

... Les voitures font chuter les ventes de véhicules neufs

en février était de 8,8 % inférieur à celui de septembre 2000, mois qui précède la forte baisse des ventes de véhicules automobiles.

À l'exception de la Saskatchewan, toutes les provinces ont enregistré une baisse de leurs ventes de véhicules automobiles neufs en février. En Saskatchewan, les ventes ont progressé de 0,3 %, en hausse pour un quatrième mois consécutif. Dans cette province, les ventes, qui fléchissent depuis l'été 2000, semblent se stabiliser.

C'est à l'Île-du-Prince-Édouard (-18,9 %) et en Nouvelle-Écosse (-12,9 %) que les ventes de véhicules automobiles neufs

ont accusé les plus importants reculs. Quatre autres provinces ont connu des baisses plus fortes que la moyenne nationale, soit Terre-Neuve (-8,8 %), le Manitoba (-8,5 %), l'Alberta (-6,2 %) et le Nouveau-Brunswick (-6,0 %).

Le numéro de février 2001 de Ventes de véhicules automobiles neufs (Internet : 63-007-XIB, 13 \$ / 124 \$) paraîtra bientôt. Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (courriel : detaillantsinfo@statcan.ca). Pour des renseignements analytiques, communiquez avec Clérance Kimanyi au (613) 951-6363 (courriel : kimacle@statcan.ca), Division de la statistique du commerce.

La croissance démographique demeure inférieure à 1 %

Au 1^{er} juillet 2000, la population du Canada a atteint 30 750 000 habitants, en hausse de 0,8 % par rapport au 1^{er} juillet 1999. En chiffres absolus, cela représente une hausse 256 700 personnes en 1999-2000, comparativement à 245 500 l'année précédente. La croissance démographique s'est donc quelque peu raffermie, même si elle est restée inférieure à 1 % pour une troisième année de suite.

Le léger raffermissement de la croissance de la population résulte entièrement du nombre plus élevé d'immigrants. On estime à 205 000 le nombre de ceux qui sont arrivés au Canada entre le 1^{er} juillet 1999 et le 30 juin 2000, par rapport à 173 000 en 1998-1999.

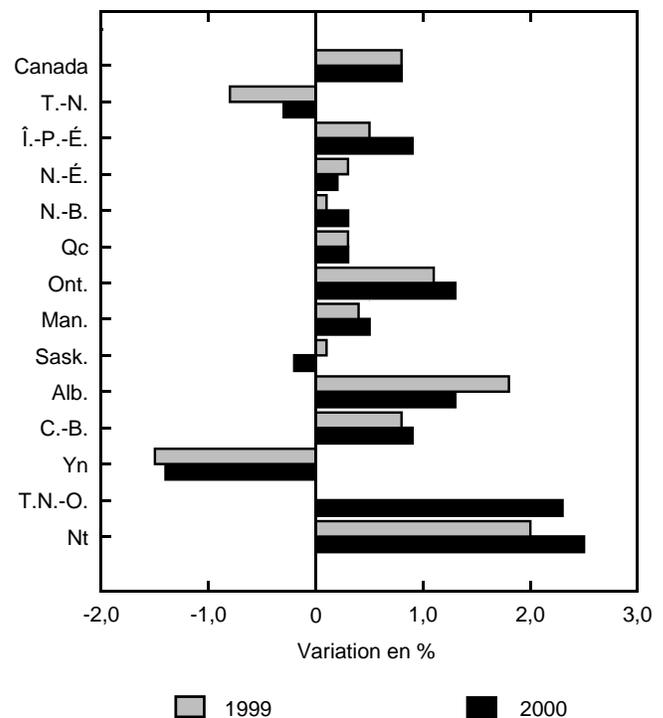
Des 32 000 immigrants supplémentaires accueillis par le Canada en 1999-2000, 25 000 se sont installés en Ontario, ce qui explique en grande partie le fait que la population ontarienne ait enregistré un taux de croissance de 1,3 %, le plus élevé de toutes les provinces. L'Ontario, qui compte 38 % de la population du pays, a attiré près de 57 % des immigrants en 1999-2000, comparativement à 53 % l'année précédente.

L'Alberta, qui avait le taux de croissance le plus élevé en 1998-1999, a reculé au deuxième rang en 1999-2000 parce que son solde migratoire interprovincial a baissé de plus de la moitié, passant de 25 000 à moins de 12 000. Parmi les autres provinces, seules Terre-Neuve et la Saskatchewan ont connu une baisse de leur population.

