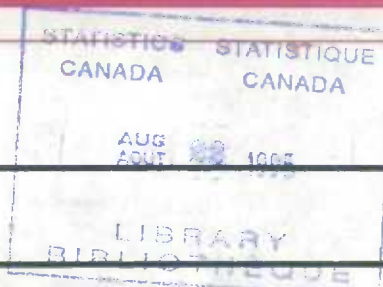




Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 22 août 1995
Pour être diffusé à 8 h 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Indice des prix à la consommation, juillet 1995** 2
Le taux annuel d'inflation, tel que mesuré par l'IPC, a fléchi pour un deuxième mois de suite. Par rapport à un an plus tôt, l'IPC était de 2,5% plus élevé en juillet, à comparer à 2,7% en juin et à 2,9% en mai.
- **Commerce de détail, juin 1995** 5
Les ventes au détail ont augmenté de 0,6% en juin, une troisième hausse mensuelle consécutive. Les augmentations des trois derniers mois ont contrebalancé les baisses des trois premiers mois de l'année. Les ventes au détail reviennent au niveau atteint en décembre 1994.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Profil des minorités visibles 9
- Chargements ferroviaires, juin 1995 9
- Finances publiques provinciales et territoriales - Actif et passif, 31 mars 1994 9

NOUVELLES PARUTIONS 11



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Indice des prix à la consommation

Juillet 1995

En juillet 1995, les consommateurs ont payé 2,5% de plus qu'il y a douze mois pour les biens et les services compris dans l'Indice des prix à la consommation (IPC). Cela se compare aux augmentations de 2,7% de juin et de 2,9% de mai. Le ralentissement de la progression annuelle entre juin et juillet est attribuable au secteur des biens plutôt qu'à celui des services. C'était aussi le cas entre mai et juin.

Parmi les éléments qui ont fortement contribué à l'augmentation de 2,5% figuraient les véhicules neufs, l'essence, l'assurance-automobile, les frais d'intérêt hypothécaire et l'hébergement pour voyageurs. Pendant la même période, les consommateurs ont eu droit à un certain allègement grâce à la baisse du prix de l'habillement et des chaussures, du matériel de loisirs et de certains légumes frais.

Taux de variation de l'IPC par rapport au mois correspondant de l'année précédente



Hausse de 0,2% de l'IPC mensuel en juillet

Le gain de 0,2% des prix à la consommation en juillet a été dominé par une progression majeure des tarifs d'hébergement pour voyageurs. Une hausse des tarifs aériens a également contribué à ce gain, mais dans une moindre mesure. En même temps, les consommateurs ont profité d'une baisse des prix de l'essence et de l'habillement et des chaussures.

La progression de 17,9% des tarifs d'hébergement pour voyageurs comptait parmi les augmentations mensuelles les plus importantes observées depuis le début de la série en 1973. L'arrivée de la haute saison touristique explique en partie cette progression. Les augmentations du nombre de visiteurs étrangers au Canada et la diminution du nombre de Canadiens voyageant à l'étranger ont exercé des pressions sur les prix de l'hébergement pour voyageurs. Les voyages aériens ont aussi coûté plus cher en juillet, avec la majoration saisonnière des tarifs pratiqués sur certaines routes intérieures et internationales.

Les automobilistes ont été avantagés par une baisse de 1,9% du prix de l'essence. Le prix à la pompe a augmenté de 11,5% entre janvier et mai, avant de se replier de 1,1% en juin, suivant la tendance du prix du pétrole brut. Selon l'indice des prix des matières brutes, le prix du pétrole brut s'est accru dans les quatre premiers mois de 1995, avant de retomber en mai et en juin.

Le prix de l'habillement et des chaussures a fléchi de 0,5% en juillet, ce qui donne la troisième baisse de prix consécutive. Le recul du dernier mois a été essentiellement le fait de réductions du prix des vêtements pour femmes (-0,8%), des vêtements pour enfants (-3,3%) et des chaussures (-2,2%). La diminution d'ensemble aurait été plus importante n'eût été une hausse de 1,8% du prix des vêtements pour hommes.

