



Le Quotidien

Statistique Canada

STATISTICS CANADA / STATISTIQUE CANADA

JUN 4 1996

LIBRARY / BIBLIOTHÈQUE

Le mercredi 22 mai 1996
 Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Commerce de détail, mars 1996** 2
 Les ventes au détail ont légèrement augmenté pour le deuxième mois consécutif. Pour les trois premiers mois de 1996, l'augmentation est de 1,1 %, contrebalançant la baisse de 0,7 % du trimestre précédent.
- **Indice composite, avril 1996** 6
 L'indicateur avancé continue de progresser de 0,7 % en avril, soit au même taux qu'en mars.

AUTRES COMMUNIQUÉS

- Consommation apparente des aliments par personne, 1995 8
- Estimations trimestrielles relatives aux caisses de retraite en fiducie, quatrième trimestre 1995 8
- Livraisons de laine minérale y compris les isolants en fibre de verre, avril 1996 9
- Scieries et ateliers de rabotage, mars 1996 9
- Pellicules et sacs en matière plastique, premier trimestre de 1996 9

NOUVELLES PARUTIONS 10



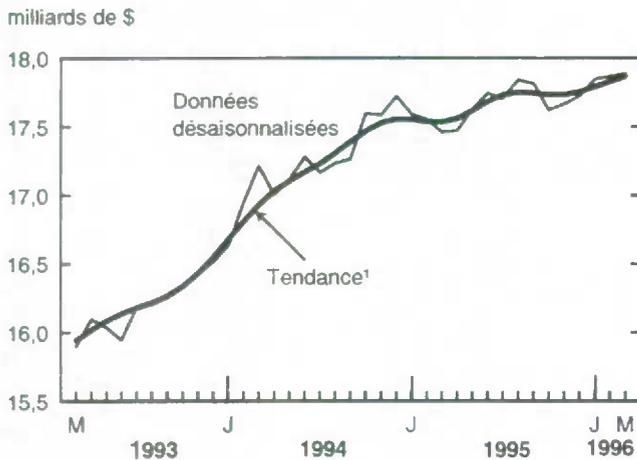
PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

Commerce de détail

Mars 1996 (données provisoires)

Les dépenses des consommateurs en biens ont légèrement augmenté pour le deuxième mois consécutif (+0,1 % pour atteindre 17,9 milliards de dollars). La tendance s'est légèrement inversée à la hausse depuis décembre 1995. En 1995, la tendance avait généralement stagné, après avoir connu une croissance soutenue pendant les trois années précédentes.

Les ventes au détail se sont améliorées au cours des derniers mois



¹ La tendance représente les données désaisonnalisées lissées.

En mars, les détaillants ont enregistré une hausse de leurs ventes dans quatre secteurs, représentant environ 80 % des ventes totales. Ce sont le secteur de l'automobile (y compris les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service ainsi que les magasins de pièces et d'accessoires et de services) et le secteur de l'alimentation qui arrivent en tête pour la valeur des ventes. L'accroissement de 0,5 % enregistré par le secteur de l'automobile s'explique par une augmentation des ventes des stations-service. Celles-ci ont progressé de 4,3 % en mars, après une baisse de 0,5 % en février. Ce gain est principalement attribuable à un relèvement de 3,5 % du prix de l'essence, le premier signe positif après quatre mois consécutifs de diminutions.

Les dépenses dans le secteur de l'alimentation ont augmenté de 0,2 % en mars 1996, après deux

mois consécutifs de baisse. Cette augmentation est entièrement attribuable aux supermarchés d'alimentation et aux épiceries, dont les ventes ont augmenté (+0,6 %).

Le recul des ventes dans les secteurs du vêtement, de l'ameublement et des magasins de marchandises diverses a annulé en partie ces gains. En mars, elles ont diminué de 1,7 % dans le secteur du vêtement, ce qui maintient la tendance à la baisse amorcée en mai 1995. De ce fait, les ventes du secteur reviennent à leur niveau de juillet 1994. Les quatre composantes du secteur ont signalé un recul des ventes en mars.

