



# Infomat

## Revue hebdomadaire

Le jeudi 20 avril 2000

### APERÇU

#### ◆ Hausse record des ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques des grands détaillants

En janvier, les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques des grands détaillants ont grimpé de 12,6 %. Il s'agit de la hausse la plus marquée des ventes d'une année à l'autre jamais enregistrée dans cette catégorie. Cette croissance a devancé celle des produits de santé et de soins personnels.

#### ◆ Les consommateurs dépensent le plus pour les véhicules automobiles

L'an dernier, les consommateurs ont dépensé plus en véhicules automobiles et en pièces et services connexes qu'en aliments, en boissons non alcoolisées, en vêtements et en chaussures, toutes catégories confondues.

#### ◆ La demande des ménages reste ferme

La croissance de l'indicateur avancé s'est élevée à 1,1 % en mars. Cela reflète la force de la demande des ménages au début de la nouvelle année.

#### ◆ Un début d'année au ralenti pour les ventes de véhicules neufs

Après avoir diminué en janvier, les ventes de véhicules automobiles neufs ont fléchi de 4,4 % en février. La baisse des deux derniers mois fait suite à la hausse remarquable de 9,3 % observée en décembre.

#### ◆ Les dépenses touristiques au pays atteignent un sommet

En 1999, les dépenses touristiques au Canada ont atteint une somme record de 50,1 milliards de dollars, en hausse de 6,5 % par rapport à 1998. Les dépenses des visiteurs étrangers ont représenté 30 % des dépenses totales, une part qui progresse sans cesse depuis 10 ans.

#### ◆ L'emploi dans le secteur public reste stable

Le secteur public a employé en moyenne un peu moins de 2,8 millions de personnes l'an dernier, en hausse de 900 emplois par rapport à 1998.

## Hausse record des ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques des grands détaillants

En janvier, les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques faites par les grands détaillants ont grimpé de 12,6 %. Il s'agit de la hausse la plus marquée des ventes d'une année à l'autre jamais enregistrée dans cette catégorie. Cette croissance a devancé celle des produits de santé et de soins personnels, qui ont augmenté de 9,8 %. Les produits de santé et de soins personnels étaient en tête de liste depuis juillet 1999.

Les ventes des grands détaillants ont atteint 5,1 milliards de dollars en janvier, en hausse de 1,4 % par rapport au même mois de 1999. Mis à part les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, le groupe des grands détaillants a effectué 37 % de l'ensemble des ventes du commerce de détail. À l'intérieur du groupe, les grands détaillants en alimentation ont représenté 42 % des ventes, comparativement à 45 % en janvier 1999. La part des grands magasins est restée relativement stable pour se fixer à 20 %, malgré la disparition d'Eaton.

### Ventes des grands détaillants

Données non désaisonnalisées

	Janvier 1999	Janvier 2000	Janvier 1999 à janvier 2000
	Millions de dollars		Variation en %
<b>Ensemble des marchandises</b>	<b>5 027</b>	<b>5 100</b>	<b>1,4</b>
Aliments et boissons	2 071	1 960	- 5,4
Vêtements, chaussures et accessoires	789	801	1,5
Articles d'ameublement et appareils électroniques	672	757	12,6
Articles de santé et de soins personnels	392	431	9,8
Articles et fournitures pour la maison	255	263	2,8
Articles de sport et de loisirs	182	198	8,5
Quincaillerie et produits pour pelouse et jardin	153	148	- 3,5
Autres biens et services	512	543	6,0

(suite à la page 2)



### ... Hausse record des ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques des grands détaillants

Dans la catégorie des articles d'ameublement et des appareils électroniques, les ventes ont augmenté de plus de 10 % dans le cas des meubles d'intérieur (+ 13,6 %), des appareils ménagers (+ 13,2 %), des appareils électroniques (+ 13,2 %) et des articles d'ameublement (+ 10,3 %). En janvier, les ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques ont représenté 15 % des ventes totales des grands détaillants, en hausse par rapport à la proportion de 13 % enregistrée en janvier 1999.

Les ventes de la catégorie de la quincaillerie et des produits pour pelouse et jardin ont baissé de 3,5 %. Une combinaison de ventes élevées en janvier 1999 ainsi qu'un temps plutôt clément cet hiver pourraient avoir contribué à la baisse des ventes mensuelles des produits tels que les souffleuses.

Au quatrième trimestre de 1999, le groupe des grands détaillants a bénéficié de 30 % de tous les achats faits auprès des détaillants. Si l'on exclut les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, la part des ventes du groupe grimpe à 39 %. Les grands détaillant ont effectué 41 % des ventes au détail totales d'aliments et de boissons.

En raison des fortes ventes de produits de santé et de soins personnels au quatrième trimestre de 1999, la part de marché des grands détaillants pour ces produits a augmenté, passant de 31 % au quatrième trimestre de 1998 à 33 %. Une bonne partie de la hausse est attribuable à la croissance des ventes de médicaments sur ordonnance et en vente libre, dont l'augmentation trimestrielle d'une année à l'autre a été de 31,7 %. Au quatrième trimestre de 1999, les grands détaillants ont fait 23 % des ventes totales de médicaments sur ordonnance et en vente libre, comparativement à 20 % au même trimestre de l'année précédente.

