



# Le Quotidien

Statistique Canada

**Le jeudi 12 avril 2001**  
Pour être diffusé à 8 h 30

## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

- **Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, année 2000 et quatrième trimestre de 2000** 3  
En 2000, les consommateurs ont dépensé dans les magasins de détail à peu près le même montant pour les véhicules automobiles, les pièces et les services que pour les aliments, les vêtements et les chaussures, toutes catégories confondues. Au quatrième trimestre de 2000, les consommateurs ont dépensé 74,9 milliards de dollars dans les magasins de détail, soit 4,6 % de plus qu'au quatrième trimestre de 1999.

## AUTRES COMMUNIQUÉS

Acier en formes primaires, semaine se terminant le 7 avril 2001	7
Chargements ferroviaires mensuels, janvier 2001	7
Enquête sur les véhicules au Canada, troisième trimestre de 2000	7
Services de télécommunications, 1998	7
Statistiques laitières, février et mars 2001	8

(suite à la page 2)

### CANSIM II

CANSIM II, la nouvelle version dynamique du principal outil de diffusion de l'éventail des données socioéconomiques à jour de Statistique Canada, vient de sortir. Depuis 1969, CANSIM (le Système canadien d'information socioéconomique) permet de suivre les tendances d'à peu près tous les aspects de la vie canadienne, de la démographie à la fabrication en passant par le commerce international.

CANSIM II offre les mêmes données faisant autorité que son prédécesseur, mais avec des améliorations de taille: un accès multidimensionnel pour faciliter le repérage de l'information, un nouveau format convivial comportant des rubriques, une terminologie et des notes améliorées ainsi que des données exhaustives inédites sur une foule de sujets. Les données sont accessibles par thème, mot clé, numéro de tableau ou numéro de série.

CANSIM II renferme au-delà de 1,3 million de séries chronologiques individuelles. Les données sont mises à jour le jour même où les nouveaux chiffres correspondants sont diffusés.

Pour la période de lancement, les communiqués dans *Le Quotidien* vont présenter à la fois les numéros des matrices de CANSIM et les numéros des tableaux de CANSIM II. Les deux systèmes offrent un accès aux mêmes données, mais leur présentation, leur flexibilité et leur facilité d'utilisation sont différentes.

Cette banque de données souple, qui permet de gagner du temps, est consultable en temps réel (<http://cansim2.statcan.ca>). Pour plus de renseignements, communiquez avec Louis Boucher au (613) 951-8906 ([louis.boucher@statcan.ca](mailto:louis.boucher@statcan.ca)).



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

*Le Quotidien*, le 12 avril 2001

---

---

<b>NOUVEAUX PRODUITS</b>	9
--------------------------	---

---

<b>CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 17 au 20 avril</b>	11
---	----

---

## COMMUNIQUÉS PRINCIPAUX

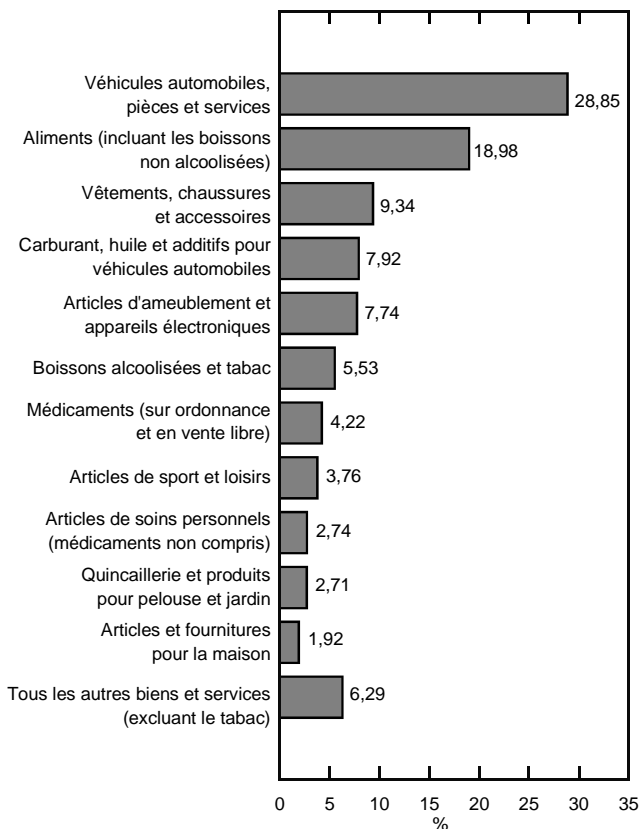
### Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail

