

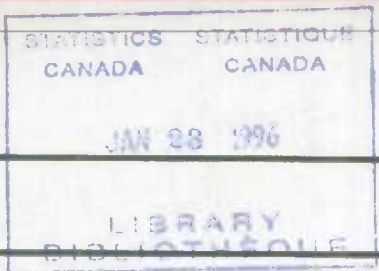
C.3



Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 23 janvier 1996
Pour être diffusé à 8 h 30



PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Indice des prix à la consommation, décembre 1995** 2
L'inflation, telle que mesurée par l'indice des prix à la consommation, est tombée sous la barre des 2% en décembre pour la première fois depuis mars 1995. Les prix étaient de 1,7% plus élevés qu'au même mois de l'année précédente. Entre 1994 et 1995, l'indice d'ensemble moyen annuel a progressé de 2,1%.
- **Commerce de détail, novembre 1995** 6
Les dépenses des consommateurs ont augmenté quelque peu en novembre après avoir décliné en octobre. Cette hausse a été orchestrée par les produits de l'automobile et du vêtement.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Chargements ferroviaires, période de sept jours se terminant le 7 janvier 1996 10
- Transporteurs aériens - statistiques sur la base tarifaire, premier trimestre de 1995 10
- Prix moyens de certaines entrées agricoles, janvier 1996 10
- Livraisons de laine minérale y compris les isolants en fibre de verre, décembre 1995 10
- Livraisons de boîtes et emballages en carton ondulé, décembre 1995 11
- Conserves de choux-fleurs, choux de bruxelles, betteraves et brocolis conditionnés, 1995 11

NOUVELLES PARUTIONS

12



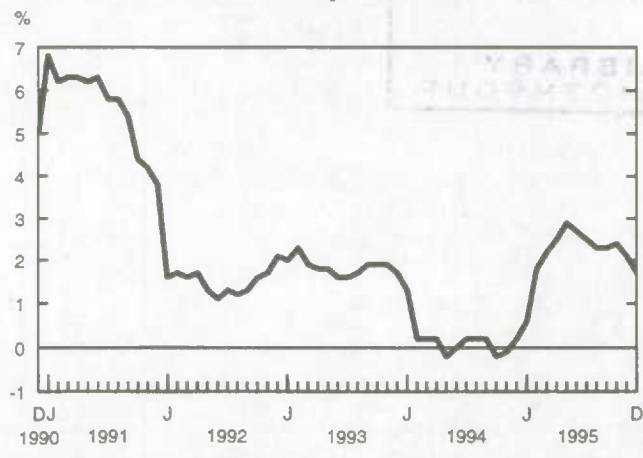
PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Indice des prix à la consommation

Décembre 1995

L'inflation, telle que mesurée par l'indice des prix à la consommation (IPC), est tombée sous la barre des 2% en décembre pour la première fois depuis mars 1995. Les prix étaient de 1,7% plus élevés qu'au même mois de l'année précédente, comparativement à 2,1% en novembre.

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



Parmi les articles dont le prix a affiché une progression notable depuis décembre de l'année précédente, il faut compter les véhicules neufs, les paiements d'intérêt hypothécaire et les produits en papier. Des baisses de prix dignes de mention ont été observées pour les vêtements, les légumes frais et les maisons neuves.

L'IPC augmente de 2,1% entre 1994 et 1995

Les indices moyens annuels s'obtiennent en calculant la moyenne des indices pour les 12 mois, de janvier à décembre de chaque année. Les variations en pourcentage calculées à l'aide de ces moyennes s'appellent les variations annuelles.

Entre 1994 et 1995, l'IPC d'ensemble moyen annuel a progressé de 2,1%, soit plus que le 0,2% observé entre 1993 et 1994, lorsque la moyenne annuelle a subi la forte influence des réductions des taxes sur le tabac. L'avance de 1995 est comparable

Comparaisons des niveaux de prix entre le Canada et les États-Unis, le Japon et le Mexique, 1980-1994

Le numéro de décembre de L'indice des prix à la consommation présente un article qui met en comparaison les niveaux de prix entre le Canada et les États-Unis, le Japon et le Mexique pour la période de 1980 à 1994. Les analyses sont présentées pour l'ensemble des biens et des services vendus dans l'économie de chaque pays. Les comparaisons sont fondées sur le taux de change du marché ainsi que sur la parité de pouvoir d'achat du dollar canadien vis-à-vis de la monnaie des pays comparés.