#### Note aux lecteurs

*Le groupe des grands détaillants comprend environ 80 des plus grandes entreprises au Canada dans les secteurs de l'alimentation, des vêtements, des articles d'ameublement et des appareils électroniques, des articles de sport et des marchandises diverses du commerce de détail. Le présent article est fondé sur des comparaisons des ventes d'une année à l'autre. Celles-ci sont touchées par les modifications apportées à la composition du groupe des grands détaillants, surtout dans le secteur de l'alimentation où un certain nombre de chaînes de supermarchés ont fait l'objet d'une restructuration. Les données présentées ici ne sont pas désaisonnalisées.*

L'augmentation des ventes d'articles de sport et de loisirs par les grands détaillants au quatrième trimestre a fait monter légèrement leur part de marché à un peu plus de 39 % par rapport à l'ensemble des détaillants. Par ailleurs, les grands détaillants ont vendu 36 % de la quincaillerie et des articles pour pelouse et jardin, 54 % des articles d'ameublement et des appareils électroniques, 59 % des vêtements et des chaussures et 66 % des articles et fournitures pour la maison.

*Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (courriel : [detaillantsinfo@statcan.ca](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Chantale Harvey au (613) 951-0670, Division de la statistique du commerce.*

## Les consommateurs dépensent le plus pour les véhicules automobiles

**L'**an dernier, les consommateurs ont dépensé plus en véhicules automobiles et en pièces et services connexes qu'en aliments, en boissons non alcoolisées, en vêtements et en chaussures, toutes catégories confondues. Pour chaque tranche de 100 \$ déboursée dans les magasins de détail en 1999, les Canadiens ont acheté pour 35,70 \$ de véhicules automobiles et de pièces et services connexes (incluant l'essence), pour 19,50 \$ d'aliments et de boissons non alcoolisées et pour 9,70 \$ de vêtements, d'accessoires et de chaussures.

Les dépenses dans les magasins de détail se sont chiffrées à 261,2 milliards de dollars, en hausse de 5,8 % par rapport à 1998. De tous les principaux groupes de marchandises, c'est celui des carburants, des huiles et des additifs pour véhicules automobiles qui présente la plus forte augmentation annuelle des ventes (+ 12,3 %), ce groupe ayant connu une montée des prix durant les six derniers mois de l'année. Venait ensuite le groupe des articles d'ameublement et des appareils électroniques (+ 10,5 %), dont les ventes ont été fermes toute l'année. Les consommateurs ont consacré 19,9 milliards de dollars à ces marchandises en 1999. Dans cette catégorie, les ventes d'appareils électroniques ont le plus progressé (+ 14,4 %), ce qui reflète la forte demande des

#### 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 magasins de détail. Toutes les estimations (en valeur absolue ou relatives) mentionnées dans le présent article visent les achats faits chez les détaillants, et non pas les achats qui proviennent d'autres sources. Les données trimestrielles ne sont pas désaisonnalisées.*

*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 et ne sont pas inclus ici. Les ventes de véhicules automobiles neufs comprennent la valeur des véhicules à leur prix de vente intégral et incluent les véhicules loués à leur prix de vente intégral.*

consommateurs pour les derniers gadgets électroniques. Les ventes de meubles d'intérieur (+ 11,2 %) et d'articles d'ameublement (+ 7,8 %) ont aussi affiché une bonne progression. En revanche, les ventes d'appareils électroménagers ont enregistré la hausse la plus faible (+ 6,5 %).

(suite à la page 3)

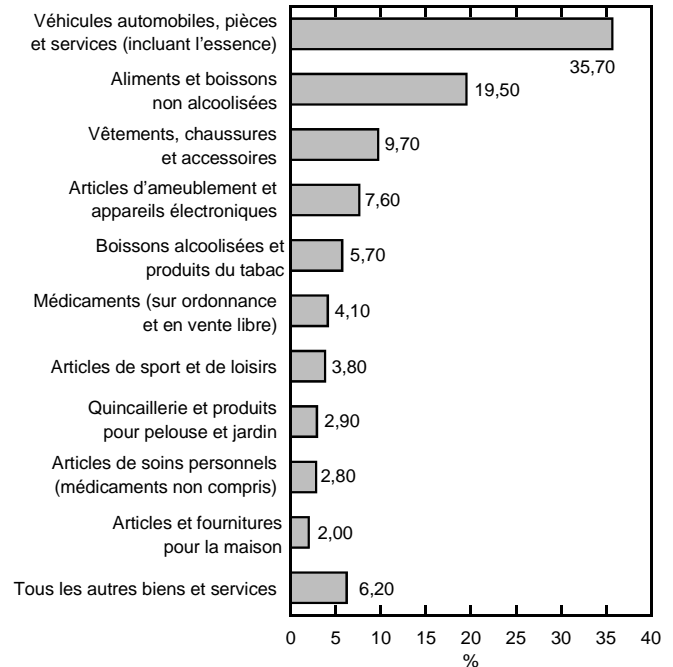
### ... Les consommateurs dépensent le plus pour les véhicules automobiles

Les tendances de la consommation ont varié toute l'année. Pendant la majeure partie de 1999, les Canadiens ont acheté 60 % de leurs articles d'ameublement et de leurs appareils électroniques dans des magasins spécialisés. Toutefois, au quatrième trimestre, la part de marché de ces magasins est descendue à 56 % au profit des magasins de marchandises diverses (catégorie comprenant les grands magasins) et des magasins de fournitures pour l'auto, dont les ventes ont progressé pendant les fêtes de fin d'année.