Premier trimestre de 1996

Au cours du premier trimestre de 1996, les ventes ont augmenté de 1,1 % par rapport au trimestre précédent, essentiellement en raison de la forte progression enregistrée en janvier 1996. Par rapport au troisième trimestre de 1995, les ventes au détail n'ont connu qu'une hausse de 0,4 %. Une forte baisse en octobre 1995 a fait diminuer les ventes au détail totales (-0,7 %) au dernier trimestre de 1995.

Il se peut que la croissance de l'emploi pendant les deux premiers mois de l'année et l'amélioration du marché du logement au cours des derniers mois aient attiré plus de gens dans les magasins de détail. Parallèlement, comme le signalent les médias, la confiance des consommateurs est revenue pendant le premier trimestre de 1996.

Au cours du premier trimestre de 1996, les ventes ont augmenté de 3,1 % dans le secteur de l'automobile, après avoir reculé de 0,3 % au trimestre précédent. Il y a eu une hausse des ventes dans les trois composantes du secteur. La plus importante a été enregistrée par les stations-service (+6,2 %), dont les ventes avaient déjà progressé de 1,1 %, 0,8 % et 4,2 % aux trois trimestres précédents.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs ont progressé de 2,0 % au cours de ce trimestre, après une baisse de 0,9 % au trimestre précédent. De janvier à mars 1996, les ventes des détaillants de pièces, d'accessoires et de services ont augmenté de 4,1 %, ce qui constitue la troisième hausse trimestrielle consécutive.

L'amélioration des ventes dans le secteur des magasins de marchandises diverses (+1,3 %) a également contribué à l'augmentation globale enregistrée ce trimestre. Cela fait suite à des hausses de 1,0 % et 0,1 % respectivement aux troisième et

quatrième trimestres de 1995. Pour le cinquième trimestre consécutif, les ventes des grands magasins ont augmenté (+0,7 %), mais les autres magasins généraux ont mieux fait (+2,2 %), affichant leurs meilleurs résultats depuis le premier trimestre de 1995.

Le premier trimestre de 1996 a été pour les détaillants du secteur de l'alimentation le quatrième trimestre consécutif de recul des ventes. Confrontés à la concurrence féroce d'autres secteurs qui vendent des aliments, les supermarchés d'alimentation et les épiceries ont connu une baisse des ventes de 1,8 %, soit le recul le plus important en deux ans. En revanche, les détaillants dans les autres magasins d'alimentation ont vu leurs ventes augmenter de 3,5 % pendant les trois premiers mois de 1996, ce qui est la plus forte progression depuis la hausse de 4,0 % observée il y a un an.

Des ventes à la hausse dans la plupart des provinces au cours du premier trimestre de 1996

Exception faite du Québec, où les ventes ont reculé pour la première fois en trois trimestres, toutes les provinces ont enregistré une croissance au cours des trois premiers mois de l'année. C'est en Colombie-Britannique et en Ontario que la valeur des ventes a connu les plus fortes augmentations.

En Colombie-Britannique, la progression de 2,1 % au premier trimestre compense les baisses de 1,1 % et 0,3 % enregistrées aux troisième et quatrième trimestres de 1995. En Ontario, malgré une grève des fonctionnaires qui a commencé vers la fin du mois de février et qui a duré jusqu'à la fin du mois de mars, les ventes au détail ont progressé de 0,8 % au cours du trimestre, et ce après une chute de 2,5 % au trimestre précédent.

Dans les provinces de l'Atlantique, les ventes au détail se sont redressées au premier trimestre de 1996, après avoir diminué de 0,4 % au quatrième trimestre de 1995. L'augmentation trimestrielle impressionnante affichée par la Nouvelle-Écosse (+7,0 %) s'explique en grande partie par l'amélioration des ventes de janvier et février 1996. De plus, le gain du premier trimestre est la plus nette progression qu'ait connue cette province au cours des deux dernières années.