Les données ont été produites par l'Office statistique des Communautés européennes (Eurostat) et l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), dans le cadre du Programme Eurostat-OCDE sur les parités de pouvoir d'achat.

Le numéro de décembre 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 Gaston Lévesque au (613) 951-3359, Division des prix.

à celles de 1993 (+1,8%) et de 1992 (+1,5%). Ces variations étaient toutes plus faibles que celles observées depuis 1965.

Léger repli de 0,1% de l'IPC entre novembre et décembre

Le prix des vêtements et les frais d'hébergement des voyageurs ont nettement chuté en décembre. Les deux composantes baissent normalement de prix à ce temps-ci, mais cette année, les reculs ont été exceptionnellement forts. On a aussi observé des baisses du prix des chaussures et des accessoires vestimentaires ainsi que des maisons neuves. Ces reculs ont été en partie épongés par des augmentations du prix des aliments, de l'essence, du gaz et du transport aérien.

Le prix des vêtements et des chaussures est tombé de 2,4% en décembre. Les détaillants avaient majoré leurs prix et grossi leurs stocks au début de l'automne en prévision d'une augmentation des dépenses de consommation à l'automne et pendant les Fêtes. Mais les consommateurs sont demeurés sur leurs gardes et la faiblesse des dépenses a obligé les détaillants à baisser leurs prix considérablement pour réduire leurs stocks. Le prix des vêtements a chuté de 2,4% en décembre, conséquence d'importantes baisses de prix qui ont frappé à la fois les vêtements pour femmes, pour hommes et pour enfants. Le prix des chaussures a diminué de 4,3%. Les détaillants ont aussi étendu leurs

prix de solde à certains accessoires vestimentaires et matériaux de couture.

Les frais d'hébergement des voyageurs ont subi une chute inhabituelle de 12,8% en décembre. Ces frais avaient augmenté de 5,8% en mai, et encore de 17,9% en juillet, à la faveur de l'arrivée au Canada d'un nombre record de visiteurs étrangers. Des baisses de prix se sont ajoutées à la réduction saisonnière habituelle en octobre, faisant fléchir les prix de 9,8%. La diminution de décembre était partiellement saisonnière, mais elle était aussi le reflet d'une autre tentative pour faire redescendre les prix élevés atteints pendant l'été.

Les acheteurs de maisons neuves ont profité d'une baisse moyenne de prix de 0,4%, soit la même chose qu'en novembre. Le prix des maisons est faible depuis un certain temps. Un léger gain de 0,1% en août a été la seule avance mensuelle de cet indice depuis novembre 1994. Certains des reculs les plus imposants en décembre ont été observés au Nouveau-Brunswick, en Ontario et en Colombie-Britannique.

Une certaine proportion de l'ensemble des forces qui ont ralenti l'IPC en décembre a été compensée par des majorations de prix observées pour certaines catégories d'aliments ainsi que pour l'essence, le gaz et le transport aérien.

Le prix des aliments a monté de 0,5% en décembre, après un léger repli de 0,1% en novembre. Le gros de l'augmentation en décembre est la conséquence d'une hausse du prix des produits de boulangerie, des produits céréaliers, des tomates et du porc. Pendant ce temps, à l'épicerie, les acheteurs ont observé une baisse du prix de la volaille, du jambon, du bacon, des oranges et des boissons gazeuses.

Le prix de l'essence a fait un bond de 1,8% en décembre, après avoir chuté les deux mois précédents.

La dernière augmentation s'explique en partie par une progression de 4,0% du prix du pétrole brut en novembre. Le prix du gaz naturel a aussi grimpé de 3,7% en décembre, conséquence d'une augmentation des tarifs d'hiver dans certaines villes ontariennes.