Les Canadiens ont dépensé 18,1 milliards de dollars en articles de santé et de soins personnels en 1999, en hausse de 9,4 % par rapport à 1998. Dans cette catégorie, on trouve les produits de beauté, les médicaments sur ordonnance et en vente libre, les suppléments vitaminiques, les lunettes et les autres articles de toilette. Les pharmacies dominent ce marché, mais elles ont perdu du terrain, leur part de marché étant passée de 62 % en 1998 à 59 % en 1999. Les consommateurs se sont en effet tournés vers d'autres détaillants au moment d'acheter ces produits. Par exemple, ils ont acheté pour 3,2 milliards de dollars d'articles de santé et de soins personnels dans les magasins d'alimentation, une somme supérieure de 23,7 % à celle dépensée en 1998. Par conséquent, la part de marché que détiennent les magasins d'alimentation pour ces produits s'est accrue de 2,0 points pour atteindre 18 %.

*Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec la Sous-section du service à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (courriel : [detaillantsinfo@statcan.ca](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Denis Fournier au (613) 951-0096, Division de la statistique du commerce.*

### Dépenses des consommateurs, 1999



## La demande des ménages reste ferme

La croissance de l'indicateur avancé s'est élevée à 1,1 % en mars, ce qui correspond à peu près à celle de 1,0 % enregistrée en février. Ces taux reflètent la force de la demande des ménages au début de la nouvelle année qui s'est produite parallèlement au ralentissement du secteur de la fabrication et de l'indicateur avancé des États-Unis.

L'indice du logement s'est accru pour un deuxième mois d'affilée en mars. La construction de maisons individuelles a pris le relais de celle de logements multifamiliaux pour maintenir le rythme des mises en chantier, qui ont enregistré leur meilleure performance sur deux mois depuis 1992. Le marché de l'habitation a stimulé les ventes de meubles et d'articles ménagers pour un deuxième mois de suite. Les ventes d'autres biens durables ont continué de s'accroître à un rythme deux fois plus rapide qu'il y a trois mois. Ces progressions dans les dépenses traduisent la

confiance accrue des ménages, alimentée par l'expansion continue du marché du travail et des marchés boursiers.

Les nouvelles commandes de biens durables ont enregistré leur hausse la plus modeste des six derniers mois, le secteur de la machinerie s'étant replié conformément à la baisse prévue cette année des dépenses en immobilisations. Les services aux entreprises ont poursuivi leur lente progression, ce qui contraste avec les hausses marquées observées en 1998 et en 1999.

Aux États-Unis, l'indicateur avancé a ralenti, en partie à cause des nouvelles commandes de biens d'investissement. Parmi les autres baisses d'importance figuraient celle des permis de construction, lesquels ont diminué parallèlement à la hausse des taux d'intérêt.

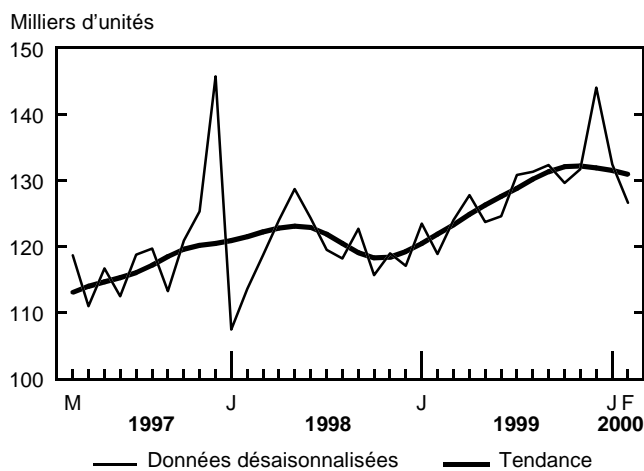
*Le numéro d'avril 2000 de L'Observateur économique canadien (11-010-XPB, 23 \$ / 227 \$) vient de paraître. Pour plus de renseignements, communiquez avec Francine Roy au (613) 951-3627, Groupe de l'analyse économique de conjoncture. (Voir aussi les « Tendances actuelles » à la page 8.)*

## Un début d'année au ralenti pour les ventes de véhicules neufs

Après avoir diminué en janvier, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus a fléchi de 4,4 % en février, pour s'établir à 126 593 unités. La baisse des deux derniers mois fait suite à la hausse remarquable de 9,3 % observée en décembre. Le mouvement à la hausse que maintenaient les ventes de véhicules automobiles neufs depuis la fin de 1998 a connu un essoufflement au cours des derniers mois.

Autant les voitures particulières que les camions ont contribué au recul des ventes en février. Le nombre de voitures particulières neuves vendues a baissé de 5,2 % pour se situer à 66 550 unités. Cette baisse est la deuxième à se produire après la période de sept mois de hausses d'affilée qui avait commencé en juin 1999 pour culminer en décembre avec une progression de 12,4 %.

### Ventes de véhicules automobiles neufs



#### Note aux lecteurs

Les voitures particulières comprennent les voitures utilisées à des fins personnelles et commerciales (comme les taxis et les voitures de location). Les camions comprennent les mini-fourgonnettes, les véhicules utilitaires à caractère sportif, les camions légers et lourds, les fourgonnettes, les autocars et les autobus. Toutes les données du présent article sont désaisonnalisées.

Pour un deuxième mois consécutif, le nombre de camions neufs vendus a diminué en février, régressant de 3,4 %. Dans l'ensemble, les ventes de camions demeurent relativement inchangées depuis l'été 1999. Depuis ce temps, elles ont toutefois perdu du terrain par rapport aux ventes de voitures particulières, leur part des ventes totales de véhicules automobiles neufs étant passée de 49 % à 47 % en février.

