



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 23 août 1995
 Pour être diffusé à 8 h 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Commerce de gros, juin 1995** 2
 Comme leurs équivalents du secteur manufacturier, les marchands de gros enregistrent de faibles ventes et un accroissement de leurs stocks depuis le début de l'année.
- **Habitudes d'écoute de la télévision, 1994** 6
 Les Canadiens, en particulier les moins de 25 ans, écoutent moins la télévision qu'il y a cinq ans. Les francophones continuent de passer plus de temps devant le petit écran que les anglophones.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Livraisons de laine minérale y compris les isolants en fibre de verre, juillet 1995 9
- Contre-plaqués de construction, juin 1995 9
- Production, livraisons et stocks en mains des scieries en Colombie-Britannique, juin 1995 9

NOUVELLES PARUTIONS 10



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

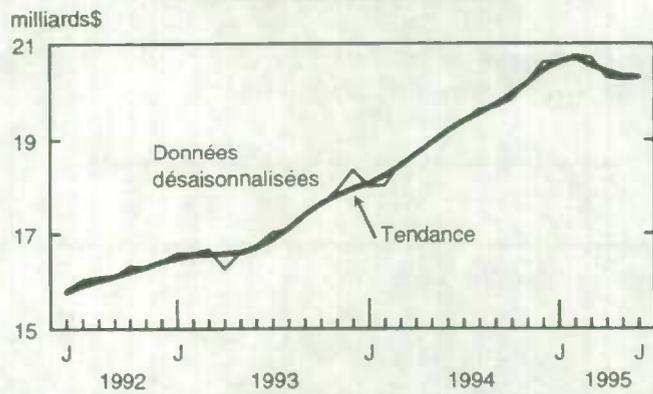
Commerce de gros

Juin 1995 (données provisoires)

Comme leurs équivalents du secteur manufacturier, les marchands de gros enregistrent de faibles ventes et un accroissement de leurs stocks depuis le début de l'année.

Tel qu'observé chez les manufacturiers depuis le début de l'année, les grossistes ont été également frappés par le ralentissement économique. Malgré quelques fluctuations mensuelles, dont une légère hausse de 0,1% en juin, les ventes des marchands de gros sont en baisse de 2,3% (481 millions\$) par rapport au sommet atteint en février dernier. Cela fait contraste avec l'augmentation des ventes mensuelles de 24,8% (4,1 milliards\$) observée pour la période de mai 1993 à février 1995 où l'ensemble des secteurs de l'économie enregistraient des gains importants.

Les ventes sont faibles en 1995 suite à une forte croissance en 1993 et en 1994



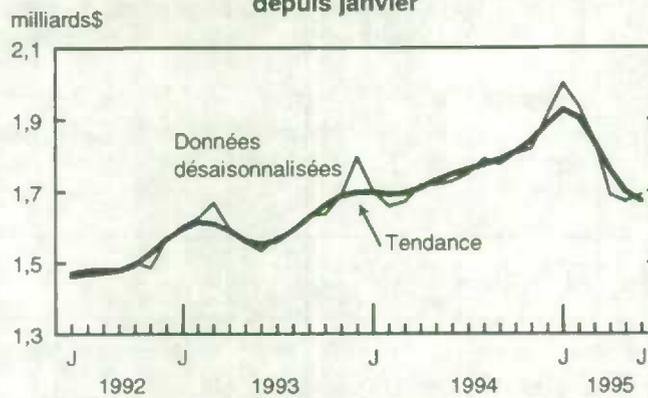
Le récent ralentissement se complique davantage par le fait que les stocks détenus par les grossistes sont en hausse. Ceux-ci sont à un niveau jamais atteint auparavant et le ratio des stocks aux ventes est le plus élevé en deux ans.

Les ventes des marchands de gros affichent en juin une légère hausse de 0,1%, pour atteindre 20,3 milliards\$. Les grossistes de six des onze groupes de commerce (représentant environ 55% des ventes totales) ont enregistré des ventes supérieures. L'augmentation la plus importante a été enregistrée chez les grossistes de produits divers (la pâte de bois, le papier et autres produits de papier, les produits chimiques agricoles et industriels, etc.), soit une hausse de 2,1% ou 75 millions\$. En

contrepartie, les grossistes de machines, matériel et fournitures industriels et autres affichent la plus forte diminution, soit une baisse de 1,7% ou 55 millions\$. Comparativement à juin de l'année dernière, les ventes des marchands de gros, dans leur ensemble ont augmenté de 5,5%, ce qui représente près de 1 milliard\$ de plus.