Indications provisoires des ventes d'avril

En ce qui concerne les ventes d'avril, les indications provisoires laissent entrevoir une diminution. D'après les estimations, les ventes d'automobiles neuves ont baissé et l'emploi dans le secteur du commerce a reculé de 1,0 % en avril. Aux États-Unis, les ventes au détail se sont effritées (-0,3 %) en avril après avoir augmenté en mars (+0,5 %).

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

Le numéro de mars 1996 de la publication intitulée *Commerce de détail* (63-005-XPB, 20 \$ / 200 \$) paraîtra sous peu. Voir «Pour commander les publications».

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

Ventes au détail

	Mars 1995	Déc. 1995 ^r	Janvier 1996 ^r	Février 1996 ^r	Mars 1996 ^p	Février 1996 à mars 1996	Mars 1995 à mars 1996
données désaisonnalisées							
	millions de \$					variation en %	
Aliments	4 499	4 467	4 406	4 379	4 386	0,2	-2,5
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 148	4 118	4 038	4 020	4 042	0,6	-2,6
Tous les autres magasins d'alimentation	351	349	367	359	345	-4,0	-1,8
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	980	1 031	1 027	1 036	1 036	0,1	5,8
Vêtements	1 068	1 032	1 031	1 031	1 013	-1,7	-5,2
Magasins de chaussures	150	132	132	135	135	-0,1	-10,3
Magasins de vêtements pour hommes	138	131	129	129	126	-2,2	-8,5
Magasins de vêtements pour dames	345	330	328	332	325	-1,9	-5,8
Autres magasins de vêtements	436	439	443	436	428	-1,8	-1,8
Meubles	928	881	862	865	861	-0,5	-7,2
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	736	684	666	673	677	0,6	-8,0
Magasins d'accessoires d'ameublement	191	197	196	192	184	-4,4	-4,0
Véhicules automobiles	6 143	6 429	6 539	6 588	6 620	0,5	7,8
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	4 024	4 177	4 212	4 287	4 285	-0,1	6,5
Stations-service	1 180	1 278	1 306	1 300	1 356	4,3	14,9
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	938	974	1 020	1 001	980	-2,1	4,4
Magasins de marchandises diverses	1 861	1 914	1 927	1 935	1 930	-0,2	3,7
Magasins de détail non classés ailleurs	1 964	1 937	2 018	1 999	2 005	0,3	2,1
Autres magasins de produits semi-durables	587	573	604	591	596	0,7	1,5
Autres magasins de produits durables	480	441	442	438	450	2,7	-6,2
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	897	924	972	970	959	-1,1	6,9
Total, ventes au détail	17 443	17 691	17 810	17 833	17 853	0,1	2,3
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	13 419	13 514	13 598	13 546	13 568	0,2	1,1
Marchandises genre grands magasins	5 904	5 871	5 893	5 896	5 887	-0,2	-0,3
Provinces et territoires							
Terre-Neuve	290	282	286	290	287	-1,0	-0,9
Île-du-Prince-Édouard	73	79	77	80	81	1,2	11,4
Nouvelle-Écosse	529	537	549	569	564	-0,9	6,6
Nouveau-Brunswick	410	439	443	441	442	0,1	7,8
Québec	4 082	4 189	4 216	4 187	4 166	-0,5	2,1
Ontario	6 522	6 485	6 554	6 432	6 498	1,0	-0,4
Manitoba	601	612	636	622	638	2,6	6,1
Saskatchewan	524	564	572	571	578	1,2	10,3
Alberta	1 799	1 867	1 847	1 930	1 901	-1,6	5,7
Colombie-Britannique	2 557	2 576	2 572	2 649	2 636	-0,5	3,1
Yukon	19	21	19	19	21	9,6	10,4
Territoires du Nord-Ouest	38	38	39	41	41	-0,8	8,5

^p Données provisoires.