Les tarifs aériens ont progressé de 8,0% dans le dernier mois, le gros de cette hausse venant d'augmentations saisonnières des tarifs. Les tarifs aériens ont atteint un sommet saisonnier en juillet, puis n'ont pas cessé de reculer, avant de reprendre en décembre.

Points saillants des indices des provinces

Entre décembre 1994 et décembre 1995, trois des provinces de l'Atlantique ont affiché un taux d'inflation inférieur à 1,0% (la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick et Terre-Neuve). Pendant ce temps, le Manitoba accusait le taux le plus élevé (+2,4%).

Entre novembre et décembre, les IPC provinciaux ont affiché des variations s'échelonnant entre une baisse de 1,1% à l'Île-du-Prince-Édouard et une hausse de 0,3% au Manitoba.

Données stockées dans CANSIM: matrices 7440 à 7453 et 7463 à 7478.

Le numéro de décembre 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. □

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

	Déc. 1995	Nov. 1995	Déc. 1994	Nov. 1995 à déc. 1995	Déc. 1994 à déc. 1995
données non désaisonnalisées					
				variation en %	
Ensemble	133,9	134,1	131,6	-0,1	1,7
Aliments	126,1	125,5	123,7	0,5	1,9
Logement	134,3	134,2	133,4	0,1	0,7
Dépenses et équipement du ménage	122,2	122,2	119,8	0,0	2,0
Habillement et chaussures	129,0	132,2	131,0	-2,4	-1,5
Transports	140,4	139,7	135,0	0,5	4,0
Santé et soins personnels	135,8	135,7	135,6	0,1	0,1
Loisirs, formation et lecture	142,5	145,2	139,5	-1,9	2,2
Boissons alcoolisées et produits du tabac	144,7	144,9	140,8	-0,1	2,8
Biens	127,0	127,1	124,9	-0,1	1,7
Services	142,3	142,7	139,8	-0,3	1,8
Ensemble sans les aliments et l'énergie	136,6	137,2	134,2	-0,4	1,8
Énergie	127,2	125,7	126,2	1,2	0,8
Pouvoir d'achat du dollar à la consommation par rapport à 1986 (en cents)	74,7	74,6	76,0		
Ensemble (1981=100)	177,3				

Indice des prix à la consommation selon la province et pour Whitehorse et Yellowknife
(1986=100)

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

Taux de variation des moyennes annuelles de l'indice des prix à la consommation et des composantes principales (1986=100)

	1995	1994	1993	1992	1991
	données non désaisonnalisées				
	variation en %				
Ensemble	2,1	0,2	1,8	1,5	5,6
Aliments	2,4	0,4	1,7	-0,3	4,8
Logement	1,1	0,4	1,4	1,8	4,7
Dépenses et équipement du ménage	1,9	0,3	0,9	0,5	3,9
Habillement et chaussures	0,0	0,8	1,0	0,9	9,5
Transports	5,2	4,5	3,2	2,0	1,8
Santé et soins personnels	-0,1	1,0	2,7	2,3	7,0
Loisirs, formation et lecture	3,9	2,9	2,5	1,2	6,8
Boissons alcoolisées et produits du tabac	-0,1	-16,4	1,6	6,0	17,2
Biens	1,8	-1,1	1,6	0,8	5,0
Biens durables	3,1	3,7	2,4	1,2	-0,1
Biens semi-durables	0,7	0,9	1,0	0,6	9,4
Biens non durables	1,5	-4,2	1,6	0,7	6,1
Services	2,5	1,7	2,1	2,2	6,4
Ensemble sans les aliments	2,0	0,2	1,9	1,9	5,8
Ensemble sans les aliments et l'énergie	2,2	0,1	2,0	2,0	5,9
Ensemble sans l'énergie	2,3	0,2	1,9	1,6	5,7
Énergie	1,3	0,6	1,3	0,2	4,9

Taux de variation annuel de l'indice des prix à la consommation pour le Canada, les provinces, Whitehorse et Yellowknife (1986=100)