Malgré la légère hausse de juin, les ventes ont été faibles dans plusieurs groupes de commerce, en particulier celui du bois et des matériaux de construction. Depuis le mois de janvier 1995, les ventes de ce groupe ont chuté de 15,4% ou 307 millions\$. Ce revirement correspond aux faibles mises en chantier au Canada et aux États-Unis. De plus, les prix du bois au Canada ont chuté de 6,9% depuis le début de l'année.

Les ventes de bois ont chuté de 15,4% depuis janvier



Les ventes de produits divers sont vigoureuses surtout à cause de la hausse des prix

Par opposition, les ventes de produits divers sont demeurées vigoureuses. Pour la première moitié de 1995, les grossistes de produits divers affichent un gain de 18,3% comparativement à la même période l'an passé. Dans les 12 derniers mois, les hausses des prix du papier et des produits connexes (+40,6%) et de ceux des produits chimiques (+14,4%) ont en partie contribué à la forte croissance de ce groupe.

Le commerce régional varie

La récente faiblesse des ventes a affecté les grossistes différemment d'une province ou d'un territoire à l'autre. Malgré les fluctuations mensuelles,

les marchands de gros de huit des douze régions affichent des ventes inférieures par rapport au sommet de février dernier. Les plus fortes baisses pour cette période, en dollars courants, proviennent des grossistes du Québec (-6,0% ou 287 millions\$), de l'Alberta (-4,1% ou 79 millions\$) et de la Saskatchewan (-8,5% ou 64 millions\$).

En revanche, les grossistes de l'Atlantique ont été capables de contrer le ralentissement par rapport au reste du pays, soit à l'Île-du-Prince-Édouard (+34,0% ou 13 millions\$), au Nouveau-Brunswick (+4,0% ou 11 millions\$) et à Terre-Neuve (+1,4% ou 3 millions\$).

Le ratio des stocks aux ventes est le plus élevé en deux ans

En juin, les inventaires des grossistes ont progressé pour un seizième mois consécutif, en hausse de 0,8%, pour atteindre 30,8 milliards\$. Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ont enregistré la plus forte augmentation, en dollars courants, soit 5,2% ou 213 millions\$.

Une faible demande dans la première moitié de l'année 1995 et une hausse du niveau des stocks ont eu pour effet de pousser vers le haut le ratio des stocks aux ventes de 1,44 qu'il était en janvier dernier à 1,52 en juin. La progression du ratio a quelque peu ralenti dans les derniers mois, puisque les grossistes tentent de contrôler leurs stocks à la lumière des faibles ventes enregistrées.

Données stockées dans CANSIM: matrices 59, 61, 648 et 649.

L'édition du mois de juin 1995 de *Commerce de gros* (63-008, 16\$/160\$) paraîtra sous peu. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Gilles Berniquez au (613) 951-3540 ou Gilles Simard au (613) 951-3541, Division de l'industrie. □