Année 2000 et quatrième trimestre de 2000 (données provisoires)

En 2000, les consommateurs ont dépensé dans les magasins de détail à peu près le même montant pour les véhicules automobiles, les pièces et les services que pour les aliments, les vêtements et les chaussures, toutes catégories confondues.

Pour chaque 100 \$ de dépenses de détail, les consommateurs ont acheté pour 28,85 \$ de véhicules automobiles, de pièces et de services comparativement à des dépenses de 18,98 \$ d'aliments et à 9,34 \$ de vêtements et de chaussures.

Parts des marchandises, 2000



Les carburants, l'huile et les additifs pour véhicules automobiles, qui forment la prochaine catégorie en importance, ont accaparé 7,92 \$, suivis de 7,74 \$

#### Note aux lecteurs

L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail fournit des estimations trimestrielles, à l'échelle nationale, des biens et services vendus dans les divers genres de commerces de détail. Elle est menée conjointement avec l'Enquête mensuelle sur les ventes au détail, qui livre des estimations des ventes totales par catégorie de commerces de détail.

Toutes les estimations que mentionne le présent communiqué visent donc les achats aux détaillants, et non pas les achats effectués à d'autres sources. L'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail ainsi que l'Enquête mensuelle sur les ventes au détail suivent la Classification type des industries de 1980 selon laquelle les magasins qui vendent principalement des logiciels et du matériel informatique, du matériel de bureau ou du bois et des matériaux de construction appartiennent au secteur du commerce de gros.

Les données de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail ne sont pas désaisonnalisées.

dépensés pour les articles d'ameublement et les appareils électroniques. L'alcool et le tabac ont représenté 5,53 \$, dépassant les 4,22 \$ dépensés pour les médicaments sur ordonnance et en vente libre.

Les dépenses de consommation dans les magasins de détail ont augmenté de 6,3 % en 2000 comparativement à 1999 pour atteindre le niveau de 277,9 milliards de dollars. Parmi tous les principaux groupes de marchandises, ce sont les carburants, l'huile et les additifs pour véhicules automobiles qui ont connu la plus forte augmentation des ventes d'une année à l'autre. Ils étaient suivis des articles d'ameublement et des appareils électroniques ainsi que des articles de santé et de soins personnels.

La hausse des prix de l'essence en 2000 a contribué à l'explosion des ventes de carburants, d'huile et d'additifs pour véhicules automobiles. D'une année à l'autre, les ventes ont fait un bond de 25 %, ce qui les a portées à un total de 22,0 milliards de dollars.

Les articles d'ameublement et les appareils électroniques, dont l'augmentation des ventes d'une année à l'autre (+9 %) était la deuxième en importance, ont enregistré des ventes de 21,5 milliards de dollars en 2000. Les ventes de toutes les sous-catégories d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques ont progressé par rapport à 1999. La plus forte hausse a été celle des ventes de produits électroniques, qui ont crû de 12 %. Cela comprend les articles comme les téléphones, les logiciels et le matériel informatique ainsi que les téléviseurs et le matériel audio-vidéo, qui ont tous contribué à l'augmentation. La deuxième hausse en importance a touché les meubles d'intérieur, où la croissance a été de 11 %. Les plus faibles

progressions des ventes ont été observées du côté des appareils ménagers, en hausse de 7 %, et des «autres articles d'ameublement», en hausse de 6 %. (Les autres articles d'ameublement comprennent des articles comme les revêtements de sol, les tentures, la literie et les objets d'art.)