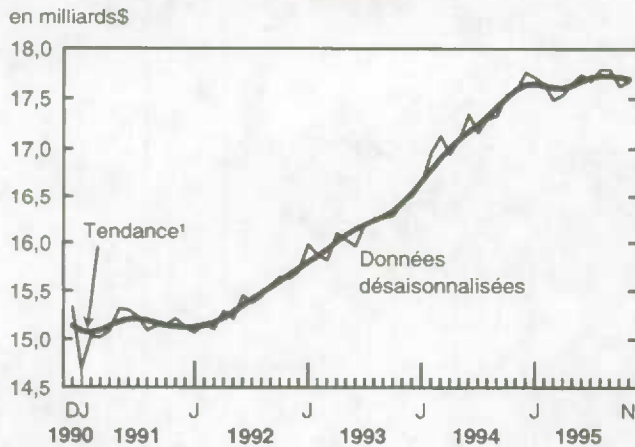
	1995	1994	1993	1992	1991
	données non désaisonnalisées				
	variation en %				
Canada	2,1	0,2	1,8	1,5	5,6
Terre-Neuve	1,4	1,3	1,6	1,1	6,2
Île-du-Prince-Édouard	1,6	-0,2	1,9	0,8	7,5
Nouvelle-Écosse	1,3	1,2	1,2	0,6	6,1
Nouveau-Brunswick	1,5	0,6	1,3	0,6	6,5
Québec	1,8	-1,4	1,4	1,8	7,4
Ontario	2,4	0,1	1,7	1,1	4,6
Manitoba	2,7	1,4	2,7	1,4	5,1
Saskatchewan	2,0	1,8	3,0	1,0	5,2
Alberta	2,3	1,4	1,2	1,4	5,9
Colombie-Britannique	2,3	2,0	3,5	2,7	5,3
Whitehorse	1,3	2,1	2,2	0,9	6,6
Yellowknife	2,9	1,8	1,7	1,1	6,5

Commerce de détail

Novembre 1995 (données provisoires)

Les dépenses des consommateurs ont augmenté quelque peu (+0,2%) en novembre après un déclin de 0,9% en octobre.

Les ventes au détail en hausse marginale en novembre



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.

Les ventes ont eu tendance à plafonner en 1995, après une croissance presque continue qui s'est manifestée du début de 1992 à la fin de 1994. En fait, les ventes de novembre sont pratiquement au même niveau qu'en décembre 1994 et janvier 1995. Les ventes cumulatives de janvier à novembre 1995 ont dépassé de 2,8% celles de la même période en 1994; si on exclut l'effet des changements de prix, il s'agit plutôt d'une augmentation de 0,6%.

Le mois de novembre a amené une augmentation des ventes dans quatre secteurs, lesquels représentent 59% des ventes totales. Les hausses les plus fortes, en dollars, ont été enregistrées dans les secteurs de l'automobile (+0,7%) et du vêtement (+1,2%). Ces gains ont été partiellement neutralisés par la baisse des ventes dans les secteurs de l'alimentation (-0,3%), de l'ameublement (-1,0%) et des magasins de marchandises diverses (-0,1%).

Les ventes ont augmenté dans cinq provinces et territoires, alors qu'elles ont fléchi dans six provinces. Après une forte baisse de 2,5% en octobre, les ventes en Ontario sont restées stables en novembre.

Les secteurs de l'automobile et du vêtement ont donné le ton

Les ventes dans le secteur de l'automobile (incluant les concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services) ont grimpé de 0,7% après avoir enregistré deux baisses mensuelles consécutives (-1,2% en octobre et -0,5% en septembre). La tendance est maintenant au statu quo après l'augmentation qui s'est manifestée durant les deuxième et troisième trimestres de 1995.