Ventes et stocks des marchands de gros

	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 %	
Ventes, ensemble des commerces	19 212	20 699	20 291	20 243	20 269	0,1	5,5
Produits alimentaires	3 558	3 721	3 621	3 697	3 654	-1,2	2,7
Boissons, médicaments et tabac	1 082	1 161	1 177	1 157	1 136	-1,8	5,0
Vêtements et articles de mercerie	510	446	448	439	427	-2,8	-16,2
Articles ménagers	619	639	624	655	654	-0,2	5,6
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	2 158	2 357	2 238	2 212	2 222	0,5	3,0
Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	1 471	1 656	1 656	1 638	1 645	0,4	11,9
Bois et matériaux de construction	1 728	1 842	1 691	1 673	1 692	1,1	-2,1
Machines, matériel et fournitures agricoles	423	510	457	487	495	1,6	17,2
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	2 935	3 116	3 082	3 157	3 102	-1,7	5,7
Ordinateurs et logiciels	1 527	1 767	1 780	1 608	1 648	2,5	8,0
Produits divers	3 203	3 484	3 517	3 517	3 592	2,1	12,1
Terre-Neuve	185	195	193	186	186	0,1	0,7
Île-du-Prince-Édouard	46	43	43	49	52	7,2	12,9
Nouvelle-Écosse	406	449	441	443	420	-5,2	3,5
Nouveau-Brunswick	277	311	287	288	294	2,0	6,3
Québec	4 363	4 742	4 680	4 520	4 492	-0,6	2,9
Ontario	8 027	8 904	8 825	8 832	8 861	0,3	10,4
Manitoba	642	677	674	684	697	1,8	8,5
Saskatchewan	607	745	722	693	688	-0,8	13,2
Alberta	1 820	1 887	1 852	1 847	1 845	-0,1	1,3
Colombie-Britannique	2 816	2 722	2 551	2 674	2 709	1,3	-3,8
Yukon	9	9	9	12	13	5,3	37,0
Territoires du Nord-Ouest	13	13	14	14	12	-9,6	-3,5
Stocks, ensemble des commerces	27 823	30 215	30 340	30 525	30 778	0,8	10,6
Produits alimentaires	2 183	2 361	2 337	2 316	2 307	-0,4	5,7
Boissons, médicaments et tabac	1 337	1 418	1 407	1 405	1 413	0,5	5,6
Vêtements et articles de mercerie	1 044	1 032	1 026	1 021	1 036	1,5	-0,8
Articles ménagers	1 270	1 499	1 506	1 497	1 509	0,8	18,8
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	3 626	4 003	4 008	4 100	4 314	5,2	19,0
Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	2 533	2 875	2 856	2 838	2 868	1,0	13,2
Bois et matériaux de construction	2 833	3 111	3 114	3 125	3 106	-0,6	9,6
Machines, matériel et fournitures agricoles	1 476	1 540	1 523	1 537	1 532	-0,3	3,8
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5 771	6 389	6 518	6 632	6 656	0,4	15,3
Ordinateurs et logiciels	1 921	1 674	1 636	1 611	1 602	-0,6	-16,6
Produits divers	3 828	4 312	4 409	4 443	4 437	-0,2	15,9

^p Données provisoires.

^r Données révisées.

Ventes et stocks des marchands de gros

	Jun 1994	Mai 1995 ^f	Jun 1995 ^p	Jun 1994 à juin 1995
données non désaisonnalisées				
	millions\$			varia- tion en %
Ventes, ensemble des commerces	20 914	21 663	21 818	4,3
Produits alimentaires	3 752	3 871	3 804	1,4
Boissons, médicaments et tabac	1 133	1 184	1 164	2,7
Vêtements et articles de mercerie	416	370	355	-14,5
Articles ménagers	581	596	610	5,0
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	2 327	2 427	2 312	-0,6
Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	1 599	1 744	1 765	10,4
Bois et matériaux de construction	2 134	1 973	2 051	-3,9
Machines, matériel et fournitures agricoles	521	598	582	11,7
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	3 174	3 283	3 344	5,3
Ordinateurs et logiciels	1 653	1 492	1 782	7,8
Produits divers	3 624	4 127	4 047	11,7
Terre-Neuve	197	195	202	2,4
Île-du-Prince-Édouard	57	57	64	13,7
Nouvelle-Écosse	473	503	486	2,8
Nouveau-Brunswick	304	305	334	9,8
Québec	4 690	4 868	4 783	2,0
Ontario	8 642	9 298	9 393	8,7
Manitoba	790	811	851	7,6
Saskatchewan	729	804	791	8,5
Alberta	1 997	2 010	1 992	-0,3
Colombie-Britannique	3 009	2 786	2 893	-3,9
Yukon	9	12	13	40,5
Territoires du Nord-Ouest	16	13	16	-2,1
Stocks, ensemble des commerces	28 129	31 470	31 149	10,7
Produits alimentaires	2 264	2 335	2 322	2,6
Boissons, médicaments et tabac	1 282	1 383	1 408	9,8
Vêtements et articles de mercerie	1 113	1 018	1 104	-0,8
Articles ménagers	1 290	1 490	1 526	18,3
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	3 648	4 289	4 375	19,9
Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	2 554	2 941	2 911	14,0
Bois et matériaux de construction	2 947	3 404	3 220	9,3
Machines, matériel et fournitures agricoles	1 529	1 601	1 583	3,5
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5 796	6 723	6 698	15,6
Ordinateurs et logiciels	1 957	1 682	1 630	-16,7
Produits divers	3 748	4 604	4 372	16,7

^p Données provisoires.

^f Données révisées.

Habitudes d'écoute de la télévision

1994

Les Canadiens, en particulier les moins de 25 ans, écoutent moins la télévision qu'il y a cinq ans. Les francophones continuent de passer plus de temps devant le petit écran que les anglophones.