### Ventes annuelles, ensemble des magasins de vente au détail

	1999	2000	1999 à 2000 var. en %
	millions de \$		
<b>Marchandises</b>			
Aliments et boissons	59 734	61 768	3,4
Articles de santé et de soins personnels	18 196	19 332	6,2
Vêtements, chaussures et accessoires	25 265	25 953	2,7
Articles d'ameublement et appareils électroniques	19 659	21 504	9,4
Véhicules automobiles, pièces et services	76 252	80 171	5,1
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	17 625	22 020	24,9
Tous les autres biens et services	44 756	47 171	5,4
<b>Total</b>	<b>261 487</b>	<b>277 919</b>	<b>6,3</b>

Les articles de santé et de soins personnels ont réalisé la troisième augmentation en importance d'une année à l'autre. Les ventes de ces articles ont totalisé 19,3 milliards de dollars en 2000, soit 6 % de plus qu'en 1999. La majeure partie de la progression peut être attribuable aux ventes de médicaments d'ordonnance, qui ont crû de 10 % par rapport à 1999.

### La moitié de tous les achats annuels de jouets a été réalisée au quatrième trimestre

En raison des achats de Noël, le quatrième trimestre a obtenu la plus grande part des achats annuels. Les ventes de la plupart des marchandises atteignent leur sommet au quatrième trimestre, mais il y en a quelques-unes qui méritent d'être mentionnées. Par exemple, sur tous les jouets, les jeux et les articles de passe-temps vendus en 2000, 49 % se sont vendus au quatrième trimestre. De même, une grande proportion des bijoux et des montres (39 %) ainsi que des vêtements pour hommes (37 %) se sont vendus au quatrième trimestre. Cette tendance ressemble à celle observée en 1999.

Il y a quelques exceptions à cette tendance, toutefois, la plus importante étant celle du matériel et des fournitures pour pelouse et jardin, où environ 45 %

de l'ensemble des ventes ont eu lieu au deuxième trimestre de 2000. Les consommateurs étaient également plus susceptibles d'acheter un véhicule automobile ou un véhicule récréatif au deuxième trimestre de 2000. Cette tendance ressemble à celle observée en 1999.

### Les consommateurs préfèrent les magasins de marchandises diverses pour leurs achats de Noël

Les consommateurs ont eu tendance à préférer les magasins multi-services de marchandises diverses pour leurs achats de Noël. Au quatrième trimestre, les magasins de marchandises diverses ont accru leur part de marché pour de nombreux articles de cadeaux de Noël populaires comme les bonbons, les articles de confiserie et les grignotines, les bicyclettes, les petits appareils électriques, les outils à main et les outils électriques ainsi que les jouets.

Par exemple, la part du marché des magasins de marchandises diverses pour les bonbons, les articles de confiserie et les grignotines s'élevait à 24 % au troisième trimestre et à 31 % au quatrième trimestre, principalement aux dépens des magasins d'alimentation.

### Ventes en hausse au quatrième trimestre

Au quatrième trimestre, les consommateurs ont dépensé 74,9 milliards de dollars dans les magasins de détail, soit 4,6 % de plus qu'au quatrième trimestre de 1999. (Les données trimestrielles n'ont pas été désaisonnalisées.)

Tout comme pour la tendance annuelle d'augmentation, les carburants, l'huile et les additifs pour véhicules automobiles ont été en tête, enregistrant une croissance de 19,5 % au quatrième trimestre comparativement au quatrième trimestre de 1999. Ils étaient suivis des articles d'ameublement et des appareils électroniques, dont les ventes étaient en hausse de 7,0 %, puis des articles de santé et de soins personnels, affichant une progression de 6,2 %.

Les consommateurs ont dépensé 6,9 milliards de dollars en articles d'ameublement et en appareils électroniques au quatrième trimestre. Dans cette catégorie, les téléviseurs et le matériel audio-vidéo étaient les articles les plus populaires, représentant 21 % du total. Ils étaient suivis de la catégorie des «autres meubles d'intérieur», constituant 17 % du total, et des objets d'art et autres articles de décoration pour la maison, 11 % du total. (Les «autres meubles d'intérieur» excluent les matelas, les sommiers et les meubles de chambre d'enfant.)