Toutes les provinces, à l'exception du Manitoba, ont enregistré une baisse du nombre de véhicules automobiles neufs vendus de janvier à février. On a observé les plus fortes diminutions à Terre-Neuve (- 11,2 %) et au Québec (- 10,6 %). Au Manitoba, les ventes de véhicules automobiles neufs ont progressé de 0,9 %, mais elles demeurent plutôt stagnantes depuis l'automne 1998.

Le numéro de février 2000 de **Ventes de véhicules automobiles neufs** (63-007-XIB, 13 \$ / 124 \$) présente les données détaillées. Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec la Sous-section des services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (courriel : [detaillantsinfo@statcan.ca](mailto:detaillantsinfo@statcan.ca)). Les données désaisonnalisées provinciales remontant à janvier 1991 sont disponibles sur demande. Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Clérance Kimanyi au (613) 951-6363 (courriel : [kimacle@statcan.ca](mailto:kimacle@statcan.ca)), Division de la statistique du commerce.

## Les dépenses touristiques au pays atteignent un sommet

Les dépenses touristiques au Canada ont atteint une somme record de 50,1 milliards de dollars en 1999, ayant augmenté de 6,5 % par rapport à 1998, un pourcentage légèrement inférieur à celui obtenu de 1997 à 1998 (+ 7,0 %). Les dépenses liées au transport sont à l'origine de l'augmentation de l'an passé. Après correction pour éliminer les effets de l'inflation, les dépenses touristiques au pays se sont accrues de 3,2 %, comparativement à 5,0 % en 1998.

Les visiteurs étrangers ont dépensé 15,3 milliards de dollars en 1999, en hausse de 7,7 %, comparativement à une croissance de 11,4 % en 1998. De leur côté, les Canadiens ont dépensé 34,8 milliards de dollars, en hausse de 6,0 %, par rapport à une progression de 5,1 % en 1998.

Les dépenses des visiteurs étrangers ont représenté 30 % des dépenses totales en 1999 et les dépenses des Canadiens, 70 %. La part des dépenses qui revient aux visiteurs étrangers est en

#### Note aux lecteurs

Sauf indication contraire, les données ne sont pas désaisonnalisées et sont exprimées en prix courants.

progression constante depuis les 10 dernières années. Ainsi, les dépenses de ces derniers ont représenté 22 % de l'ensemble des dépenses en 1989 et 25 % en 1994.

Le nombre total de visiteurs a augmenté de 2,1 % en 1999, en hausse pour une septième année de suite. Le nombre de visiteurs des États-Unis ne s'est accru que de 1,8 %, après avoir augmenté de 8,3 % en 1998. Le nombre de voyageurs de tous les autres pays s'est redressé en 1999 et a progressé de 5,2 %, alors qu'il avait diminué de 8,3 % en 1998. Ce redressement provient en grande partie d'une hausse de 4,1 % du nombre de visiteurs de l'Europe, qui avait fléchi de 2,4 % en 1998, et d'une hausse de 7,0 % du nombre de voyageurs de l'Asie-Pacifique, lequel avait chuté de 19,5 % cette année-là.

(suite à la page 5)

### ... Les dépenses touristiques au pays atteignent un sommet

En 1999, les prix des biens et services touristiques ont augmenté plus fortement (+ 3,8 %) que l'Indice des prix à la consommation pour l'ensemble des biens et services (+ 1,8 %). Ce sont les prix du transport (+ 4,5 %) et de l'hébergement (+ 4,6 %) qui ont progressé le plus. Le prix du transport s'est accru par suite du renchérissement du prix du carburant.

Le nombre d'emplois à temps plein et à temps partiel générés par le tourisme s'est accru de 1,2 % en 1999 pour atteindre 524 300. En 1998, la croissance avait été de 3,0 %. Dans le secteur du tourisme, la croissance de l'emploi a été inférieure à celle enregistrée pour l'ensemble du secteur des entreprises (+ 3,5 %).

*Le plus récent numéro de la publication **Indicateurs nationaux du tourisme** (13-001-XPB, 21 \$ / 70 \$) est maintenant en vente. Pour commander la publication, communiquez avec l'agent des services à la clientèle au (613) 951-3640 (télécopieur : (613) 951-3816; courriel : [iead-info-dcrd@statcan.ca](mailto:iead-info-dcrd@statcan.ca)). Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Sylvain Venne au (613) 951-3835, Division des comptes des revenus et des dépenses.*

### Dépenses touristiques au Canada

Données non désaisonnalisées

	1998	1999	1998 à 1999
	Milliards de dollars (prix courants)		Variation en %
<b>Ensemble des dépenses touristiques</b>	<b>47,0</b>	<b>50,1</b>	<b>6,5</b>
Visiteurs étrangers	14,2	15,3	7,7
Canadiens	32,8	34,8	6,0
Transport	18,5	20,1	8,5
Visiteurs étrangers	3,6	3,9	8,5
Canadiens	14,9	16,2	8,5
Hébergement	6,7	7,1	5,1
Visiteurs étrangers	3,2	3,4	8,4
Canadiens	3,6	3,6	2,1
Restauration	7,7	8,1	5,0
Visiteurs étrangers	3,3	3,5	7,6
Canadiens	4,4	4,6	3,1
Autres biens et services touristiques	4,8	5,1	5,7
Visiteurs étrangers	1,3	1,4	7,8
Canadiens	3,5	3,6	4,9
Autres biens et services	9,3	9,8	5,3
Visiteurs étrangers	2,8	3,0	6,2
Canadiens	6,5	6,8	4,8

## L'emploi dans le secteur public reste stable

L'emploi dans le secteur public a continué de se stabiliser en 1999. Le secteur public a employé en moyenne un peu moins de 2,8 millions de personnes l'an dernier, en hausse de 900 emplois par rapport à 1998. Il s'agit de la première augmentation en sept ans. Les plus fortes hausses ont eu lieu en Ontario (+ 4 700) et en Alberta (+ 4 300). C'est au Québec que l'emploi dans le secteur public a chuté le plus (- 12 000).