^r Données révisées.

Ventes au détail

	Mars 1995	Février 1996 ^r	Mars 1996 ^p	Mars 1995 à mars 1996
données non désaisonnalisées				
	millions de \$			varia- tion en %
Aliments	4 496	4 079	4 378	-2,6
Supermarchés d'alimentation et épiceries	4 159	3 761	4 042	-2,8
Tous les autres magasins d'alimentation	337	318	336	-0,4
Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	978	977	1 010	3,3
Vêtements	887	682	844	-4,8
Magasins de chaussures	122	82	112	-8,5
Magasins de vêtements pour hommes	105	82	96	-8,7
Magasins de vêtements pour dames	290	225	274	-5,6
Autres magasins de vêtements	370	293	363	-1,8
Meubles	855	701	788	-7,8
Magasins de meubles et d'appareils ménagers	678	549	623	-8,1
Magasins d'accessoires d'ameublement	177	151	165	-6,8
Véhicules automobiles	6 344	5 598	6 491	2,3
Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	4 349	3 620	4 339	-0,2
Stations-service	1 130	1 184	1 285	13,7
Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	864	795	867	0,3
Magasins de marchandises diverses	1 609	1 408	1 653	2,7
Magasins de détail non classés ailleurs	1 624	1 512	1 666	2,6
Autres magasins de produits semi-durables	459	428	462	0,7
Autres magasins de produits durables	387	326	367	-5,0
Autres magasins de vente au détail non classés ailleurs	778	758	837	7,5
Total, ventes au détail	16 792	14 956	16 830	0,2
Total, excluant les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	12 443	11 337	12 491	0,4
Marchandises genre grands magasins	5 174	4 522	5 124	-1,0
Provinces et territoires				
Terre-Neuve	275	236	268	-2,6
Île-du-Prince-Édouard	64	63	70	10,1
Nouvelle-Écosse	502	470	530	5,6
Nouveau-Brunswick	383	361	407	6,1
Québec	3 966	3 448	3 943	-0,6
Ontario	6 229	5 430	6 042	-3,0
Manitoba	574	525	609	6,2
Saskatchewan	502	480	548	9,2
Alberta	1 736	1 608	1 801	3,7
Colombie-Britannique	2 508	2 286	2 553	1,8
Yukon	17	15	19	7,6
Territoires du Nord-Ouest	36	35	40	9,1

^r Données révisées.

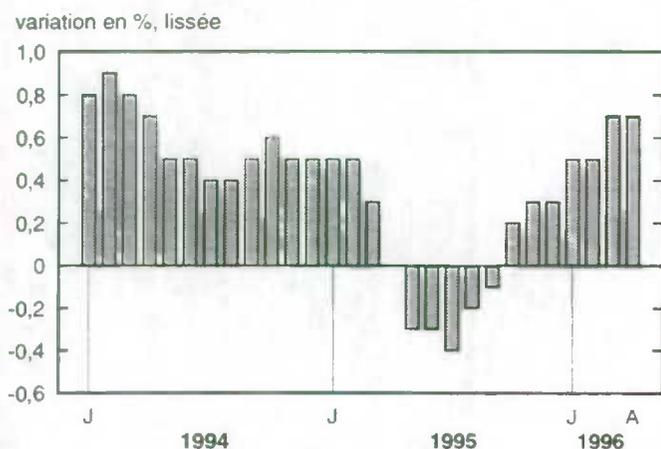
^p Données provisoires.

Indice composite

Avril 1996

L'indicateur avancé continue de progresser de 0,7 % en avril, soit au même taux qu'en mars. Le nombre de composantes à valeur positive continue de s'accroître et passe à neuf des dix composantes, soit une de plus qu'en mars et cinq de plus qu'au début de l'année. Une seule composante est demeurée inchangée. En avril, un redressement plus étendu de la demande finale accompagne la forte remontée des services et des marchés financiers qui se poursuit depuis l'automne dernier.