En 1994, les Canadiens passaient en moyenne 22,7 heures par semaine devant le petit écran, environ une demi-heure de moins qu'en 1990 et environ une heure et demie de moins qu'il y a dix ans.

De 1990 à 1994, le fléchissement de l'écoute s'est observé en majeure partie chez les téléspectateurs de moins de 25 ans. En 1994, les enfants de 2 à 11 ans ont écouté en moyenne 17,7 heures de télévision par semaine, environ une heure et demie de moins qu'en 1990.

Les téléspectateurs de deux provinces seulement, la Nouvelle-Écosse et le Québec, ont résisté à la tendance. Ceux de la Nouvelle-Écosse ont écouté en moyenne 24,1 heures de télévision par semaine, contre 23,9 heures en 1990, alors que le total des heures d'écoute pour le Québec est resté stable à 25,7 heures par semaine, soit la moyenne la plus élevée au Canada.

Au Québec, dans tous les groupes d'âge et pour les deux sexes, les francophones ont passé plus de temps devant le petit écran que les anglophones. Les femmes francophones de plus de 60 ans ont écouté en moyenne 44,8 heures de télévision par semaine en 1994, un sommet pour tous les groupes au pays, par rapport à 42,1 heures en 1990. Chez les hommes francophones du même groupe d'âge, le chiffre s'établissait à 39,8 heures, deux heures de plus qu'en 1990.

Par ailleurs, ce sont les Albertains qui ont passé le moins de temps devant le petit écran en 1994, soit en moyenne 20,5 heures par semaine.

Note aux lecteurs

Le projet Télévision du Programme de la statistique culturelle est une entreprise conjointe de la Division des analyses du marché du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), de la Direction de la politique des services de radiodiffusion de Patrimoine Canada, et de la Sous-division de la culture de Statistique Canada.

La Banque de données sur l'écoute de la télévision de Statistique Canada utilisée pour produire les tableaux de cette publication est constituée de fichiers provenant de plusieurs sources. Les données sur l'écoute télévisuelle sont achetées de Sondages BBM et comprennent les caractéristiques démographiques des répondants à l'enquête ainsi que la grille horaire de la plupart des stations de télévision dont le signal est capté au Canada.

Le personnel du CRTC établit un fichier où sont codées les caractéristiques de chaque émission diffusée au cours de la période visée par l'enquête. Voici les principales caractéristiques abordées: contenu (des informations, des émissions d'affaires publiques, des dramatiques, des émissions sur la religion, etc.), langue, pays d'origine, pourcentage du contenu canadien. Le fichier définitif, conservé par Statistique Canada, indique également le réseau d'affiliation et l'emplacement géographique de chaque station de télévision.

Les données d'enquête ont été recueillies auprès d'un échantillon de Canadiens âgés de deux ans et plus. Bien que les données pour chaque répondant touchent seulement une période d'une semaine, le fichier d'analyse définitif a été produit au moyen de données recueillies pendant trois semaines distinctes en novembre 1994.

L'écoute des informations canadiennes en hausse chez les Canadiens

De 1990 à 1994, les émissions canadiennes d'information et d'affaires publiques ont connu une forte hausse de l'auditoire parmi les Canadiens, tout particulièrement les francophones. En 1994, les Canadiens ont consacré 19% de leurs heures d'écoute à des émissions nationales d'affaires publiques, contre seulement 16% quatre ans plus tôt.

La popularité des émissions nationales d'information a monté en flèche parmi les francophones, qui leur ont consacré plus du quart de leur temps d'écoute (27%), contre seulement 19% en 1990.

Répartition en pourcentage des heures d'écoute, selon l'origine et le genre d'émission, francophones âgés de 2 ans et plus Automne 1994

Genre d'émission	Toutes les stations de télévision		
	Émissions canadiennes	Émissions étrangères	Total
Actualités et affaires publiques	27,3	1,2	28,6
Documentaire	1,3	0,4	1,6
Instruction			
Académique	1,9	0,1	2,0
Sociale/récréative	0,7	0,2	1,0
Religion	0,2	-	0,2
Sports	2,7	1,3	3,9
Variétés et jeux	15,4	1,8	17,2
Musique et danse	0,8	0,3	1,1
Comédie	3,4	8,4	11,8
Drame	9,9	17,4	27,3
Autre	-	5,4	5,4
Total	63,6	36,4	100,0

-- Nombres infimes.

- Néant ou zéro.

