4 114	4 126	4 089	-0,9	-3,0
Ontario	6 246	6 640	6 545	6 452	6 601	2,3	5,7
Manitoba	557	596	597	603	617	2,4	10,9
Saskatchewan	515	533	512	533	538	0,8	4,4
Alberta	1 824	1 822	1 802	1 822	1 850	1,5	1,5
Colombie-Britannique	2 394	2 547	2 543	2 598	2 551	-1,8	6,6
Yukon	18	18	18	18	18	0,9	3,6
Territoires du Nord-Ouest	39	41	41	42	42	-0,9	7,4

^P Données provisoires

^r Données révisées

Ventes au détail

	Mai 1994	Avril 1995 ^r	Mai 1995 ^p	Mai 1994 à mai 1995
	données non désaisonnalisées			
	en millions\$			varia- tion en %
Aliments	4 465	4 491	4 601	3,0
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 164	4 122	4 234	1,7
Tous les autres magasins d'alimentation	300	369	367	22,1
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	979	937	977	-0,2
Vêtements	977	980	1 064	8,9
Magasins de chaussures	157	143	165	5,4
Magasins de vêtements pour hommes	136	123	133	-2,5
Magasins de vêtements pour dames	333	323	370	11,1
Autres magasins de vêtements	351	392	396	12,8
Meubles	844	850	850	0,8
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	656	675	659	0,4
Magasins d'accessoires d'ameublement	188	175	192	2,0
Véhicules automobiles	7 061	6 291	7 417	5,0
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	4 792	4 279	5 050	5,4
Stations-service	1 196	1 110	1 293	8,1
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 073	902	1 073	0,0
Magasins de marchandises diverses	1 680	1 686	1 824	8,6
Magasins de détail non classés ailleurs	1 982	1 823	2 089	5,4
Autres magasins de produits semi-durables	663	538	683	2,9
Autres magasins de produits durables	456	424	457	0,3
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	863	861	949	10,0
Total, ventes au détail	17 987	17 059	18 821	4,6
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	13 195	12 780	13 771	4,4
Marchandises genre grands magasins	5 598	5 415	5 855	4,6
Terre-Neuve	289	284	303	4,7
Île-du-Prince-Édouard	74	67	80	6,9
Nouvelle-Écosse	545	525	564	3,5
Nouveau-Brunswick	429	397	441	2,9
Québec	4 660	4 201	4 581	-1,7
Ontario	6 500	6 166	6 998	7,7
Manitoba	578	590	644	11,4
Saskatchewan	527	517	564	6,9
Alberta	1 891	1 781	1 941	2,7
Colombie-Britannique	2 436	2 472	2 642	8,4
Yukon	18	16	20	8,8
Territoires du Nord-Ouest	39	41	43	10,2

^p Données provisoires

^r Données révisées

La culture compte

1993

En 1993, les travailleurs des domaines des arts visuels et littéraires, des arts d'interprétation et de l'audio-visuel étaient fortement scolarisés et trois fois plus susceptibles d'être travailleurs autonomes que le Canadien moyen. Toutefois, la moitié d'entre eux exerçaient au moins deux emplois, et leur revenu moyen provenant des activités culturelles variait considérablement.

En 1993, les administrateurs, directeurs, metteurs en scène, enseignants et quelques autres spécialistes ont déclaré, en moyenne, plus de 31 600\$ (le revenu total moyen de l'ensemble de la population active occupée d'après le Recensement de 1991), mais les travailleurs des arts visuels, les musiciens, les danseurs et les écrivains ont déclaré un revenu total moyen inférieur. Leur revenu provenant d'un travail lié à la culture était parfois considérablement moins élevé.

Parmi les personnes recensées, 51% possédaient un diplôme universitaire, comparativement à 15% dans l'ensemble de la population active canadienne d'expérience (Recensement de 1991).