### Emploi dans le secteur public<sup>1</sup>, 1999

	Nombre de personnes employées <sup>2</sup>	Variation annuelle en %
<b>Canada</b>	<b>2 798 970</b>	<b>--</b>
Terre-Neuve	55 572	- 0,2
Île-du-Prince-Édouard	15 134	- 5,0
Nouvelle-Écosse	102 681	- 1,6
Nouveau-Brunswick	81 085	2,6
Québec	719 031	- 1,6
Ontario	958 253	0,5
Manitoba	130 776	2,4
Saskatchewan	111 921	0,8
Alberta	259 329	1,7
Colombie-Britannique	345 650	0,1
Yukon	4 705	- 4,4
Territoires du Nord-Ouest	8 172	- 25,2
Nunavut	3 005	0,0
Extérieur du Canada	2 998	2,1

-- Nombre infime.

1. Excluant les entreprises publiques.

2. Le total pour le Canada peut ne pas correspondre à la somme des provinces et des territoires en raison de l'arrondissement.

### Note aux lecteurs

*Le nombre d'emplois est calculé chaque mois, et une moyenne est établie pour l'année. Le secteur public renferme toutes les unités institutionnelles sous contrôle gouvernemental. L'administration fédérale comprend les militaires. Les administrations provinciales et territoriales incluent l'administration publique générale, les universités et collèges et les institutions de services de santé et de services sociaux. Les administrations locales incluent les conseils scolaires.*

Même après plusieurs années de restrictions budgétaires très serrées et de restructuration dans les administrations publiques, il y a maintenant autant de Canadiens travaillant dans le secteur public qu'il y en avait en 1985. Cependant, le secteur public comptait moins de 92 employés pour 1 000 habitants en 1999, comparativement à plus de 108 en 1985.

La stabilité de l'emploi dans le secteur public reflète la stabilité de l'emploi dans l'administration publique, laquelle représente près de 91 % des effectifs totaux du secteur. En 1999, les administrations fédérale, provinciales et territoriales ainsi que locales ont employé un peu plus de 2,5 millions de personnes, un nombre pratiquement inchangé par rapport à celui de 1998.

L'emploi a baissé faiblement dans deux des trois niveaux d'administration publique. Les effectifs des administrations provinciales et territoriales ont diminué de 1 800 employés (- 0,1 %) pour se fixer à 1,3 million. Les hôpitaux et les universités du Québec ainsi que les collèges de l'Ontario ont été la cause de cette diminution.

Les effectifs de l'administration fédérale (y compris les militaires) s'élevaient à 330 000 employés en 1999, en baisse

(suite à la page 6)

### ... L'emploi dans le secteur public reste stable

de 0,3 % ou de 970 emplois par rapport à 1998. Une baisse de 2 400 emplois dans l'effectif militaire a plus que neutralisé une hausse de 1 400 emplois dans l'administration générale.


Par contre, le nombre d'emplois a augmenté de 2 200 dans les administrations locales en 1999, pour s'établir à 894 000. Les hausses les plus fortes ont été observées en Ontario (+ 2 660) et en Alberta (+ 1 800).

Les entreprises publiques, qui composent la partie restante du secteur public, ont vu leurs effectifs croître pour une deuxième année consécutive. En 1999, on y dénombrait 262 000 employés,

en hausse de 0,6 % ou de 1 500 emplois par rapport à l'année précédente.

*Pour des renseignements généraux sur les produits et les services de la Division des institutions publiques ou pour obtenir des tableaux personnalisés, communiquez avec Jo-Anne Thibault au (613) 951-0767 (télécopieur : (613) 951-0661; courriel : jo-anne.thibault@statcan.ca), Division des institutions publiques. Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Robert Sauvé au (613) 951-8306 (courriel : robert.sauve@mxai.statcan.ca), Division des institutions publiques.*

## Nouveautés de Statistique Canada



### L'Observateur économique canadien

#### Avril 2000

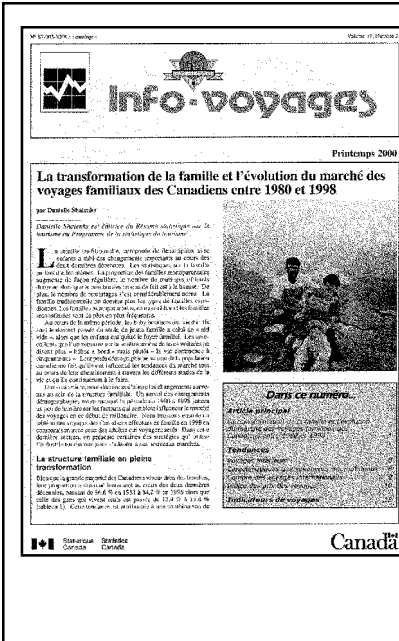
Le numéro du mois d'avril de la publication vedette de Statistique Canada portant sur les statistiques économiques, *L'Observateur économique canadien*, analyse les conditions économiques actuelles, comprend un sommaire des principaux événements économiques du mois de mars et présente un étude spéciale sur le bilan de l'année. On y apprend que la poussée de croissance à la fin de la décennie a renversé plusieurs tendances qui s'étaient manifestées durant les années 1990.