Note: Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Par contre, en 1994, les anglophones ont passé environ 15% du temps à écouter des émissions canadiennes d'affaires publiques et d'information, un chiffre légèrement en hausse par rapport à 1990. Ils sont également plus friands de nouvelles étrangères.

Dans l'ensemble, les francophones regardent beaucoup plus les émissions de télévision canadiennes que les anglophones. Ces derniers ont consacré environ le quart de leur écoute à des émissions canadiennes, comparativement à plus de 60% chez les francophones. Ces ratios sont restés assez stables au cours des quatre dernières années.

Ce sont les émissions d'humour et les dramatiques qui, de loin, continuent d'attirer le plus de téléspectateurs. Les émissions étrangères recueillent l'auditoire le plus important, en particulier chez les anglophones. Les dramatiques canadiennes ont toujours été plus populaires chez les francophones, mais leur part de marché s'est rétrécie de plus de deux points depuis 1990, pour passer à 13%. Chez les anglophones, l'écoute des émissions d'humour et des dramatiques est passée de 3% en 1990 à 4% de l'écoute totale en 1994.

Les émissions sportives ont attiré bien moins de téléspectateurs en 1994, ce qui serait partiellement attribuable au conflit de travail qui a effacé de la grille horaire une partie de la saison de la Ligue nationale de hockey.

Répartition en pourcentage des heures d'écoute, selon l'origine et le genre d'émission, anglophones âgés de 2 ans et plus Automne 1994

Genre d'émission	Toutes les stations de télévision		
	Émissions canadiennes	Émissions étrangères	Total
Actualités et affaires publiques	15,5	7,6	23,1
Documentaire	0,5	1,9	2,4
Instruction	0,4	0,6	1,0
Académique			
Sociale/récréative	0,5	0,9	1,5
Religion	0,2	0,1	0,3
Sports	3,8	3,4	7,2
Variétés et jeux	1,0	6,9	7,9
Musique et danse	0,3	1,1	1,4
Comédie	0,5	15,0	15,5
Drame	3,3	28,0	31,3
Autre	-	8,4	8,4
Total	26,0	74,0	100,0

- Néant ou zéro.

Note: Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

La publication *L'écoute de la télévision* (87-208) a cessé de paraître. On peut se procurer pour 50\$ des tableaux montrant la répartition des habitudes d'écoute selon la province (semblables à ceux qui figuraient dans *L'écoute de la télévision*). Des totalisations spéciales sont offertes contre recouvrement des coûts, selon la langue de la station de télévision, la langue, la scolarité ou la profession des téléspectateurs, les titres ou caractéristiques de certaines émissions, ou les régions infraprovinciales.

Pour plus de renseignements ou pour commander des tableaux, s'adresser à Pina La Novara au (613) 951-1573, Programme de la statistique de la culture, Division de l'éducation, de la culture et du tourisme. Télécopieur: (613) 951-9040. □

Nombre moyen d'heures d'écoute hebdomadaire, par province et par groupe d'âge et sexe
Automne 1994

	Canada	T.-N.	Î.-P.-É.	N.-É.	N.-B.	Québec			Ont.	Man.	Sask.	Alb.	C.-B.
						Anglais	Français	Total					
Population totale	22,7	24,1	22,3	24,1	23,7	22,8	26,3	25,7	21,8	22,1	21,9	20,5	20,6
Hommes													
18 +	21,5	21,8	22,5	22,5	22,6	22,3	24,3	24,0	20,6	21,4	21,4	19,3	20,3
18 - 24	14,8	14,4	12,6	15,4	13,6	15,0	15,1	15,4	14,5	14,7	17,5	14,4	14,4
25 - 34	18,7	22,9	26,8	19,5	20,7	18,3	20,6	20,2	18,2	19,6	18,7	16,9	16,8
35 - 49	19,1	18,6	22,0	20,3	19,8	18,7	22,1	21,5	18,2	18,4	17,9	18,1	17,8
50 - 59	22,9	24,1	21,7	28,8	28,1	22,3	26,2	25,6	21,5	23,6	21,5	20,2	21,1
60 +	32,4	32,4	26,3	30,8	32,8	34,4	39,8	38,2	30,7	30,9	30,1	28,5	30,7
Femmes													
18 +	26,8	27,8	24,5	27,9	28,2	25,8	31,8	30,8	25,7	25,9	25,5	23,9	24,2
18 - 24	18,8	22,7	21,6	18,1	21,3	17,7	19,9	19,7	18,9	17,9	20,9	17,1	16,6
25 - 34	24,2	28,8	25,0	28,4	25,8	23,2	27,0	26,4	23,3	22,3	21,7	24,0	21,3
35 - 49	23,0	26,5	21,4	25,3	25,6	20,1	28,1	26,9	21,4	23,1	20,4	21,8	20,4
50 - 59	30,1	29,8	27,3	31,2	37,2	27,9	37,1	35,6	28,0	27,4	26,1	24,8	28,1
60 +	36,4	31,1	28,0	33,7	33,7	35,7	44,8	42,4	35,6	34,9	35,0	31,3	33,2
Adolescents													
12 - 17	17,1	18,9	16,6	19,9	15,5	17,3	19,0	18,8	16,8	15,8	17,1	17,6	13,9
Enfants													
2 - 11	17,7	23,8	19,8	19,9	18,3	17,1	20,1	19,9	17,0	17,3	17,2	16,8	15,2