Près de la moitié (46%) de ces travailleurs du secteur culturel étaient des travailleurs autonomes, comparativement à 15% dans l'ensemble de la population active (Enquête sur la population active). Une autre proportion de 32% était constituée de travailleurs autonomes, qui déclaraient également travailler comme employés en 1993.

Ces travailleurs du secteur culturel se concentraient davantage dans les provinces densément peuplées (77% en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique) comparativement à l'ensemble de la population active. Environ 8% de la population active visée vivait dans les provinces de l'Atlantique, 15% dans les Prairies et 0,5% dans le Nord.

Les peintres et les sculpteurs avaient le revenu moyen le plus faible

D'après l'enquête, en 1993, les niveaux de revenu provenant des activités culturelles s'étaient d'une moyenne de 8 800\$ par personne chez ceux dont l'occupation principale se situait dans les arts visuels, comme les peintres et les sculpteurs, à 47 600\$ chez les personnes dont la profession principale touchait l'administration et la surveillance des activités culturelles.

En englobant le revenu de toutes sources (revenus d'emploi, intérêts, droits d'auteur, subventions, etc.), on obtenait des niveaux plus élevés. Par exemple, les

Note aux lecteurs

Nous donnons ici les premières données de l'Enquête sur la population active du secteur culturel, commandée par Développement des ressources humaines Canada (DRHC) pour recueillir de l'information pour l'élaboration des programmes de formation et d'emploi dans le secteur culturel.

L'analyse d'autres données de Statistique Canada montre que le secteur culturel est un volet important de l'économie canadienne. Ce secteur a des répercussions économiques directes évaluées à 16 milliards\$ (2,7% du Produit intérieur brut) et une population active de plus de 670 000 travailleurs.

L'enquête a porté sur 201 000 personnes de carrière rémunérées ou non, travaillant à titre d'artistes, d'administrateurs, de spécialistes et de techniciens dans 14 domaines sélectionnés: arts visuels, métier d'arts, design, littérature, arts d'interprétation, film et vidéo, radiodiffusion, formation culturelle, enregistrements sonores, édition du livre, édition de périodiques, établissements du patrimoine, bibliothèques publiques et autres bibliothèques.

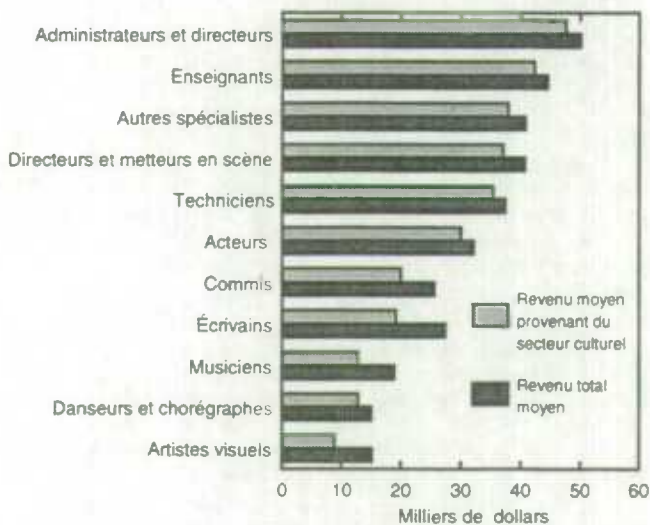
Les premiers résultats seront concentrés sur 94 000 personnes des sous-secteurs des arts visuels et littéraires, des arts d'interprétation et de l'audio-visuel. D'autres données sur les sous-secteurs de l'édition, de l'enregistrement sonore et du patrimoine seront disponibles fin août. Certaines données relatives à des composantes non recensées du secteur culturel (transmission des télécommunications, impression, distribution et commerce de détail, personnel de soutien) proviennent du Recensement de 1991 et d'autres sources de Statistique Canada.