Globalement, le prix des aliments n'a pas varié en juillet. Le prix des aliments achetés au magasin a subi une légère baisse, alors que celui des repas pris au restaurant a monté de 0,2%. Les consommateurs ont connu des fortes hausses du prix des fruits frais, du porc, du boeuf, des pommes de terre, des tomates et des boissons gazeuses. Ces hausses ont été plus que compensées par la baisse du prix de la laitue, des autres légumes et des produits de boulangerie.

Les utilisateurs d'articles en papier pour le ménage et les lecteurs de journaux et de revues ont été confrontés à une augmentation des prix en juillet. Le prix des articles en papier pour le ménage a progressé chaque mois cette année. Le prix des journaux et des revues a aussi augmenté sur cette période. La demande internationale de papier et d'articles en papier est demeurée soutenue; l'Indice des prix des produits industriels pour cette catégorie a avancé de 40,6% entre juin 1994 et juin 1995.

Les propriétaires ont dû payer plus cher l'entretien et les réparations de leur maison, surtout pour les

matériaux de couverture. Les locataires ont connu une augmentation modérée des loyers, mais les acheteurs de maison neuve ont profité d'une chute du prix des maisons dans la plupart des centres urbains du pays. Les coûts hypothécaires ont baissé légèrement, les taux d'intérêt étant tombés en deçà du taux moyen pour les hypothèques en cours.

Points saillants des indices des provinces

Entre juillet 1994 et juillet 1995, l'augmentation des IPC provinciaux s'est située dans la fourchette de 1,5% (à Terre-Neuve) à 2,8% (au Manitoba et en Colombie-Britannique). La faible augmentation à Terre-Neuve provient des variations plus faibles que la moyenne pour tous les indices principaux, sauf celui des transports. Au Manitoba, les frais de logement et le prix de l'habillement et des chaussures ont augmenté plus vite que le taux moyen. En Colombie-Britannique, les augmentations de prix ont été bien supérieures à la moyenne pour les aliments, l'habillement et les chaussures, et les loisirs.

Entre juin et juillet, les variations de l'IPC des provinces ont oscillé entre une baisse de 0,2% au Nouveau-Brunswick et une hausse de 0,7% en Colombie-Britannique. Le repli au Nouveau-Brunswick est essentiellement la conséquence d'une chute du prix des aliments et du logement et d'un recul beaucoup plus fort que la moyenne du prix des vêtements pour hommes et des chaussures. En Colombie-Britannique, les augmentations de prix ont dépassé la moyenne pour l'hébergement pour les voyageurs, l'essence et les vêtements.

Données stockées dans CANSIM: matrices 7440 à 7454.

Le numéro de juillet 1995 de *L'Indice des prix à la consommation* (62-001, 10\$/100\$) est maintenant en vente. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Paul-Roméo Danis au (613) 951-3350, Division des prix. □

Indice des prix à la consommation et composantes principales
(1986=100)

| | Juillet 1995 | Juin 1995 | Juillet 1994 | Juin 1995 à juillet 1995 | Juillet 1994 à juillet 1995 |
|--|-----------------|--------------|-----------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| données non désaisonnalisées | | | | | |
| | variation en % | | | | |
| Ensemble | 134,0 | 133,7 | 130,7 | 0,2 | 2,5 |
| Aliments | 127,1 | 127,1 | 124,0 | 0,0 | 2,5 |
| Logement | 134,1 | 134,1 | 132,2 | 0,0 | 1,4 |
| Dépenses et équipement du ménage | 121,5 | 121,3 | 118,8 | 0,2 | 2,3 |
| Habillement et chaussures | 130,2 | 130,8 | 131,7 | -0,5 | -1,1 |
| Transports | 138,9 | 138,8 | 132,4 | 0,1 | 4,9 |
| Santé et soins personnels | 136,1 | 135,8 | 135,5 | 0,2 | 0,4 |
| Loisirs, formation et lecture | 145,4 | 142,6 | 138,1 | 2,0 | 5,3 |
| Boissons alcoolisées et produits du tabac | 144,0 | 143,9 | 140,3 | 0,1 | 2,6 |
| Biens | 127,1 | 127,3 | 124,4 | -0,2 | 2,2 |
| Services | 142,4 | 141,6 | 138,3 | 0,6 | 3,0 |
| Ensemble sans les aliments et l'énergie | 136,3 | 135,8 | 132,8 | 0,4 | 2,6 |
| Énergie | 129,0 | 130,1 | 127,9 | -0,8 | 0,9 |
| Pouvoir d'achat du dollar à la consommation (en cents), par rapport à 1986 | 74,6 | 74,8 | 76,5 | | |
| Ensemble (1981=100) | 177,4 | | | | |