Note: Pour le Québec, la classification selon la langue est basée sur la langue parlée à la maison. Le total comprend les répondants qui n'ont pas répondu à cette question ou qui ont indiqué une langue autre que l'anglais ou le français.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Livraisons de laine minérale y compris les isolants en fibre de verre

Juillet 1995

En juillet dernier, les fabricants ont livré 1 587 373 mètres carrés de laine minérale de facteurs R12 (RSI 2.1) en nattes, un chiffre en hausse de 2,4% par rapport à 1 550 258 mètres carrés livrés en juillet 1994, mais en baisse de 4,3% comparativement aux 1 658 615 mètres carrés livrés le mois précédent.

Les livraisons pour la période allant de janvier à juillet 1995 se situent à 14 422 413 mètres carrés, en baisse de 16,5% comparativement à la même période en 1994.

Données stockées dans CANSIM: matrices 40 et 122 (séries 32 et 33).

Le numéro de juillet 1995 de *Laine minérale y compris les isolants en fibre de verre* (44-004, 6\$/60\$) paraîtra à une date ultérieure. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Roland Joubert au (613) 951-3527, Division de l'industrie. ■

Contre-plaqué de construction

Juin 1995

Les usines canadiennes ont produit 162 084 mètres cubes de contre-plaqué de construction en juin 1995, en hausse de 8,1% par rapport à 149 986^r mètres cubes en juin 1994.

De janvier à juin 1995, la production s'est chiffrée à 921 871 mètres cubes, en hausse de 0,5% en regard

des 917 123^r mètres cubes produits durant la même période en 1994.

Données stockées dans CANSIM: matrice 122, niveau 1.

Le numéro de juin 1995 de *Contre-plaqué de construction* (35-001, 6\$/60\$) paraîtra à une date ultérieure. Voir «Pour commander les publications».

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

Production, livraisons et stocks en mains des scieries en Colombie-Britannique

Juin 1995

En juin dernier, la production de bois d'oeuvre et de traverses en Colombie-Britannique a atteint 2 926 852 mètres cubes comparativement à 3 054 913 mètres cubes en juin 1994, en baisse de 4,2%.

De janvier à juin 1995, la production s'est chiffrée à 17 052 582 mètres cubes comparativement à 17 825 169 mètres cubes pour la même période en 1994, en diminution de 4,3%.

Données stockées dans CANSIM: matrice 53, niveau 1.2 (séries 2.2 et 3.2).

Le numéro de juin 1995 de *Production, livraisons et stocks en mains des scieries en Colombie-Britannique* (35-003, 8\$/80\$) paraîtra à une date ultérieure. Voir «Pour commander les publications».

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



NOUVELLES PARUTIONS

Consommation de contenants et autres matières d'emballage, par industrie manufacturière, 1993

Numéro au catalogue: 31-212

(Canada: 28\$; États-Unis: 34\$US; autres pays: 40\$US).

Production et disposition des produits du tabac, juillet 1995

Numéro au catalogue: 32-022

(Canada: 6\$/60\$; États-Unis: 8\$US/72\$US; autres pays: 9\$US/84\$US).

Indice des prix des entrées dans l'agriculture, deuxième trimestre de 1995

Numéro au catalogue: 62-004

(Canada: 24\$/80\$; États-Unis: 29\$US/96\$US; autres pays: 34\$US/112\$US).

Le commerce international de marchandises du Canada, juin 1995

Numéro au catalogue: 65-001

(Canada: 19\$/182\$; États-Unis: 22\$US/219\$US; autres pays: 26\$US/255\$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.