L'enquête, menée en 1994, a été mise au point avec la collaboration étroite du Conseil des ressources humaines du secteur culturel, de la Conférence canadienne des arts, du Conseil des arts du Canada, du ministère du Patrimoine canadien et de nombreuses personnes de la collectivité culturelle, qui ont fourni des conseils avisés sur le contenu et la portée de l'enquête. De plus, au-delà de 1 000 organismes culturels ont communiqué les listes des membres ou des employés, de façon à dresser une liste de personnes d'où provient l'échantillon. Les résultats portent sur les profils d'emploi en 1993 et les caractéristiques des travailleurs, par exemple la scolarité et les compétences, le revenu, la formation et l'effet du changement technologique.

Les professions comprises dans les résultats sont basées sur la Classification type des professions (CTP) de 1980. Les résultats basés sur la CTP de 1991 seront publiés à la fin du mois d'août. Ils fourniront des détails additionnels sur les professions culturelles telles que les artisans et les administrateurs des arts.

artistes visuels faisaient état d'un revenu total moyen de 15 100\$, ce qui est 42% plus élevé que leur revenu moyen provenant des activités culturelles. Le total moyen pour les administrateurs et les surveillants était de 50 100\$, ou 5% plus élevé que leur revenu moyen provenant des activités culturelles.

Revenu moyen selon la profession* en 1993



* Représente certaines professions principales au sein du secteur culturel

Il en allait de même dans les autres professions. Les musiciens, les danseurs et les chorégraphes faisaient état en 1993 d'un revenu moyen de 12 800\$ tiré de leurs activités liées à la culture. Si l'on inclut les autres sources de revenu, on constate que le revenu moyen des musiciens atteint 18 900\$ et celui des danseurs et chorégraphes, 15 000\$. Les écrivains faisaient état d'un revenu moyen total de 27 400\$, dont 19 200\$ provenaient des activités culturelles uniquement.

Les femmes n'étaient majoritaires que dans quatre groupes professionnels: arts visuels (60%), danse et chorégraphie (69%), enseignement (53%) et ventes/travail de bureau (63%). Globalement, six personnes sur dix dans la population ciblée étaient des hommes.

En majorité, les membres de la population active du secteur culturel visée par l'enquête ont déclaré avoir au moins un certain niveau d'études secondaires. Précisons que 17% seulement des répondants ont mentionné l'école postsecondaire ou moins comme plus haut niveau de formation scolaire atteint. Dans certains groupes, par exemple les écrivains et les enseignants, plus de 80% avaient au moins une certaine formation universitaire.

Les emplois multiples étaient courants

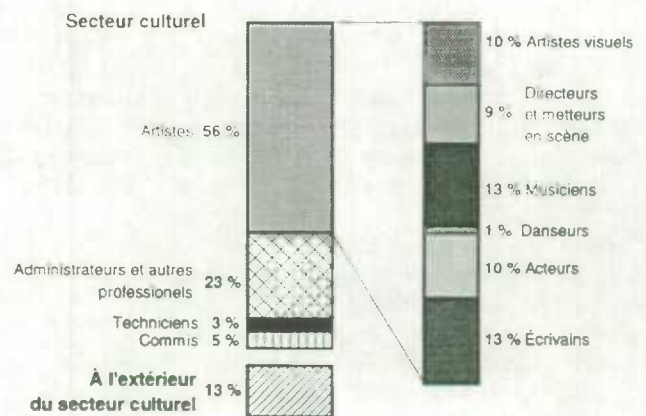
La moitié des personnes recensées occupaient au moins deux emplois. Globalement, chaque travailleur

du secteur culturel occupait en moyenne 1,7 emploi au total.

Nombre d'entre eux étaient à la fois employés et travailleurs autonomes. Les personnes de cette catégorie occupaient individuellement 2,6 emplois. Les emplois pour les travailleurs autonomes du secteur culturel sont définis de façon à représenter séparément chaque profession qu'ils exercent. Ainsi, une personne qui travaille comme peintre et journaliste pigiste est considérée comme ayant deux emplois.