**Ventes trimestrielles, ensemble des magasins de vente au détail**

	Quatrième trimestre de 1999 <sup>r</sup>	Troisième trimestre de 2000 <sup>r</sup>	Quatrième trimestre de 2000 <sup>p</sup>	Quatrième trimestre de 1999 au quatrième trimestre de 2000
données non désaisonnalisées				
	millions de \$			var. en %
<b>Marchandises</b>				
Aliments et boissons	15 943	15 992	16 465	3,3
Articles de santé et de soins personnels	5 040	4 827	5 350	6,2
Vêtements, chaussures et accessoires	8 256	6 516	8 642	4,7
Articles d'ameublement et appareils électroniques	6 437	5 444	6 890	7,0
Véhicules automobiles, pièces et services	18 497	21 196	18 542	0,2
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	4 909	5 934	5 866	19,5
Tous les autres biens et services	12 478	12 212	13 100	5,0
<b>Total</b>	<b>71 560</b>	<b>72 121</b>	<b>74 854</b>	<b>4,6</b>

<sup>r</sup> Données révisées.

<sup>p</sup> Données provisoires.

Les ventes d'articles de santé et de soins personnels ont totalisé 5,4 milliards de dollars au quatrième trimestre. Les consommateurs ont dépensé la plus grande partie de ce total en médicaments sur ordonnance et en vente libre. Les médicaments d'ordonnance ont représenté environ 43 % du total et les médicaments, les vitamines et les suppléments en vente libre, 17 %. Les articles de toilette et de soins personnels formaient la catégorie suivante en importance. Les consommateurs ont consacré 24 %

de leurs dépenses aux articles de toilette et un autre 12 % aux produits cosmétiques et parfums. Ils ont dépensé les 5 % restants en produits oculovisuels sur ordonnance et en vente libre.

Des 5,4 milliards de dollars dépensés au quatrième trimestre pour les articles de santé et de soins personnels, 56 % ont été achetés dans les pharmacies. Le secteur des marchandises diverses a obtenu 19 % du marché et les magasins d'alimentation, un autre 18 % (en hausse par rapport à 17 % au quatrième trimestre de 1999).

Les articles de santé et de soins personnels représentaient 80 % de tous les articles vendus par les pharmacies au quatrième trimestre. Les aliments et boissons (surtout les bonbons, les grignotines et les boissons non alcoolisées) sont arrivés deuxième, enregistrant 6 %. Les ventes d'articles et de fournitures pour la maison, de papeteries et de produits du tabac, toutes catégories confondues, ont totalisé un autre 6 %.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 800010 et matrice 2396.**

Avec le lancement de CANSIM II, il est désormais possible d'obtenir les mêmes données contenues dans CANSIM sous forme de tableaux dont la présentation et l'utilisation sont facilitées.

Pour plus de renseignements, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle de la Division de la statistique du commerce au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 ([detaillantsinfo@statcan.ca](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Denis Robitaille au (613) 951-3182, Division de la statistique du commerce.

□

**Part des ventes de type de magasin selon la catégorie de marchandises**

Quatrième trimestre de 2000

	Magasins d'alimentation	Pharmacies	Magasins de chaussures et de vêtements	Magasins de meubles, d'appareils ménagers et d'articles d'ameublement	Magasins de marchandises diverses et de pièces, accessoires et services pour véhicules automobiles	Autres magasins de vente au détail	Ensemble des magasins de vente au détail
	%						
<b>Marchandises</b>							
Aliments et boissons	77,5	6,2	0,1	0,0	10,4	7,9	22,0
Articles de santé et de soins personnels	6,1	79,8	1,4	0,1	6,7	1,1	7,1
Vêtements, chaussures et accessoires	0,4	0,6	92,0	0,0	18,8	4,1	11,5
Articles d'ameublement et appareils électroniques	0,4	4,5	1,6	86,0	14,9	1,3	9,2
Véhicules automobiles, pièces et services	0,1	0,0	0,0	0,5	21,0	49,6	24,8
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	1,8	0,0	0,0	0,0	1,7	17,2	7,8
Tous les autres biens et services	13,7	8,8	4,9	13,4	26,4	18,8	17,5
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