Dans le secteur de l'automobile, l'augmentation des ventes enregistrée en novembre par les détaillants de pièces, d'accessoires et de services automobiles et par les stations-service a plus que neutralisé le recul subi par les vendeurs de véhicules automobiles neufs et usagés. Les ventes, chez les détaillants de pièces, d'accessoires et de services automobiles, ont fait un bond de 4,2%, ce qui constitue la croissance mensuelle la plus forte depuis janvier 1994. Ce phénomène est attribuable à de fortes chutes de neige qui ont pu attirer un plus grand nombre de consommateurs dans les magasins. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles neufs et usagés ont baissé de 0,2%. Il s'agit d'une troisième baisse mensuelle consécutive.

Les ventes dans le secteur du vêtement ont grimpé de 1,2% en novembre après quatre diminutions successives. L'augmentation était évidente dans deux des composantes du secteur. Les ventes des magasins de chaussures ont augmenté de 8,9%, alors que celles des autres magasins de vêtements affichaient une hausse de 1,2%. Dans les secteurs du vêtement pour hommes et pour dames, elles ont fléchi respectivement de 3,1% et de 0,3%. Il s'agit de la cinquième diminution mensuelle consécutive pour ces deux groupes et elle coïncide avec les fermetures de magasins qui touchent le secteur depuis le début de 1995. Les ventes dans le secteur du vêtement ont eu tendance à diminuer depuis mai après une croissance continue de janvier 1994 à avril 1995.

Dans les autres commerces, les ventes des pharmacies ont augmenté depuis juillet 1995 après avoir accusé des baisses successives depuis octobre 1994. Dans le secteur des marchandises diverses, les ventes se sont stabilisées au cours des derniers mois après une croissance constante qui se manifeste depuis le milieu de 1993. Dans le secteur de l'ameublement, la tendance est à la baisse depuis février 1995 après une croissance forte et continue remontant à février 1994. Enfin, les ventes des magasins d'alimentation ont poursuivi leur tendance à la baisse observée depuis avril 1995, après la

croissance continue généralisée datant de la moitié de l'année 1993.

Résultats provinciaux

En novembre, les détaillants du Québec ont affiché la meilleure performance en dollars. Les ventes ont augmenté de 1,2% en novembre, un cinquième gain mensuel consécutif. Tout comme à l'échelle nationale, les secteurs de l'automobile et du vêtement ont été de la partie. Cependant, cet accroissement n'a toutefois pas été suffisant pour contrebalancer le faible niveau de ventes du début de l'année. Les ventes au détail, pour les 11 premiers mois de 1995, sont en baisse de 0,7% comparativement à la croissance de 2,8% enregistrée à l'échelle nationale.

Les ventes au détail en Ontario n'ont pratiquement pas évolué après les déclin de 2,5% et de 0,2% enregistrés en octobre et en septembre, respectivement. Par ailleurs, l'augmentation des ventes du secteur de l'alimentation, des médicaments et du vêtement a été plus que neutralisée par les baisses enregistrées dans les secteurs de l'automobile, de l'ameublement et des magasins de marchandises diverses.

Terre-Neuve et le Manitoba ont accusé tous deux trois diminutions mensuelles au cours des quatre derniers mois. En novembre, les ventes ont baissé de

1,5% à Terre-Neuve et de 1,9% au Manitoba, mais en dépit de ce déclin au cours des derniers mois, les ventes cumulatives pour les 11 premiers mois sont en hausse de 2,2% à Terre-Neuve et de 5,4% au Manitoba.

Ventes anticipées pour le mois de décembre

Un rapport de l'industrie de l'automobile indique une augmentation des ventes de véhicules automobiles neufs. En outre, l'emploi dans le commerce de détail a grimpé de 1,3% de novembre à décembre. Cependant, les médias ont indiqué que la saison du magasinage de Noël s'est avérée décevante pour de nombreux détaillants.