Les résultats de l'enquête démentent l'idée préconçue selon laquelle les artistes ont tendance à compléter leur revenu culturel en travaillant dans la vente ou les services. La majorité (89%) de tous les emplois des travailleurs du secteur culturel sont des postes de gestion – tels les directeurs de production ou les administrateurs des arts –, des postes de professionnels – tels les artistes et les enseignants –, ou des postes techniques – tels les techniciens de la scène ou les monteurs de bande sonores. Par contre, ces professions comptent pour moins de 60% de l'emploi total au Canada. Par ailleurs, plus de 88% de la population active du secteur culturel a déclaré que leur profession principale (celle qui représentait le plus grand nombre d'heures de travail) se trouvait dans le secteur culturel. En particulier, pour 75% des artistes, il s'agissait de leur emploi principal.

Professions en 1993



Des besoins de formation restent à combler

Même si les travailleurs du secteur culturel sont fortement scolarisés, leurs besoins de perfectionnement professionnel ne sont pas toujours

satisfaits. Un peu plus d'un sur trois (35%) a indiqué vouloir plus de scolarité ou de formation liée à son travail culturel, mais sans pouvoir l'obtenir. Le plus souvent (50%), la raison invoquée était le coût élevé.

En outre, puisque nombre de ces personnes sont des travailleurs autonomes, d'habitude, elles ne sont pas admissibles aux programmes de formation interne offerts à de nombreux employés. L'auto-apprentissage était mentionné le plus souvent comme source de perfectionnement des connaissances et compétences (36%), suivi par l'université (17%), les ateliers (12%), les leçons privées (8%), les cours (7%), le collège technique (5%) et les programmes d'apprentissage ou de travail avec un mentor (4%).

Les répondants souhaitent recevoir une formation afin de faire face aux changements technologiques. Depuis 1990, les changements technologiques, notamment l'informatique, les satellites vidéo, la musique numérique, les nouveaux médias et d'autres progrès réalisés au niveau de l'équipement et du matériel, ont eu des répercussions sur les deux tiers des personnes du secteur culturel. Presque 30% seulement ont mentionné avoir reçu une formation en raison de ces changements.

Les employés de la gestion et de l'administration ont mentionné être les plus touchés par le changement, suivis par d'autres travailleurs des arts visuels et commerciaux, notamment les graphistes.

Des données de l'Enquête sur la population active du secteur culturel sont maintenant disponibles. Certains détails du sondage peuvent être obtenus sous forme de tableaux. Les chercheurs peuvent demander des totalisations spéciales moyennant des frais.

Le numéro d'automne, Vol. 7, N° 3, de *La culture en perspective* (87-004, 8\$/26\$) du Programme de statistiques de la culture comportera un sommaire des données de l'Enquête sur la population active du secteur culturel. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements ou pour commander des tableaux, communiquez avec Pina La Novara au (613) 951-1573, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme. Numéro sans frais: 1 800 661-2100.

Le Conseil des ressources humaines du secteur culturel utilisera les résultats du sondage pour élaborer et mettre en oeuvre une stratégie de mise en valeur des ressources humaines dans ce secteur. Pour plus de renseignements sur le travail du Conseil, communiquez avec Marie Palmer au (613) 565-7956. Pour obtenir des renseignements sur l'utilisation de cette enquête par Développement des ressources humaines Canada et leurs autres projets reliés au secteur culturel, communiquez avec Paul Thompson au (613) 957-0853. ■

AUTRES COMMUNIQUÉS

Acier en formes primaires

Semaine se terminant le 15 juillet 1995 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 15 juillet 1995 a atteint 273 961 tonnes métriques, ce qui constitue 2,2% de plus que la production de 268 127 tonnes métriques de la semaine précédente et 12,2% de plus que la production de 244 119 tonnes métriques de la semaine correspondante de l'année précédente.