Indice des prix à la consommation par province, Whitehorse et Yellowknife
(1986=100)

| | Juillet 1995 | Juin 1995 | Juillet 1994 | Juin 1995 à juillet 1995 | Juillet 1994 à juillet 1995 |
|------------------------------|-----------------|--------------|-----------------|-----------------------------------|--------------------------------------|
| données non désaisonnalisées | | | | | |
| | variation en % | | | | |
| Terre-Neuve | 128,0 | 127,8 | 126,1 | 0,2 | 1,5 |
| Île-du-Prince-Édouard | 131,4 | 131,0 | 128,5 | 0,3 | 2,3 |
| Nouvelle-Écosse | 131,0 | 130,6 | 128,3 | 0,2 | 2,1 |
| Nouveau-Brunswick | 129,7 | 129,9 | 127,5 | -0,2 | 1,7 |
| Québec | 131,5 | 131,3 | 128,4 | 0,2 | 2,4 |
| Ontario | 134,9 | 134,8 | 131,4 | 0,1 | 2,7 |
| Manitoba | 135,8 | 135,6 | 132,1 | 0,1 | 2,8 |
| Saskatchewan | 136,2 | 136,1 | 133,4 | 0,1 | 2,1 |
| Alberta | 133,1 | 132,4 | 130,1 | 0,5 | 2,3 |
| Colombie-Britannique | 138,2 | 137,2 | 134,4 | 0,7 | 2,8 |
| Whitehorse | 131,2 | 129,8 | 129,0 | 1,1 | 1,7 |
| Yellowknife | 133,6 | 132,6 | 129,2 | 0,8 | 3,4 |

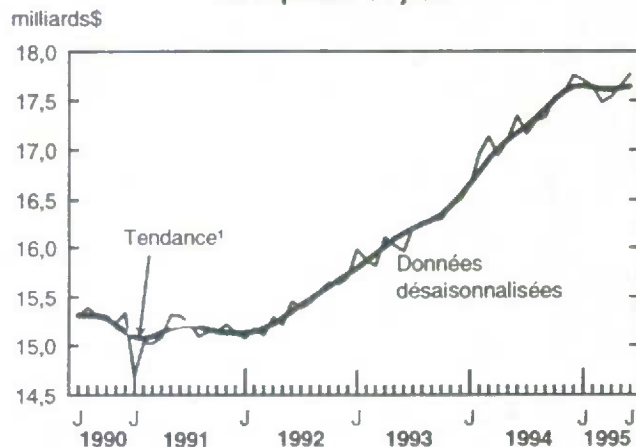
Commerce de détail

Juin 1995 (données provisoires)

Les ventes au détail ont augmenté de 0,6% pour atteindre 17,8 milliards\$ en juin, une troisième hausse mensuelle consécutive. Les augmentations des trois derniers mois ont contrebalancé les baisses des trois premiers mois de l'année. Les ventes au détail reviennent au niveau atteint en décembre 1994.

Les ventes ont chuté chaque mois au premier trimestre de 1995, ce qui diffère de l'augmentation de 0,2% observée au deuxième trimestre de 1995, les ventes ayant augmenté à tous les mois, spécialement en mai et en juin.

Les consommateurs ont continué de dépenser en juin



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

¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

La hausse des ventes au détail en juin s'est fait sentir dans trois des sept secteurs, représentant 52,7% des ventes totales. Les secteurs de l'automobile, des magasins de marchandises diverses et du vêtement ont inscrit les plus fortes augmentations. Des diminutions sont à signaler dans le secteur des aliments et des pharmacies. Les ventes dans le secteur du meuble sont demeurées pratiquement inchangées.