Un aperçu statistique séparé fournit également une gamme étendue de tableaux et de graphiques contenant les principales séries chronologiques de l'économie du Canada, des provinces et des grands pays industrialisés.

*Le numéro d'avril 2000 de L'Observateur économique canadien (11-010-XPB, 23 \$ / 227 \$) est maintenant en vente. Pour plus de renseignements, communiquez avec Roberta Brancati au (613) 951-1640 (courriel : oec@statcan.ca), Groupe de l'analyse économique de conjoncture.*

# Nouveautés de Statistique Canada

## Info-Voyages Printemps 2000



Le numéro du printemps 2000 d'*Info-voyages*, le bulletin trimestriel d'information de Statistique Canada sur le tourisme, présente l'article « La transformation de la famille et l'évolution du marché des voyages familiaux des Canadiens entre 1980 et 1998 ». Dans un premier temps, cet article décrit les changements survenus au sein de la structure familiale en faisant la lumière sur les facteurs qui semblent influencer sur le marché des voyages aujourd'hui. Dans un deuxième temps, les voyages des Canadiens effectués en famille en 1998 sont comparés avec ceux des adultes qui voyagent seuls. Dans cette section, l'auteur présente certaines stratégies utilisées par l'industrie touristique pour s'adapter à ces nouveaux marchés.

Chaque trimestre, *Info-voyages* analyse les tendances de l'indice des prix des voyages. On y présente également les plus récents indicateurs de voyages, les caractéristiques des voyageurs et le compte des voyages internationaux.

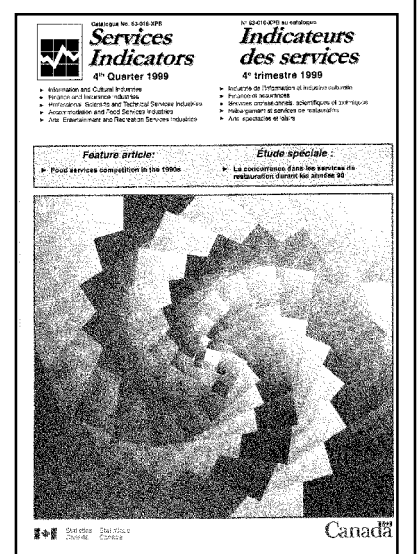
Le numéro du printemps 2000 de la publication *Info-voyages* (version imprimée : 87-003-XPB, 13 \$ / 42 \$; version sur Internet : 87-003-XIF, 5 \$ / 16 \$) est maintenant en vente. Pour plus de renseignements, communiquez avec Monique Beyrouti au (613) 951-1673 (télécopieur : (613) 951-2909; courriel : [beyrmon@statcan.ca](mailto:beyrmon@statcan.ca)), Culture, Tourisme et Centre de la statistique de l'éducation.

## Indicateurs des services Quatrième trimestre de 1999

Le plus récent numéro d'*Indicateurs des services* inclut l'étude spéciale « La concurrence dans les services de restauration durant les années 1990 ». L'étude examine la concurrence que se sont livrée les fournisseurs de services de restauration et les magasins d'alimentation durant les années 1990 et les effets que cette vive concurrence a eu sur chaque secteur. L'étude examine également certains facteurs à l'origine de l'évolution de la demande et de l'offre dans chaque secteur. Elle décrit aussi en détail certaines caractéristiques du marché des services de restauration.

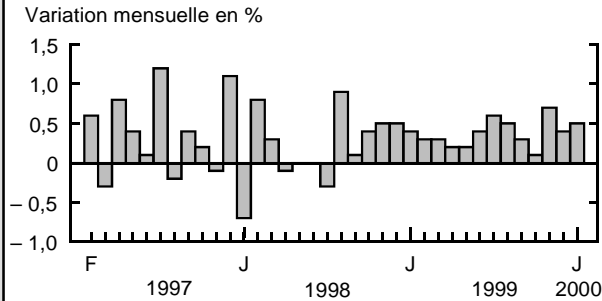
De plus, dans chaque numéro, on trouve des tableaux et des graphiques qui présentent des données à jour sur la production, l'emploi et la rémunération dans différentes branches d'activité du secteur des services au cours des huit derniers trimestres.

Le numéro du quatrième trimestre de 1999 de la publication *Indicateurs des services* (version imprimée : 63-016-XPB, 35 \$ / 116 \$; version sur Internet : 63-016-XIB, 26 \$ / 87 \$) est maintenant en vente. Pour plus de renseignements, communiquez avec Don Little au (613) 951-6739 (courriel : [littdon@statcan.ca](mailto:littdon@statcan.ca)), Division des industries de service.



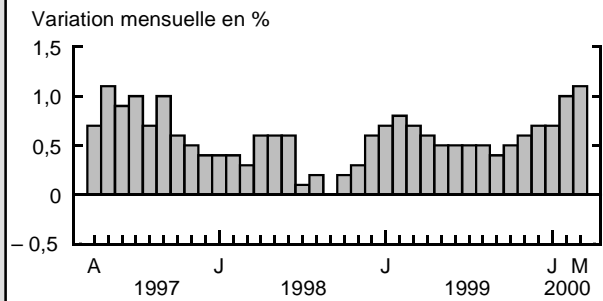
## Tendances actuelles

### Produit intérieur brut



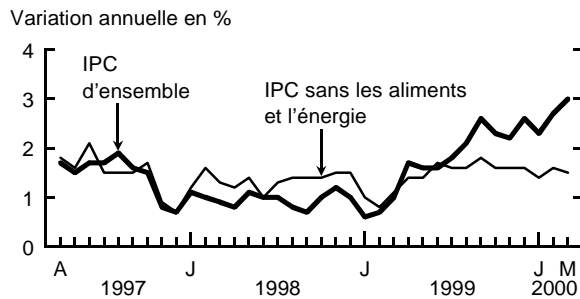
L'activité économique a augmenté de 0,5 % en janvier. Cette 18<sup>e</sup> hausse d'affilée s'inscrit dans la plus longue série de progressions mensuelles jamais enregistrée depuis 1961.