**Part des marchandises vendues selon le type de magasin**

Quatrième trimestre de 2000

	Magasins d'alimentation	Pharmacies	Magasins de chaussures et de vêtements	Magasins de meubles, d'appareils ménagers et d'articles d'ameublement	Magasins de marchandises diverses et de pièces, accessoires et services pour véhicules automobiles	Autres magasins de vente au détail	Ensemble des magasins de vente au détail
	%						
<b>Marchandises</b>							
Aliments et boissons	74,3	1,4	0,0	0,0	9,3	15,0	100,0
Articles de santé et de soins personnels	18,0	55,5	1,3	0,0	18,5	6,6	100,0
Vêtements, chaussures et accessoires	0,8	0,3	51,9	0,0	32,3	14,7	100,0
Articles d'ameublement et appareils électroniques	1,0	2,4	1,1	57,5	32,2	5,8	100,0
Véhicules automobiles, pièces et services	0,1	0,0	0,0	0,1	16,8	83,0	100,0
Carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	4,8	0,0	0,0	0,0	4,3	90,9	100,0
Tous les autres biens et services	16,5	2,5	1,8	4,7	29,9	44,5	100,0
<b>Total</b>	<b>21,1</b>	<b>5,0</b>	<b>6,5</b>	<b>6,2</b>	<b>19,8</b>	<b>41,5</b>	<b>100,0</b>



---

## AUTRES COMMUNIQUÉS

---

### Acier en formes primaires

Semaine se terminant le 7 avril 2001 (données provisoires)

La production d'acier en formes primaires pour la semaine se terminant le 7 avril a atteint 262 345 tonnes métriques, en baisse de 7,0 % par rapport aux 282 153 tonnes de la semaine précédente et de 11,5 % par rapport aux 296 531 tonnes de la semaine correspondante de 2000. Le total cumulatif au 7 avril 2001 est de 3 829 447 tonnes, en diminution de 15,2 % comparativement aux 4 514 491 tonnes produites au cours de la même période en 2000.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Julie Mayer au (613) 951-5370 ([julie.mayer@statcan.ca](mailto:julie.mayer@statcan.ca)), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

### Chargements ferroviaires mensuels

Janvier 2001

Les quantités de marchandises chargées par les chemins de fer en janvier ont totalisé 20,7 millions de tonnes métriques (à l'exclusion du trafic intermodal), en hausse de 5,3 % par rapport à janvier 2000. Le transport intermodal, représenté par les conteneurs sur wagons plats et les remorques sur wagons plats, a atteint 1,8 million de tonnes métriques, en progression de 13,9 % par rapport à janvier 2000.

**Données stockées dans CANSIM: tableau 4040002 et matrices 1418, 1419 et 1430.**

Avec le lancement de CANSIM II, il est désormais possible d'obtenir les mêmes données contenues dans CANSIM sous forme de tableaux dont la présentation et l'utilisation sont facilitées.

Le numéro de janvier 2001 de la publication *Chargements ferroviaires (mensuel)* (52-001-XIF, 8 \$ / 77 \$) est maintenant en vente. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec J.R. Larocque au (613) 951-2486 ([lacroque@statcan.ca](mailto:lacroque@statcan.ca)), Division des transports. Télécopieur: (613) 951-0009. ■

### Enquête sur les véhicules au Canada

Troisième trimestre de 2000

L'Enquête sur les véhicules au Canada mesure l'activité de tous les véhicules routiers enregistrés au Canada, sauf certains véhicules tels que les motocyclettes, les engins de chantier et le matériel d'entretien des routes.

Les véhicules faisant partie du groupe-cible ont parcouru 83,4 milliards de kilomètres. De ces véhicules, ceux qui pesaient moins de 4 500 kilogrammes (et n'étaient pas utilisés comme un autobus) ont parcouru 76,6 milliards de kilomètres, ou 92 % du total pour ce trimestre.