Indice composite



La tendance à l'amélioration de la demande des ménages s'est poursuivie. Les services personnels ont

frayé la voie et mènent une progression de l'emploi de 0,7 % dans les services, le taux le plus marqué depuis l'été de 1994. Les ventes de meubles et d'articles ménagers se sont raffermies pour enregistrer leur plus forte progression en un an. Les ventes d'autres biens durables se sont aussi améliorées. Cependant, après une forte progression en mars, la demande de logements s'est atténuée, en partie à cause de conflits de travail dans l'industrie de la construction au Québec et en Ontario.

Les producteurs de biens d'investissement, en particulier de machines, sont demeurés la principale source de fermeté dans la fabrication alors que la demande fléchit de façon marquée dans l'automobile et le papier. Cependant, l'emploi a repris en avril toute la baisse que les grèves dans l'automobile ont entraînée en mars, ce qui laisse entrevoir un retour aux hausses plus générales de la demande auprès des fabricants.

L'indice avancé des États-Unis enregistre sa première hausse en 14 mois, stimulé par un regain de la confiance des ménages et du prix des marchandises. Cette hausse s'est déjà traduite par un rythme de croissance accéléré aux États-Unis et est de bon augure pour un relèvement de nos exportations au deuxième trimestre.

Données stockées dans CANSIM: matrice 191.

Le numéro du mois de mai de *L'Observateur économique canadien* (11-010-XPB, 22 \$ / 220 \$) paraîtra cette semaine. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements sur cette parution ou sur la méthodologie de l'indice composite, communiquez avec Francine Roy au (613) 951-3627, Groupe de l'analyse de conjoncture. □

Indice composite

Données affectant le calcul de l'indice composite de:	Nov. 1995	Déc. 1995	Janvier 1996	Février 1996	Mars 1996	Avril 1996	Dernier mois de données disponibles variation en %
Indicateur avancé composite (1981=100)	172,2	172,7	173,5	174,3	175,5	176,7	0,7
Indice du logement (1981=100) ¹	104,9	105,1	105,0	105,6	107,3	108,0	0,7
Emploi dans les services aux personnes et aux entreprises (milliers)	1 984	1 990	1 998	2 009	2 020	2 034	0,7
Indice du cours des actions TSE 300 (1975=1 000)	4 554	4 595	4 669	4 748	4 825	4 913	1,8
Offre de monnaie, M1 (millions de \$ de 1981) ²	30 909	31 043	31 319	31 520	31 837	32 122	0,9
Indice avancé composite des États-Unis (1967=100) ³	214,3	213,9	213,7	213,4	213,4	213,7	0,1
Fabrication							
Heures hebdomadaires de travail	38,3	38,4	38,5	38,5	38,5	38,5	0,0
Nouvelles commandes - Biens durables (millions de \$ de 1981) ⁴	12 404	12 393	12 421	12 424	12 527	12 611	0,7
Ratio des livraisons aux stocks de produits finis ⁴	1,58	1,58	1,58	1,58	1,59	1,60	0,01*
Commerce de détail							
Meubles et articles ménagers (millions de \$ de 1981) ⁴	1 134,8	1 134,1	1 133,2	1 133,7	1 134,8	1 137,3	0,2
Ventes d'autres biens durables (millions de \$ de 1981) ⁴	3 946,8	3 948,7	3 946,9	3 944,2	3 947,4	3 958,0	0,3
Composite non lissé	173,8	174,3	176,1	176,1	179,8	179,1	-0,4

¹ Indice composite des mises en chantier de logements (unités) et des ventes de maisons (Service Inter-Agences).

² Données obtenues après déflation par l'indice des prix à la consommation.

³ Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué mais portent sur le mois précédent.

⁴ Les statistiques figurant sur cette ligne ont été publiées au cours du mois indiqué mais portent sur deux mois avant.