### Indice composite



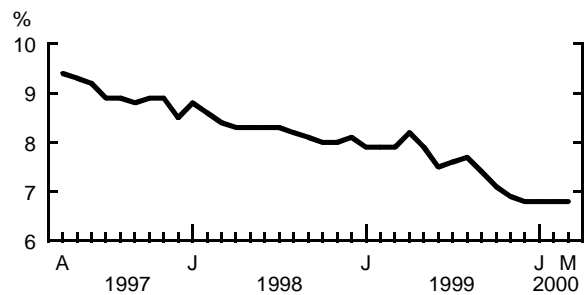
En mars, l'indicateur avancé s'est accru de 1,1 %. Les hausses en février et en mars traduisent la force de la demande des ménages.

### Indice des prix à la consommation



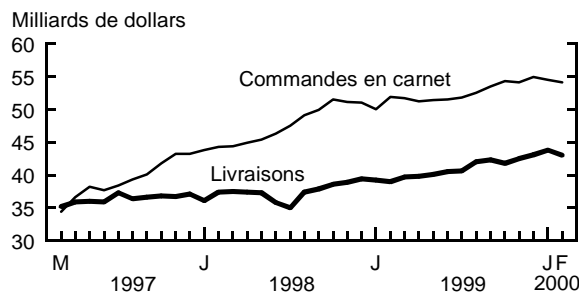
En mars, les prix à la consommation de biens et de services étaient supérieurs de 3,0 % à ceux d'il y a un an. Sans les aliments et l'énergie, les prix ont augmenté de 1,5 %.

### Taux de chômage



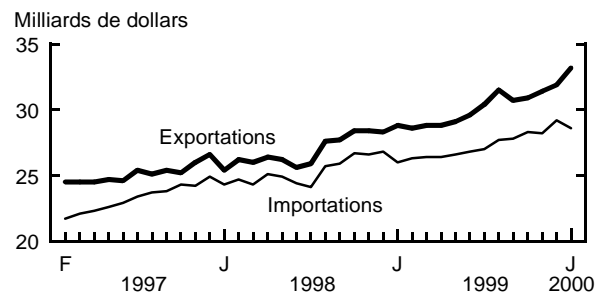
En mars, la croissance de l'emploi s'est accompagnée d'une hausse similaire de la population active, de sorte que le taux de chômage est demeuré à 6,8 % pour un quatrième mois de suite.

### Fabrication



Les livraisons des fabricants ont reculé de 1,8 % en février, pour se fixer à 43,0 milliards de dollars. Les commandes en carnet ont fléchi de 0,7 % pour s'établir à 54,1 milliards de dollars.

### Commerce des marchandises



En janvier, les exportations de marchandises ont fait un bond de 4,0 % par rapport à décembre, pour atteindre 33,2 milliards de dollars. Les importations ont régressé de 1,8 %, pour se situer à 28,6 milliards de dollars.

**Note :** Tous les chiffres sont désaisonnalisés à l'exception de l'Indice des prix à la consommation.



## Dernières statistiques

	Période	Niveau	Variation (période précédente)	Variation (année précédente)
<b>GÉNÉRAL</b>				
Produit intérieur brut (milliards de dollars de 1992)	janvier	770,1	0,5 %	4,7 %
Indice composite (1992 = 100)	mars*	160,1	1,1 %	7,9 %
Bénéfices d'exploitation des sociétés (milliards de dollars)	4 <sup>e</sup> trim. de 1999	43,9	7,8 %	27,1 %
Taux d'utilisation de la capacité industrielle (%)	4 <sup>e</sup> trim. de 1999	86,8	1,3 †	4,0 †
<b>DEMANDE INTÉRIEURE</b>				
Ventes au détail (milliards de dollars)	janvier	22,5	0,0 %	6,7 %
Ventes des grands magasins (milliards de dollars)	février	1,49	-2,5 %	1,5 %
Ventes de véhicules automobiles neufs (milliers d'unités)	février*	126,6	-4,4 %	6,5 %
Ventes en gros (milliards de dollars)	janvier	31,2	0,2 %	9,5 %
<b>EMPLOI</b>				
Personnes occupées (millions)	mars	14,86	0,2 %	3,2 %
Taux de chômage (%)	mars	6,8	0,0 †	-1,1 †
Taux d'activité (%)	mars	65,9	0,1 †	0,4 †
Rémunération hebdomadaire moyenne (dollars)	janvier	618,85	0,3 %	2,0 %
Indice de l'offre d'emploi (1996 = 100)	mars	171	0,6 %	11,8 %
<b>COMMERCE INTERNATIONAL</b>				
Exportations de marchandises (milliards de dollars)	janvier	33,2	4,0 %	15,1 %
Importations de marchandises (milliards de dollars)	janvier	28,6	-1,8 %	9,9 %
Balance commerciale (tous les chiffres sont en milliards de dollars)	janvier	4,5	1,8	1,8
<b>FABRICATION</b>				
Livraisons (milliards de dollars)	février*	43,0	-1,8 %	10,3 %
Nouvelles commandes (milliards de dollars)	février*	42,6	-1,7 %	4,2 %
Commandes en carnet (milliards de dollars)	février*	54,1	-0,7 %	4,2 %
Ratio des stocks aux livraisons	février*	1,31	0,04	0,00
<b>PRIX</b>				
Indice des prix à la consommation (1992 = 100)	mars*	112,8	0,7 %	3,0 %
Indice des prix des produits industriels (1992 = 100)	février	125,8	0,9 %	5,9 %
Indice des prix des matières brutes (1992 = 100)	février	139,7	3,2 %	37,1 %
Indice des prix des logements neufs (1992 = 100)	février	102,4	0,4 %	2,1 %