Encouragées par des taux d'intérêt à la baisse, les ventes d'automobiles ont dominé la hausse

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont augmenté de 1,9% en juin, un deuxième gain mensuel consécutif. Les ventes plus élevées des

concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion et des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services ont été partiellement atténuées par des ventes plus faibles dans les stations-service.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion ont enregistré une impressionnante hausse de 3,0% en juin, la plus importante augmentation mensuelle depuis septembre 1994 et une deuxième hausse mensuelle consécutive. La hausse de juin coïncide avec la baisse récente des taux d'intérêt et les rabais des constructeurs, qui ont pu attirer plus de consommateurs chez les concessionnaires.

Les ventes des stations-service ont chuté de 2,0% en juin après une hausse de 3,6% en mai. Cette diminution est attribuable à la baisse du prix de l'essence, la première après quatre mois d'augmentation.

Pour un deuxième mois d'affilée, le secteur des marchandises diverses a aussi contribué à la hausse générale. En juin, les détaillants ont connu une hausse de 1,5% faisant suite à un gain de 1,8% en mai. La tendance des ventes continue d'augmenter depuis la moitié de 1993. Comparées à celles de mai et de juin 1994, les ventes du secteur des marchandises diverses sont supérieures de 6,2%.

Les consommateurs de vêtements ont aussi été actifs en juin puisque les ventes ont augmenté de 2,1%. Les achats de vêtements pour dames, représentant plus de 30% des ventes totales du secteur, ont augmenté de 4,9% en juin après une forte augmentation de 7,2% en mai. Les achats de vêtements pour hommes ont grimpé de 2,2%, une deuxième augmentation mensuelle consécutive.

Faisant contraste, les dépenses dans le secteur des aliments ont chuté de 0,9% en juin. Les ventes baissées de 0,2% le mois d'avant. Les ventes des détaillants en alimentation, qui ont été un facteur important de la croissance totale des ventes au détail depuis le début de 1992, ont diminué au cours des trois derniers mois (avril à juin).

Des ventes supérieures dans la plupart des provinces durant la première moitié de l'année

Durant la première moitié de l'année 1995, les ventes au détail en Colombie-Britannique et en Ontario ont augmenté fortement de 9,1% et de 6,2% respectivement et sont supérieures à la hausse de 3,6% enregistrée au niveau national.

Dans chaque province, les augmentations ont été généralement dominées par les secteurs de

l'automobile, du vêtement et de l'alimentation. Dans le secteur de l'automobile, les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion ont grimpé de 9,1% en Ontario et de 19,8% en Colombie-Britannique. Les détaillants de vêtements ont aussi enregistré de fortes croissances dans ces deux provinces (8,1% en Ontario et 14,9% en Colombie-Britannique).

La baisse de 1,5% des ventes de la province de Québec est attribuable à des ventes plus faibles dans les secteurs de l'automobile, de l'alimentation et des pharmacies. La faiblesse des ventes dans le secteur de l'automobile provient de la chute de 8,5% des ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et d'occasion. De plus, les ventes du secteur des aliments et des pharmacies ont baissé fortement de 4,0% et de 8,1% respectivement durant la première moitié de l'année 1995.

Premiers chiffres pour le mois de juillet

Les ventes anticipées pour le mois de juillet ne sont pas encourageantes. Les premiers chiffres indiquent

une baisse des ventes des grands magasins et des véhicules automobiles neufs, en nombre d'unités. Ces deux catégories représentent environ le tiers des ventes totales du commerce de détail. D'autre part, l'emploi dans le commerce de détail a diminué de 0,7% par rapport à juin 1995. Aux États-Unis, les ventes du commerce de détail ont diminué de 0,1% en juillet après une hausse de 0,8% en juin 1995.