Les estimations totales de véhicules-kilomètres sont disponibles par province et par territoire. Les estimations de passagers-kilomètres sont disponibles par province seulement.

Le numéro du troisième trimestre de 2000 de la publication *L'enquête sur les véhicules au Canada* (53F0004XIF, gratuite) est maintenant accessible dans le site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)) sous *Produits et services, Publications gratuites, puis Transport et entreposage*.

Pour obtenir des données ou plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Jean-Robert Larocque au (613) 951-2486 ([lacroque@statcan.ca](mailto:lacroque@statcan.ca)), Division des transports. ■

### Services de télécommunications

1998

En 1998, les revenus d'exploitation du secteur des télécommunications (SCIAN 5133) ont atteint 28,5 milliards de dollars, et les dépenses d'exploitation ont totalisé 24,7 milliards de dollars (les montants des revenus et des dépenses pour 1997 ne sont pas comparables en raison des changements apportés aux méthodes comptables utilisées par le secteur). Les bénéfices d'exploitation se sont chiffrés à 3,8 milliards de dollars, ou 13,5 % des revenus d'exploitation. Il s'agit d'un recul par rapport aux 4,2 milliards de dollars (ou 18,3 % des revenus) déclarés en 1997. Parmi les branches des télécommunications comprises dans le SCIAN, les télécommunications par fil et les télécommunications par satellite/autres services de télécommunications ont enregistré des bénéfices d'exploitation en 1998, tandis que les télécommunications sans fil (téléphonie cellulaire, radiomessagerie et radiocommunications), ainsi que

les revendeurs de services de télécommunications ont affiché des pertes d'exploitation.

Le secteur des télécommunications demeure un employeur important. En 1998, ce secteur a fourni des emplois à 95 500 personnes, ce qui comprend 83 300 employés à temps plein et 12 100 employés à temps partiel. La rémunération du travail a dépassé 5,4 milliards de dollars, la rémunération moyenne d'un employé (fondée sur les estimations de fin d'année pour des équivalents temps plein) ayant atteint tout près de 60 000 \$ et les revenus par employé, quelque 314 000 \$. Les revenus d'exploitation par employé les plus élevés ont été observés dans le secteur des télécommunications par satellite, où on a aussi enregistré les salaires, les traitements et les avantages sociaux moyens les plus élevés. Suivent les services de télécommunications sans fil, les revendeurs de services de télécommunications et les services de télécommunications par fil.

Le secteur des télécommunications a maintenu un niveau élevé de dépenses en immobilisations en 1998, celui-ci ayant atteint 6,4 milliards de dollars. Les dépenses de construction ont augmenté de 14,4 % par rapport à 1997 et celles en machines et matériel se sont accrues de 10,5 %.

On comptait 24,6 millions de voies d'accès de qualité téléphonique au réseau téléphonique public commuté (RTPC), soit 19,3 millions de lignes d'accès de qualité téléphonique et 5,4 millions de canaux téléphoniques (abonnés) mobiles (sans fil) actifs. La plus grande partie de l'accroissement dans le secteur du

RTPC en 1998 a été attribuable aux services mobiles, qui ont connu une hausse de 25,5 % par rapport à 1997. La croissance des services mobiles est plutôt attribuable aux services numériques qu'analogiques, les premiers ayant triplé par rapport à la fin de 1997 pour atteindre 1,4 million d'abonnés à la fin de 1998.

La publication *Télécommunications au Canada* (56-203-XIF, 32 \$) paraîtra sous peu. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Michael Lynch au (613) 951-2201 ou avec Haig McCarrell au (613) 951-5948, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique. ■

## Statistiques laitières

Février et mars 2001 (données provisoires)

Les statistiques laitières mensuelles pour février et mars sont maintenant disponibles.