*Note : Tous les chiffres sont désaisonnalisés à l'exception des indices de prix.*

\* *Nouveau cette semaine.*

† *Points de pourcentage.*

# Infomat

## Bulletin hebdomadaire

Publié par la Division des communications de Statistique Canada.  
Immeuble R.-H.-Coats, 10<sup>e</sup> étage, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

Rédactrice : Caroline Olivier, (613) 951-1189; olivcar@statcan.ca.  
Chef intérimaire, Diffusion officielle : Dan Smythe, (613) 951-1088;  
smytdan@statcan.ca.

Prix au numéro : version imprimée, 4 \$; version sur Internet, 3 \$. Abonnement annuel : version imprimée, 145 \$; version sur Internet, 109 \$. Les prix sont exprimés 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.

Abonnements : Envoyez un mandat postal ou un chèque à l'ordre du Receveur général du Canada, Statistique Canada, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6, ou commandez par téléphone : au Canada et à l'extérieur du Canada, composez le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033. Il est également possible d'envoyer un courriel à l'adresse order@statcan.ca.

La diffusion (officielle) de toute information statistique produite par Statistique Canada se fait d'abord dans *Le Quotidien* ([www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)), qui est disponible dès 8 h 30. *Le Quotidien* présente les faits saillants de nouvelles diffusions de données, de même que les sources, les liens et le nom de personnes-ressources avec qui communiquer pour obtenir de l'information supplémentaire. Il comprend également les calendriers des principaux communiqués à venir et annonce les nouveaux produits et services de Statistique Canada.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2000. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), Canada, K1A 0T6.

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.



## Publications parues du 13 au 19 avril 2000

Division / Titre de la publication	Période	Numéro au catalogue	Prix (\$) (Numéro / Abonnement)
<b>BALANCE DES PAIEMENTS ET FLUX FINANCIERS</b>			
Opérations internationales du Canada en valeurs mobilières	janvier 2000	67-002-XPB	18 / 176
<b>CULTURE, TOURISME ET CENTRE DE LA STATISTIQUE DE L'ÉDUCATION</b>			
Touriscope, voyages internationaux, vol. 16, n° 2	février 2000	66-001-PPB	8 / 73
<b>FABRICATION, CONSTRUCTION ET ÉNERGIE</b>			
Fer et acier primaire	février 2000	41-001-XIB	5 / 47
Huiles et corps gras	février 2000	32-006-XIB	5 / 47
<b>INDUSTRIES DE SERVICE</b>			
Indicateurs des services	4 <sup>e</sup> trim. de 1999		
Internet		63-016-XIB	26 / 87
Papier		63-016-XPB	35 / 116
<b>INSTITUTIONS PUBLIQUES</b>			
Statistiques sur le secteur public	1998-1999	68-213-XIB	46
<b>MESURES ET ANALYSE DES INDUSTRIES</b>			
Produit intérieur brut par industrie	janvier 2000	15-001-XPB	15 / 145
<b>PRIX</b>			
Indice des prix à la consommation	mars 2000	62-001-XPB	11 / 103
<b>STATISTIQUE DU COMMERCE</b>			
Commerce de gros	janvier 2000	63-008-XIB	14 / 140
<b>TRANSPORTS</b>			
Chargements ferroviaires	février 2000	52-001-XIF	8 / 77

Les numéros au catalogue se terminant par -XIB ou -XIF représentent la version électronique sur Internet; -XMB ou -XMF, la version microfiche; -XPB ou -XPF, la version imprimée; et -XDB, la version électronique sur disquette ou sur CD-ROM. (La lettre B indique que le produit est bilingue et la lettre F signifie que le produit est en français.)

**Note :** Les prix des publications sont exprimés 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.

## Pour commander les produits et services

**Pour commander *Infomat* ou l'une ou l'autre des publications précitées :**

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

Au Canada et à l'extérieur du Canada, composez :

**(613) 951-7277** ou **1 800 267-6677**

Pour envoyer votre commande par télécopieur :

**(613) 951-1584** ou **1 877 287-4369**

Courrier électronique :

**order@statcan.ca**

**Pour commander sur Internet :** Allez sur le site Web de Statistique Canada à l'adresse [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca) sous la rubrique « Produits et services ».

**Pour commander par la poste, écrivez à :** Statistique Canada, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du Receveur général du Canada / Publications.

**Les centres de consultation régionaux de Statistique Canada offrent toute une gamme de produits et services.**

Pour trouver le centre le plus près, consultez les pages bleues de l'annuaire téléphonique sous « Statistique Canada ».

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

**Changement d'adresse :** Ayez en main votre numéro de compte et composez l'un des numéros ci-dessus.

**Visitez Statistique Canada sur Internet en tout temps à l'adresse [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca).** La base de données CANSIM est accessible sous la rubrique « Produits et services ». Il est également possible de consulter divers tableaux sous la rubrique « Le Canada en statistiques ».