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

Le numéro de juin 1995 de *Commerce de détail* (63-005, 20\$/200\$) paraîtra pendant la deuxième semaine de septembre. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements sur les statistiques, communiquez avec John Svab au (613) 951-3549. Pour obtenir des renseignements analytiques, communiquez avec Pierre Desjardins au (613) 951-9682, Section du commerce de détail, Division de l'industrie. □

Ventes au détail

| | Jun 1994 | Mars 1995 ^r | Avril 1995 ^r | Mai 1995 ^r | Jun 1995 ^p | Mai 1995 à juin 1995 | Jun 1994 à juin 1995 |
|--|---------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| données désaisonnalisées | | | | | | | |
| | millions\$ | | | | | variation en % | |
| Aliments | 4 456 | 4 492 | 4 554 | 4 546 | 4 504 | -0,9 | 1,1 |
| Supermarchés d'alimentation et épiceries | 4 142 | 4 137 | 4 194 | 4 187 | 4 153 | -0,8 | 0,2 |
| Tous les autres magasins d'alimentation | 314 | 355 | 360 | 359 | 352 | -2,0 | 12,0 |
| Pharmacies et magasins de médicaments brevetés | 1 000 | 975 | 986 | 982 | 976 | -0,6 | -2,4 |
| Vêtements | 1 026 | 1 082 | 1 056 | 1 094 | 1 117 | 2,1 | 8,9 |
| Magasins de chaussures | 145 | 154 | 140 | 154 | 157 | 2,4 | 8,3 |
| Magasins de vêtements pour hommes | 143 | 135 | 132 | 134 | 137 | 2,2 | -4,0 |
| Magasins de vêtements pour dames | 339 | 353 | 341 | 366 | 383 | 4,9 | 13,1 |
| Autres magasins de vêtements | 399 | 440 | 443 | 440 | 440 | -0,2 | 10,1 |
| Meubles | 912 | 941 | 942 | 910 | 909 | -0,1 | -0,4 |
| Magasins de meubles et d'appareils ménagers | 724 | 748 | 748 | 721 | 720 | -0,2 | -0,5 |
| Magasins d'accessoires d'ameublement | 189 | 193 | 194 | 189 | 189 | 0,0 | 0,2 |
| Véhicules automobiles | 6 200 | 6 180 | 6 142 | 6 224 | 6 341 | 1,9 | 2,3 |
| Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs | 4 024 | 4 022 | 4 004 | 4 018 | 4 139 | 3,0 | 2,9 |
| Stations-service | 1 190 | 1 191 | 1 212 | 1 256 | 1 230 | -2,0 | 3,4 |
| Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services | 986 | 967 | 925 | 950 | 972 | 2,3 | -1,4 |
| Magasins de marchandises diverses | 1 799 | 1 853 | 1 849 | 1 882 | 1 911 | 1,5 | 6,2 |
| Magasins de détail non classés ailleurs | 1 954 | 1 969 | 2 020 | 2 020 | 2 013 | -0,3 | 3,0 |
| Autres magasins de produits semi-durables | 599 | 594 | 595 | 601 | 597 | -0,5 | -0,2 |
| Autres magasins de produits durables | 473 | 479 | 477 | 467 | 469 | 0,4 | -0,7 |
| Autres magasins de vente au détail n.c.a. | 883 | 896 | 947 | 952 | 946 | -0,6 | 7,2 |
| Total, ventes au détail | 17 348 | 17 491 | 17 548 | 17 658 | 17 771 | 0,6 | 2,4 |
| Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs | 13 324 | 13 469 | 13 544 | 13 639 | 13 632 | -0,1 | 2,3 |
| Marchandises genre grands magasins | 5 809 | 5 923 | 5 905 | 5 936 | 5 980 | 0,7 | 2,9 |
| Terre-Neuve | 288 | 287 | 298 | 292 | 289 | -1,1 | 0,3 |
| Île-du-Prince-Édouard | 72 | 73 | 73 | 76 | 77 | 0,6 | 6,9 |
| Nouvelle-Écosse | 535 | 526 | 547 | 540 | 535 | -0,8 | 0,0 |
| Nouveau-Brunswick | 416 | 408 | 415 | 418 | 423 | 1,1 | 1,7 |
| Québec | 4 248 | 4 112 | 4 121 | 4 088 | 4 068 | -0,5 | -4,2 |
| Ontario | 6 365 | 6 559 | 6 464 | 6 618 | 6 676 | 0,9 | 4,9 |
| Manitoba | 582 | 598 | 604 | 618 | 618 | 0,1 | 6,2 |
| Saskatchewan | 521 | 514 | 536 | 541 | 548 | 1,3 | 5,3 |
| Alberta | 1 845 | 1 805 | 1 826 | 1 862 | 1 866 | 0,2 | 1,1 |
| Colombie-Britannique | 2 420 | 2 550 | 2 604 | 2 544 | 2 610 | 2,6 | 7,8 |
| Yukon | 17 | 18 | 18 | 18 | 19 | 1,3 | 6,6 |
| Territoires du Nord-Ouest | 39 | 41 | 42 | 42 | 42 | 0,7 | 8,8 |

^p Données provisoires.