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

Le numéro de novembre 1995 de *Commerce de détail* (63-005, 20\$/200\$) paraîtra bientôt. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Louise Généreux au (613) 951-3549. Pour plus de renseignements de nature analytique, communiquez avec Pierre Desjardins au (613) 951-9682, Section du commerce de détail, Division de l'industrie. □

Ventes au détail

	Nov. 1994	Août 1995 ^r	Sept. 1995 ^r	Oct. 1995 ^r	Nov. 1995 ^p	Oct. 1995 à nov. 1995	Nov. 1994 à nov. 1995
données désaisonnalisées							
	en millions\$				variation en %		
Aliments	4 493	4 483	4 518	4 491	4 476	-0,3	-0,4
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 171	4 137	4 167	4 144	4 130	-0,3	-1,0
Tous les autres magasins d'alimentation	321	347	351	347	345	-0,5	7,4
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	994	974	994	992	997	0,5	0,3
Vêtements	1 063	1 069	1 061	1 034	1 046	1,2	-1,6
Magasins de chaussures	151	151	146	134	146	8,9	-3,3
Magasins de vêtements pour hommes	133	134	131	130	126	-3,1	-5,6
Magasins de vêtements pour dames	350	347	342	334	333	-0,3	-4,9
Autres magasins de vêtements	429	436	442	436	442	1,2	3,0
Meubles	940	910	907	896	888	-1,0	-5,5
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	745	726	720	709	700	-1,2	-6,0
Magasins d'accessoires d'ameublement	195	183	188	187	187	0,0	-3,8
Véhicules automobiles	6 271	6 438	6 406	6 327	6 371	0,7	1,6
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	4 069	4 237	4 212	4 159	4 152	-0,2	2,1
Stations-service	1 186	1 230	1 231	1 225	1 237	1,0	4,3
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 016	971	964	943	982	4,2	-3,3
Magasins de marchandises diverses	1 806	1 896	1 880	1 895	1 892	-0,1	4,7
Magasins de détail non classés ailleurs	2 010	2 030	2 030	1 996	2 005	0,5	-0,3
Autres magasins de produits semi-durables	610	606	611	580	575	-0,9	-5,7
Autres magasins de produits durables	479	462	453	449	450	0,1	-6,1
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	921	962	966	966	980	1,5	6,4
Total des ventes au détail	17 576	17 800	17 795	17 630	17 674	0,2	0,6
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	13 508	13 563	13 584	13 471	13 522	0,4	0,1
Marchandises genre grands magasins	5 892	5 917	5 905	5 846	5 847	0,0	-0,8
Terre-Neuve	284	291	291	289	284	-1,5	0,1
Île-du-Prince-Édouard	72	78	78	78	80	2,7	10,0
Nouvelle-Écosse	543	530	525	517	522	0,9	-3,9
Nouveau-Brunswick	411	428	434	426	431	1,2	4,9
Québec	4 235	4 159	4 212	4 216	4 267	1,2	0,8
Ontario	6 551	6 641	6 629	6 464	6 463	0,0	-1,3
Manitoba	584	614	621	613	601	-1,9	3,0
Saskatchewan	532	560	560	564	555	-1,7	4,3
Alberta	1 816	1 863	1 849	1 875	1 869	-0,3	2,9
Colombie-Britannique	2 491	2 576	2 536	2 528	2 544	0,6	2,1
Yukon	17	19	18	19	19	-2,4	7,3
Territoires du Nord-Ouest	40	42	42	42	40	-3,7	0,3