* Différence par rapport au mois précédent.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Consommation apparente des aliments par personne

1995

Au cours des 20 dernières années, les Canadiens ont été en quête d'une diète plus saine, comme le démontrent leurs nouvelles habitudes alimentaires. Ils ont consommé plus de yogourt, de lait écrémé, de fromage, de volaille, de boissons gazeuses et de noix. Par contre, ils ont consommé moins de beurre, de lait entier, de viandes rouges, d'œufs, de boissons alcoolisées et de thé.

En moyenne, chaque Canadien a mangé plus de 3 litres de yogourt en 1995, soit trois fois plus qu'en 1975. Vers le milieu des années 1960, chaque consommateur mangeait plus de 8 kilogrammes de beurre par année. Cette quantité a diminué de presque deux tiers en 1995.

De même, du milieu des années 1960 à 1995, la consommation de lait entier a plongé de 72 à 15 litres par personne. Bien que la consommation totale de lait ait diminué, les consommateurs ont montré une grande préférence pour le lait à faible teneur en gras (1 % et lait écrémé). La consommation de fromage a continué de s'accroître pour passer à plus de 11 kg par personne en 1995.

En 1987, la consommation de boeuf et de volaille était à peu près la même. Depuis, la volaille a détrôné le boeuf à titre de viande de prédilection. Bien que le boeuf soit devenu un produit moins gras, la consommation de volaille a augmenté constamment grâce à la diminution des prix et à la popularité des aliments protéiniques à faible teneur en matières grasses. Les consommateurs ont également mangé moins d'œufs.

Des prix relativement moins élevés et les variétés à faible teneur en calories ont encouragé les Canadiens à consommer plus de boissons gazeuses au cours des 20 dernières années. En 1995, la consommation de boissons gazeuses a atteint 90 litres par personne, en hausse de 44 % par rapport à 1975.

Par contre, au cours de ces 20 années, la consommation de boissons alcoolisées a chuté de 23 % pour s'établir à 76 litres par personne en 1995. Cette baisse est attribuable en partie à la récession, aux hauts niveaux de taxes, aux campagnes de consommation modérée et aux conditions économiques défavorables touchant les groupes d'âge plus jeunes. Ce niveau ne comprend pas la consommation d'alcool de contrebande, la

fabrication de bière et de vin à la maison et dans les boutiques spécialisées.

Données stockées dans CANSIM: matrices 2260 à 2267.

Les données chronologiques sur la consommation (1981 à 1995) des produits laitiers, des boissons, des œufs, des légumineuses à graines et des noix, de sucre et de sirops, des céréales, de viande, de volaille, et des renseignements détaillés sur la production, les stocks, le commerce international et les matières utilisées par les manufacturiers seront bientôt disponibles dans la publication *Consommation apparente des aliments par personne au Canada, partie I* (32-229-XPB, 32 \$). Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Martin Beaulieu au (613) 951-2549 ou avec Debbie Dupuis au (613) 951-2553, Division de l'agriculture. Télécopieur: (613) 951-3868. ■

Estimations trimestrielles relatives aux caisses de retraite en fiducie

Quatrième trimestre de 1995

Les données du quatrième trimestre de 1995 sur le revenu, les dépenses et l'actif (valeur comptable et marchande) de l'ensemble des caisses de retraite en fiducie sont maintenant disponibles. L'actif des caisses de retraite en fiducie (358 milliards de dollars en valeur marchande à la fin de 1995) est le deuxième en importance après celui des banques à charte et représente une des plus importantes réserves de capitaux au Canada. Ces caisses détiennent près des deux tiers de l'actif de tous les régimes de pension offerts par l'employeur.

Les rentrées nettes de ces caisses ont totalisé 23,5 milliards de dollars en 1995, en hausse de 19,5 % par rapport à l'année précédente. Cette augmentation est surtout attribuable à une hausse des bénéfices sur la vente de titres ainsi qu'à une amélioration du revenu de placements. Même si la croissance des rentrées nettes représente une hausse significative par rapport à 1994, le niveau demeure inférieur à celui de 1993 (24,7 milliards de dollars).