^r Données révisées.

Ventes au détail

| | Jun 1994 | Mai 1995 ^f | Jun 1995 ^p | Jun 1994 à juin 1995 |
|--|---------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| données non désaisonnalisées | | | | |
| | millions\$ | | | varia- tion en % |
| Aliments | 4 623 | 4 603 | 4 750 | 2,7 |
| Supermarchés d'alimentation et épiceries | 4 286 | 4 234 | 4 369 | 1,9 |
| Tous les autres magasins d'alimentation | 338 | 370 | 381 | 12,8 |
| Pharmacies et magasins de médicaments brevetés | 999 | 975 | 978 | -2,1 |
| Vêtements | 1 015 | 1 062 | 1 120 | 10,4 |
| Magasins de chaussures | 148 | 165 | 165 | 11,3 |
| Magasins de vêtements pour hommes | 149 | 132 | 146 | -1,9 |
| Magasins de vêtements pour dames | 341 | 371 | 392 | 15,0 |
| Autres magasins de vêtements | 378 | 395 | 418 | 10,7 |
| Meubles | 910 | 847 | 910 | 0,1 |
| Magasins de meubles et d'appareils ménagers | 709 | 655 | 708 | 0,0 |
| Magasins d'accessoires d'ameublement | 201 | 193 | 202 | 0,4 |
| Véhicules automobiles | 7 202 | 7 416 | 7 536 | 4,6 |
| Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs | 4 844 | 5 068 | 5 128 | 5,9 |
| Stations-service | 1 254 | 1 281 | 1 313 | 4,7 |
| Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services | 1 104 | 1 068 | 1 094 | -0,9 |
| Magasins de marchandises diverses | 1 725 | 1 816 | 1 856 | 7,6 |
| Magasins de détail non classés ailleurs | 2 056 | 2 093 | 2 148 | 4,5 |
| Autres magasins de produits semi-durables | 642 | 683 | 642 | 0,0 |
| Autres magasins de produits durables | 480 | 455 | 478 | -0,5 |
| Autres magasins de vente au détail n.c.a. | 934 | 955 | 1 029 | 10,1 |
| Total, ventes au détail | 18 531 | 18 812 | 19 298 | 4,1 |
| Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs | 13 686 | 13 745 | 14 170 | 3,5 |
| Marchandises genre grands magasins | 5 771 | 5 837 | 5 984 | 3,7 |
| Terre-Neuve | 301 | 303 | 312 | 3,5 |
| Île-du-Prince-Édouard | 79 | 79 | 87 | 10,4 |
| Nouvelle-Écosse | 575 | 565 | 593 | 3,0 |
| Nouveau-Brunswick | 445 | 443 | 467 | 5,0 |
| Québec | 4 646 | 4 582 | 4 523 | -2,6 |
| Ontario | 6 825 | 6 982 | 7 262 | 6,4 |
| Manitoba | 612 | 644 | 665 | 8,7 |
| Saskatchewan | 549 | 565 | 589 | 7,2 |
| Alberta | 1 944 | 1 952 | 2 015 | 3,6 |
| Colombie-Britannique | 2 490 | 2 634 | 2 717 | 9,1 |
| Yukon | 20 | 20 | 22 | 7,5 |
| Territoires du Nord-Ouest | 43 | 43 | 46 | 7,9 |

^p Données provisoires.