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

Ventes au détail

	Nov. 1994	Oct. 1995 ^r	Nov. 1995 ^p	Nov. 1994 à nov. 1995
données non désaisonnalisées				
	en millions\$			variation en %
Aliments	4 285	4 266	4 349	1,5
Supermarchés d'alimentation et épiceries	3 985	3 936	4 027	1,1
Tous les autres magasins d'alimentation	300	330	322	7,3
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	991	1 002	1 009	1,7
Vêtements	1 200	1 032	1 181	-1,5
Magasins de chaussures	175	142	170	-3,0
Magasins de vêtements pour hommes	162	127	153	-5,5
Magasins de vêtements pour dames	376	324	353	-6,0
Autres magasins de vêtements	487	440	505	3,7
Meubles	1 024	923	970	-5,3
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	806	727	762	-5,5
Magasins d'accessoires d'ameublement	218	196	208	-4,5
Véhicules automobiles	6 155	6 313	6 237	1,3
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	3 849	4 099	3 896	1,2
Stations-service	1 184	1 259	1 243	5,0
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	1 122	954	1 098	-2,1
Magasins de marchandises diverses	2 257	1 929	2 379	5,4
Magasins de détail non classés ailleurs	2 015	1 828	2 037	1,1
Autres magasins de produits semi-durables	650	546	609	-6,3
Autres magasins de produits durables	483	385	459	-4,9
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	881	897	968	9,8
Total des ventes au détail	17 927	17 294	18 161	1,3
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	14 078	13 195	14 265	1,3
Marchandises genre grands magasins	6 605	5 818	6 607	0,0
Terre-Neuve	305	284	304	-0,2
Île-du-Prince-Édouard	73	75	82	12,0
Nouvelle-Écosse	557	503	546	-2,0
Nouveau-Brunswick	436	423	457	4,9
Québec	4 195	4 104	4 325	3,1
Ontario	6 799	6 322	6 758	-0,6
Manitoba	606	611	624	3,0
Saskatchewan	552	572	581	5,1
Alberta	1 854	1 850	1 904	2,7
Colombie-Britannique	2 493	2 489	2 522	1,2
Yukon	17	19	18	8,6
Territoires du Nord-Ouest	40	40	41	1,2

^r Données révisées.

^p Données provisoires.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Chargements ferroviaires

Période de sept jours se terminant le 7 janvier 1996

Les quantités de marchandises transportées en wagons complets (à l'exclusion du trafic intermodal), pendant la période de sept jours se terminant le 7 janvier 1996, ont diminué de 7,0%, pour atteindre 3,6 millions de tonnes métriques. Le nombre de wagons chargés a diminué de 8,2% par rapport à la même période de l'année dernière.

Les 208 000 tonnes métriques dont le transport a été assuré par mode intermodal (rail-route) représentent une diminution de 18,4% par rapport à la même période l'année dernière.

L'ensemble du trafic, qui comprend le trafic en charge complète et le trafic intermodal a diminué de 7,7% pendant la semaine de référence.

Les données cumulatives de 1995 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. ■

Transporteurs aériens - statistiques sur la base tarifaire

Premier trimestre de 1995 (données provisoires)

Au cours du premier trimestre de 1995, le tarif moyen (tous types de tarifs) payé par les passagers pour l'ensemble des paires de villes intérieures s'élevait à 201\$, ce qui constitue un niveau record pour un premier trimestre. Il s'agit d'une hausse de 3,9% par rapport au tarif moyen de 194\$ observé au cours du premier trimestre de 1994 et d'une hausse de 10,3% par rapport au tarif moyen de 183\$ observé au cours de la même période en 1993.

Au cours du premier trimestre de 1995, 67,4% des passagers utilisant les services intérieurs réguliers se sont prévalus de tarifs réduits. Ce niveau record, pour un premier trimestre, représente une hausse par rapport au niveau de 61,1% enregistré en 1994.

Les passagers utilisant des tarifs réduits ont représenté 70,6% du volume des passagers-kilomètres intérieurs au cours des trois premiers mois de 1995, soit un sommet pour un premier trimestre. Ce niveau est supérieur au niveau de 67,2% enregistré au cours de la même période en 1994.

Le taux le plus élevé pour l'utilisation des tarifs réduits a été enregistré sur les services long-courriers dans le secteur intérieur sud (la zone libéralisée), où

70,2% des passagers ont profité d'un tarif réduit. Le taux le moins élevé a été enregistré sur les services dans le secteur intérieur nord (la zone réglementée), où 53,4% des passagers se sont prévalus de tarifs réduits.

Les estimations provisoires sur la répartition tarifaire, selon les données fournies par les quatre transporteurs aériens canadiens de niveau I (AirBC, Air Canada, les Lignes aériennes Canadien International ltée et Time Air) et par Inter-Canadien et Ontario Express, sont maintenant disponibles pour le premier trimestre de 1995.