Données stockées dans CANSIM: matrice 5749.

Commandez l'exemplaire *Estimations trimestrielles relatives aux caisses de retraite en fiducie, quatrième trimestre de 1995* (4-001-XPB, 18 \$ / 60 \$) qui devrait paraître en juin 1996. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Thomas Dufour au (613) 951-2088 ou avec Johanne Pineau au (613) 951-4034, Section des pensions, Division du travail. Télécopieur: (613) 951-4087. ■

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

Avril 1996

En avril dernier, les fabricants ont livré 3 098 634 mètres carrés de laine minérale de facteurs R12 (RSI 2.1) en nattes, un chiffre en hausse de 128,7 % par rapport à 1 354 732 mètres carrés livrés en avril 1995, et une augmentation de 55,4 % comparativement aux 1 994 263 mètres carrés livrés le mois précédent.

Les livraisons pour la période allant de janvier à avril 1996 se situent à 8 486 944 mètres carrés, en baisse de 15,4 % comparativement à la même période en 1995.

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

Le numéro d'avril 1996 de *Laine minérale y compris les isolants en fibre de verre* (44-004-XPB, 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. ■

Scieries et ateliers de rabotage

Mars 1996

La production de bois d'oeuvre et de traverses au Canada a atteint 5 369 100 de mètres cubes en mars 1996, soit une diminution de 7,8 % par rapport à 5 824 900 de mètres cubes en mars 1995, après révision.

De janvier à mars 1996, la production s'est chiffrée à 15 319 900 de mètres cubes, en baisse de 3,7 % par rapport à la valeur révisée de 15 908 400 de mètres cubes pour la même période en 1995.

Données stockées dans CANSIM: matrices 53 et 122 (série 2).

Le numéro de mars 1996 sur les *Scieries et ateliers de rabotage* (35-003-XPB, 11 \$ / 110 \$) paraîtra bientôt.

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

Pellicules et sacs en matière plastique

Premier trimestre de 1996

Les données du premier trimestre de 1996 sur les pellicules et les sacs en matière plastique sont maintenant disponibles.

La publication *Livraisons de pellicules et sacs en matière plastique fabriqués de résines* (47-007-XPB, 10 \$ / 32 \$) paraîtra bientôt. Voir «Pour commander les publications».

Pour plus de renseignements, communiquez avec Bruce Meyer au (613) 951-3528, Division de l'industrie. ■



1010730396

NOUVELLES PARUTIONS

Enquête mensuelle sur les industries manufacturières, mars 1996

Numéro au catalogue: 31-001-XPB

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

Panneaux de particules, de lamelles orientées et de fibres, mars 1996

Numéro au catalogue: 36-003-XPB

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

Fer et acier primaire, mars 1996

Numéro au catalogue: 41-001-XPB

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

Indices des prix de l'industrie, mars 1996

Numéro au catalogue: 62-011-XPB

(Canada: 21\$/210\$; États-Unis: 26\$US/252\$US; autres pays: 30\$US/294\$US).

Ventes et stocks des grands magasins, février 1996

Numéro au catalogue: 63-002-XPB

(Canada: 16\$/160\$; États-Unis: 20\$US/192\$US; autres pays: 23\$US/224\$US).

Exportations par marchandise, février 1996

Numéro au catalogue: 65-004-XPB

(Canada: 35\$/350\$; États-Unis: 42\$US/420\$US; autres pays: 49\$US/490\$US).

Touriscope - Voyages internationaux,

renseignements préliminaires, mars 1996, vol. 12, n° 3

Numéro au catalogue: 66-001-PPB

(Canada: 7\$/70\$; États-Unis: 9\$US/84\$US; autres pays: 10\$US/98\$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, 1996. 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.