^f Données révisées.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Profil des minorités visibles

Profil des minorités visibles est un produit du Programme statistique sur l'équité en matière d'emploi, qui fournit un aperçu des caractéristiques des sous-groupes formant les minorités visibles: Noirs, Chinois, Coréens, Japonais, Philippins, personnes originaires de l'Asie du Sud, de l'Asie du Sud-Est, de l'Asie occidentale, autres personnes originaires des îles du Pacifique, Arabes, Latino-Américains et personnes d'origines multiples. On y trouve des données sur l'industrie et la profession, le niveau de scolarité, le principal domaine d'études et la participation à la population active.

La version imprimée est publiée en cinq volumes, un pour chaque région. Les régions sont les provinces de l'Atlantique (89F0032XPB), le Québec (89F0033XPB), l'Ontario (89F0034XPB), les provinces des Prairies (89F0035XPB), la Colombie-Britannique, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest (89F0036XPB). Chaque volume coûte 150\$ et comprend les données pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines de recensement (RMR) appropriées.

La version électronique (logiciel XV 80F0037XDB, 250\$ au Canada et 250\$US aux États-Unis et dans les autres pays) contient toutes les données nationales, provinciales et les RMR. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Karen Kelly au (613) 951-2598, Division des statistiques sociales, du logement et des familles. ■

Chargements ferroviaires

Juin 1995

Les quantités de marchandises chargées par les chemins de fer au Canada ont atteint 20,4 millions de tonnes métriques en juin 1995, un chiffre en baisse de 5,1% par rapport au mois de juin 1994 (à l'exclusion du trafic intermodal). En outre, les transporteurs ont reçu 1,8 million de tonnes métriques des chargements en provenance des embranchements américains.

Les 1,4 million de tonnes métriques dont le transport a été assuré par mode intermodal (rail-route) sont en hausse de 3,0% par rapport à la même période l'année dernière. Le total cumulatif de l'année révèle une augmentation de 20,8%.

L'ensemble du trafic, qui comprend le trafic en charge complète et le trafic intermodal, a diminué de 4,6% pendant la mois de référence, le total cumulatif de

l'année passant à 126,8 millions de tonnes métriques, en hausse de 4,3% par rapport à l'année précédente. Les chargements en provenance des embranchements américains ont diminué de 23,4%.

Tous les totaux cumulatifs ont été révisés.

Données stockées dans CANSIM: matrice 1431.

Le numéro de juin 1995 de *Chargements ferroviaires* (52-001, 10\$/100\$) paraîtra à une date ultérieure. Voir «Pour commander les publications».

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

Finances publiques provinciales et territoriales - Actif et passif

31 mars 1994

La dette nette, définie comme l'excédent du passif sur l'actif financier des administrations provinciales et territoriales, atteignait 166,1 milliards\$ au 31 mars 1994, en hausse de 26,9 milliards\$, ou de 19,3%, par rapport à celle du 31 mars 1993. L'actif financier s'établissait à 147,5 milliards\$ et le total du passif à 313,6 milliards\$.

L'actif financier se compose d'investissements en titres de placements à court et à long terme (60,5%), d'avances (17,1%), de l'encaisse (11,7%), d'effets à recevoir (9,5%) et d'autres actifs financiers (1,2%).

Ces statistiques sont basées sur les données publiées dans les comptes publics des administrations provinciales et territoriales en date du 31 mars 1994 et présentées selon le Système de gestion financière de Statistique Canada.

Nota: Le Système de gestion financière (SGF) est une présentation normalisée de la comptabilité publique pour les administrations publiques fédérale, provinciales et locales au Canada. Les systèmes comptables des différentes administrations publiques ne sont pas directement comparables en raison des différences de politiques et de structures des administrations publiques proprement dites. Le SGF ajuste les données des comptes publics des administrations publiques et d'autres enregistrements pour produire des données détaillées permettant des

comparaisons entre administrations publiques ainsi que des agrégats nationaux compatibles qui sont cohérents dans le temps. Autrement dit, les statistiques basées sur le SGF peuvent ne pas correspondre aux chiffres publiés dans les états financiers des administrations publiques.

Données stockées dans CANSIM: matrices 3201 à 3213.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Robert Larocque au (613) 951-1836 ou A.J. Gareau au (613) 951-1826, Division des institutions publiques.