Ces estimations seront publiées dans le numéro de janvier 1996 du *Bulletin de service du Centre des statistiques de l'aviation* (51-004, 11\$/105\$) qui paraîtra bientôt. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Lisa Di Piéto au (819) 997-6176 ou Bradley Snider au (819) 997-6189, Centre des statistiques de l'aviation, Division des transports. ■

Prix moyens de certaines entrées agricoles

Janvier 1996 (premières estimations)

Les premières estimations des prix moyens de janvier 1996 de certaines entrées agricoles sont disponibles selon la région géographique.

Pour plus de renseignements, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3350, Division des prix. ■

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

Décembre 1995

En décembre dernier, les fabricants ont livré 1 936 302 mètres carrés de laine minérale de facteurs R12 (RSI 2.1) en nattes. Il s'agit d'une baisse de 31,9% par rapport aux 2 841 946 mètres carrés livrés en décembre 1994 et de 37,8% comparativement aux 3 111 716 mètres carrés livrés le mois précédent.

Les livraisons pour la période allant de janvier à décembre 1995 s'élèvent à 26 738 686 mètres carrés, en baisse de 19,9% comparativement à la même période en 1994.

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

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

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

Livraisons de boîtes et emballages en carton ondulé
 Décembre 1995

Les livraisons intérieures ont totalisé 169 994 000 mètres carrés de boîtes et d'emballages en carton ondulé en décembre 1995, ce qui constitue une diminution de 4,3% par rapport aux 177 589 000 mètres carrés livrés en décembre 1994.

De janvier à décembre 1995, les livraisons intérieures des fabricants ont diminué de 0,03% pour se chiffrer à la valeur révisée de 2 401 116 000 mètres carrés comparativement à 2 401 891 000 mètres carrés pour la même période de l'année 1994.

Le numéro de décembre 1995 de *Boîtes et emballages en carton ondulé* (36-004, 6\$/60\$) paraîtra bientôt. Voir «Pour commander les publications».

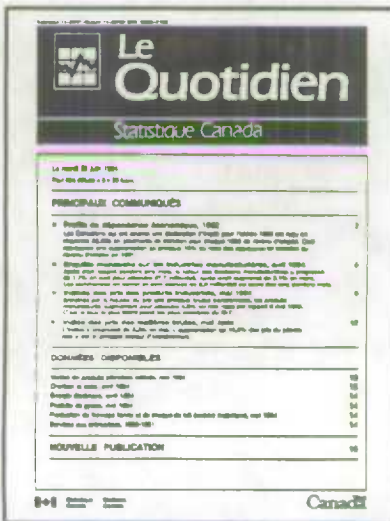
Pour plus de renseignements, communiquez avec Bruno Pépin au (613) 951-3516, Division de l'industrie. ■

Conserves de choux-fleurs, choux de bruxelles, betteraves et brocolis conditionnés
 1995

Les données de 1995 sur les conserves de choux-fleurs, de choux de bruxelles, de betteraves et de brocolis conditionnés sont maintenant disponibles.

Le numéro de 1995 de *Certaines conserves de légumes conditionnés* (32-240, 14\$) paraîtra bientôt. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Peter Zylstra au (613) 951-3511, Division de l'industrie. ■



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 listproc@statcan.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe daily prénom et nom.
 Rédactrice: Andrée Hébert (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.



NOUVELLES PARUTIONS

Enquête mensuelle sur les industries

manufacturières, novembre 1995

Numéro au catalogue: 31-001

(Canada: 19\$/190\$; États-Unis: 23\$US/228\$US; autres pays: 27\$US/266\$US).

Statistiques de l'exploitation ferroviaire,

juillet 1995, vol. 75, no 7

Numéro au catalogue: 52-003

(Canada: 12\$/120\$; États-Unis: 15\$US/144\$US; autres pays: 17\$US/168\$US).

L'indice des prix à la consommation,

décembre 1995

Numéro au catalogue: 62-001

(Canada: 10\$/100\$; États-Unis: 12\$US/120\$US; autres pays: 14\$US/140\$US).

Paraît dès 7 h le matin de la diffusion.

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: 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.