Le total cumulatif au 15 juillet 1995 est de 7 992 509 tonnes métriques, une augmentation de 8,1%, comparativement à 7 390 947 tonnes métriques pour la même période en 1994.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Greg Milsom au (613) 951-9827, Division de l'industrie. ■

Chargements ferroviaires

Période de neuf jours se terminant le 30 juin 1995

Les quantités de marchandises transportées en wagons complets (à l'exclusion du trafic intermodal) pendant la période de neuf jours ont diminué de 1,4% pour atteindre 6,1 millions de tonnes métriques. Le nombre de wagons chargés a diminué de 2,2% par rapport à la même période de l'année dernière.

Les 430 000 tonnes métriques dont le transport a été assuré par mode intermodal (rail-route) représentent une diminution de 0,3% par rapport à la même période l'année dernière. Le total cumulatif de l'année révèle une augmentation de 18,6%.

L'ensemble du trafic, qui comprend le trafic en charge complète et le trafic intermodal, a diminué

de 1,3% pendant la semaine de référence, le total cumulatif de l'année passant à 126,6 millions de tonnes métriques, ce qui constitue une augmentation de 5,1% par rapport à l'année précédente.

Toutes les données cumulatives ont été révisées.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Yasmin Sheikh au (613) 951-2518, Sous-section des transports terrestres, Division des transports. Télécopieur: (613) 951-0579. ■

Recettes et dépenses du secteur public du Québec - un essai du nouvel univers du secteur public

1990-1991 et 1991-1992

Ce nouveau document de Statistique Canada présente des statistiques financières sur toutes les institutions formant le secteur public du Québec.

Il remplace la publication du Bureau de la statistique du Québec *Statistiques financières - Secteur public du Québec* comprenant des données pour 1990-1991. Les données sont compilées sur la base du Système de gestion financière.

Pour commander *Recettes et dépenses du secteur public du Québec - un essai du nouvel univers du secteur public* (68F0011XPB, 30\$), communiquez avec Jo-Anne Thibault au (613) 951-0767, Division des institutions publiques.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Aldo Diaz au (613) 951-5195, Division des institutions publiques. Télécopieur: (613) 951-0661. ■

NOUVELLES PARUTIONS

L'Observateur économique canadien, juillet 1995
Numéro au catalogue: 11-010
(Canada: 22\$/220\$; États-Unis: 27\$US/264\$US; autres pays: 31\$US/308\$US).

L'Observateur économique canadien, supplément statistique historique, 1994/95
Numéro au catalogue: 11-210
(Canada: 27\$; États-Unis: 33\$US; autres pays: 38\$US).

Enquête mensuelle sur les industries manufacturières, mai 1995
Numéro au catalogue: 31-001
(Canada: 19\$/190\$; États-Unis: 23\$US/228\$US; autres pays: 27\$US/266\$US).

Touriscope, voyages internationaux, mai 1995
Numéro au catalogue: 66-001P
(Canada: 7\$/70\$; États-Unis: 9\$US/84\$US; autres pays: 10\$US/98\$US).

Emploi, gains et durée du travail, avril 1995
Numéro au catalogue: 72-002
(Canada: 31\$/310\$; États-Unis: 38\$US/372\$US; autres pays: 44\$US/434\$US).

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 - 1984.



Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 1995. 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.

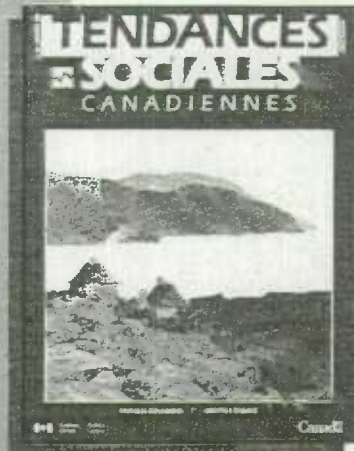
Les centres régionaux de Statistique Canada offrent toute une gamme de produits et services.

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.



Ne soyez pas dépassé par les événements!



Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.



Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que **la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime** et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.



Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou Master Card.