Les données sont aussi fournies sous forme de tableaux spéciaux et sur mesure. Pour plus de renseignements sur les produits et services de la Division des institutions publiques, communiquez avec Jo-Anne Thibault au (613) 951-0767. Internet: DUBODIA@STATCAN.CA. ■

NOUVELLES PARUTIONS

Produits pétroliers raffinés, mai 1995

Numéro au catalogue: 45-004

(Canada: 20\$/200\$; États-Unis: 24\$US/240\$US; autres pays: 28\$US/280\$US).

Emploi, gains et durée du travail, mai 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.



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**

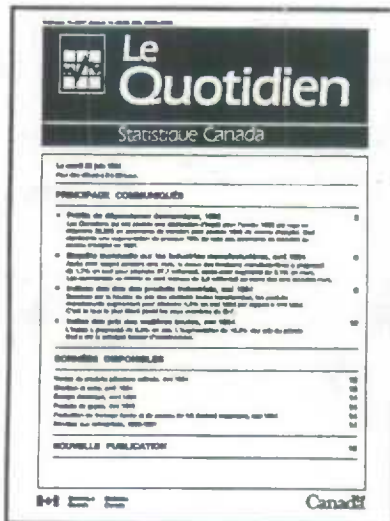
Pour un changement d'adresse: veuillez indiquer votre numéro de compte.

Pour commander par la poste, écrivez à: Ventas 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 T.P.C.

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.



Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F. (Canada: 240\$; États-Unis: 288\$US; autres pays: 336\$US)

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

Pour recevoir *Le Quotidien* via l'Internet, envoyez un message par courrier électronique à lstproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe daily prénom et nom.

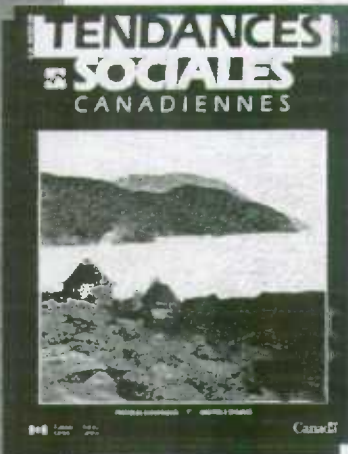
Rédaction: (613) 951-1187

Chef de la Diffusion officielle: Jacques Lefebvre (613) 951-1088

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.



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?

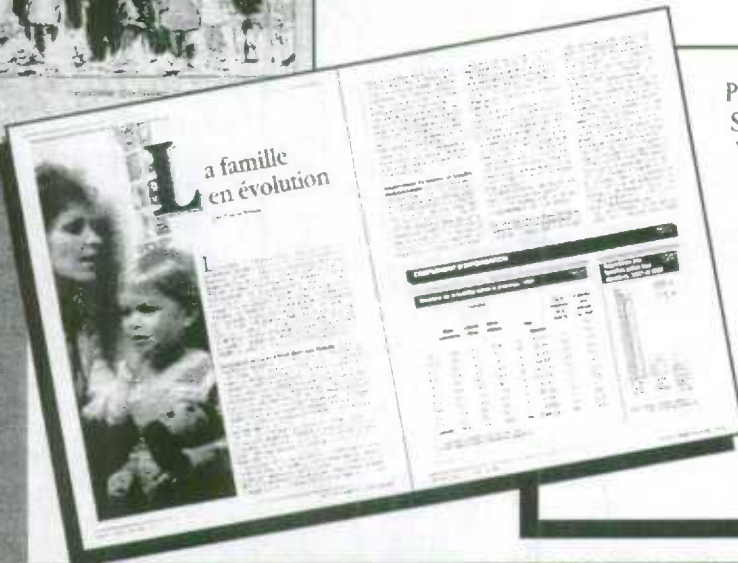
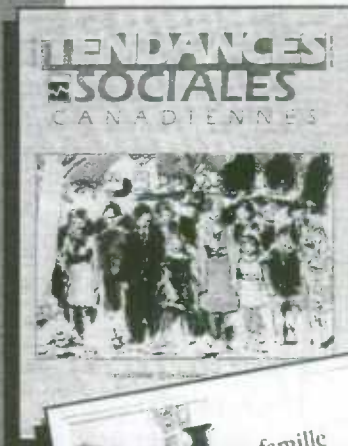
Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication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