Le numéro de janvier-mars 2001 de *La revue laitière* (23-001-XIB, 27 \$ / 89 \$; 23-001-XPB, 36 \$ / 119 \$) paraîtra en mai. Voir *Pour commander les produits*.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Debbie Dupuis au (613) 951-2553 ou composez sans frais le 1 800 465-1991, Division de l'agriculture. Télécopieur: (613) 951-3868. ■



---

## NOUVEAUX PRODUITS

---

**Infomat - revue hebdomadaire**, 12 avril 2001  
**Numéro au catalogue: 11-002-XIF** (3\$/109\$).

**Infomat - revue hebdomadaire**, 12 avril 2001  
**Numéro au catalogue: 11-002-XPF** (4\$/145\$).

**Approvisionnement et disposition du pétrole brut et du gaz naturel**, décembre 2000  
**Numéro au catalogue: 26-006-XPB** (19\$/186\$).

**Chargements ferroviaires (mensuel)**, janvier 2001  
**Numéro au catalogue: 52-001-XIF** (8\$/77\$).

**Enquête sur les véhicules au Canada**, troisième trimestre 2000  
**Numéro au catalogue: 53F0004XIF**  
(Gratuit).

**Transport et distribution du gaz naturel**, décembre 2000  
**Numéro au catalogue: 55-002-XIB** (13\$/125\$).

**Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.**

Les numéros au catalogue se terminant par: -XIB ou -XIF représentent la version électronique en vente sur Internet, -XMB ou -XMF, la version micro-fiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB, la version électronique sur disquette et -XCB, la version électronique sur CD-ROM.

---

### Pour commander les produits

---

**Pour commander les produits par téléphone:**

Ayez en main: • Titre • Numéro au catalogue • Numéro de volume • Numéro de l'édition • Numéro de VISA ou de MasterCard.


Au Canada et aux États-Unis, composez:	<b>1 800 267-6677</b>
Pour les autres pays, composez:	<b>1 613 951-7277</b>
Pour envoyer votre commande par télécopieur:	<b>1 877 287-4369</b>
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte:	<b>1 800 700-1033</b>

**Pour commander par la poste, écrivez à:** Gestion de la circulation, Division de la diffusion, 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 et la TVP en vigueur.

**Pour commander par Internet:** écrivez à [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)) sous les rubriques *Produits et services* et *Publications payantes* (\$).

**Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.**

Catalogue 11-001F (anglais) 11-0010-1001-00000001



# Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997  
Nouvelles versions à 8 h et 11 h 30

---

**PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS**

- **Transport urbain, 1996**  
Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 65 déplacements au travail par les services de transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années. 2
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'œuvre, 1996**  
À l'instar de la croissance de l'emploi et des emplois, le niveau de la productivité des entreprises manufacturières en 1996 fut, contrairement à ce qui se passe habituellement, stable. 5



---

**AUTRES COMMUNIQUÉS**

- Indice de l'offre d'emploi, mai 1997 10
- Emplois sur les auto-emplois à court terme 10
- Autorité de la concurrence, surveillance horizontale le 31 mai 1997 11
- Production d'œufs, avril 1997 11

---

**NOUVELLES PARUTIONS** 10

## Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001F.

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

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à [listproc@statcan.ca](mailto:listproc@statcan.ca). Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez: subscribe quotidien prénom et nom.

Rédactrice: Julie Bélanger (613) 951-1187, [julie.belanger@statcan.ca](mailto:julie.belanger@statcan.ca)

Chef de la Diffusion officielle: Madeleine Simard (613) 951-1088, [madeleine.simard@statcan.ca](mailto:madeleine.simard@statcan.ca)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2001. 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.

---

## CALENDRIER DES COMMUNIQUÉS: 17 AU 20 AVRIL

---

(À cause de circonstances imprévisibles, les dates de parution peuvent être modifiées.)

---

<b>Date de parution</b>	<b>Titre</b>	<b>Période de référence</b>
17	<b>Ventes de véhicules automobiles neufs</b>	Février 2001
18	<b>Commerce international de marchandises du Canada</b>	Février 2001
18	<b>Voyages entre le Canada et les autres pays</b>	Février 2001
19	<b>Enquête mensuelle sur les industries manufacturières</b>	Février 2001
20	<b>Indice des prix à la consommation</b>	Mars 2001
20	<b>Commerce de gros</b>	Février 2001

---