Parmi les régions métropolitaines de recensement, Calgary a enregistré la croissance la plus élevée (+2,5 %). Elle dépassait les autres régions tant par son taux d'accroissement naturel (+0,7 %) que par son solde migratoire interprovincial (+1,3 %).

En 1998-1999, les régions essentiellement urbaines avaient la croissance la plus élevée (+1,1 %), suivies des régions intermédiaires (+0,9 %) et des régions rurales voisines des régions métropolitaines (+0,7 %). Le solde migratoire international est le facteur clé de la croissance des régions essentiellement urbaines. Ces régions ont aussi un accroissement naturel élevé, dépassé seulement par celui des régions nordiques. De leur côté, les

Taux d'accroissement annuel de la population au 1^{er} juillet



régions rurales non voisines des régions métropolitaines et les régions rurales du Nord ont enregistré un recul de leur population. Comme leur accroissement naturel ne compense plus leur déficit migratoire, elles sont en déclin démographique.

La publication Statistiques démographiques annuelles (Internet : 91-213-XIB, 56 \$, sans CD-ROM; papier : 91-213-XPB, 125 \$, incluant le CD-ROM) est maintenant en vente. Pour plus de renseignements, communiquez avec François Nault au (613) 951-9582, Division de la démographie.

Le Canada compte un peu plus d'anciens fumeurs que de fumeurs actuels

Le Canada avait plus d'anciens fumeurs que de fumeurs actuels de février à juin 2000, selon les données de l'Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada. Environ 5,9 millions de personnes, qui représentaient 24 % de la population de 15 ans et plus, fumaient quotidiennement ou occasionnellement. Par contre, 26 % de la population, soit environ 6 millions de personnes, avait cessé de fumer. Les hommes fumaient dans une proportion de 26 %, un pourcentage légèrement supérieur à celui des femmes, lequel s'établissait à 22 %.

Les jeunes adultes de 20 à 24 ans avaient encore la plus forte proportion de fumeurs de tous les groupes d'âge. Environ 35 % des hommes et 30 % des femmes de ce groupe d'âge ont dit qu'ils fumaient. Les adolescents de 15 à 19 ans avaient le deuxième taux le plus élevé de tabagisme, soit 26 %. Ce taux est un peu plus élevé que celui de 22 % enregistré chez les adolescents au début des années 1990, mais il s'est stabilisé depuis le milieu de cette décennie.

La consommation de cigarettes est moindre dans les provinces où les taxes et les prix des cigarettes sont les plus élevés. Ainsi, les fumeurs ont consommé en moyenne de 14,0 à 15,5 cigarettes

Note aux lecteurs

L'Enquête de surveillance de l'usage du tabac au Canada, menée par Statistique Canada pour le compte de Santé Canada, fournit rapidement des données fiables et continues sur l'usage du tabac et sur des sujets connexes. L'objectif premier de l'enquête est de surveiller les changements liés aux habitudes de fumer et aux quantités consommées, en particulier pour les personnes les plus à risque, par exemple les jeunes de 15 à 24 ans. Pour le cycle mené de février à juin 2000, environ 10 500 personnes ont été interviewées.

par jour en Colombie-Britannique, en Alberta, en Saskatchewan, au Manitoba et à Terre-Neuve, provinces où les taxes et les prix étaient relativement élevés. Dans les autres provinces, la consommation variait de 17,5 à 18,0 cigarettes par jour.

Pour plus de renseignements au sujet de l'enquête, communiquez avec Anne Zaborski au (613) 954-0152 (courriel : anne_zaborski@hc-sc.gc.ca), Programme de contrôle du tabac, Santé Canada, ou visitez le site Web du Programme (www.hc-sc.gc.ca/hppb/tabac/f_ctums_splash.html). Pour des renseignements analytiques au sujet du présent article, communiquez avec Eddy Ross au (613) 951-3240 (courriel : rossedd@statcan.ca), Division des enquêtes spéciales, Statistique Canada.

Le secteur aquacole poursuit son expansion

Les ventes aquacoles ont grimpé au-dessus de la barre des 600 millions de dollars en 1999 dans le sillage de l'augmentation de la production et de la hausse des prix des produits du poisson, alliées à une croissance modérée des exportations.

En 1999, le secteur aquacole a réalisé 611,4 millions de dollars de revenus, en hausse de 17,6 % par rapport à 1998, ce qui est légèrement supérieur à l'augmentation de 16,3 % observée cette année-là. Les ventes de poissons, surtout du saumon, se sont élevées à 560,2 millions de dollars, ce qui représente 91,6 % des ventes totales, alors que les ventes de mollusques, se chiffrant à 44,8 millions de dollars, représentaient 7,3 % des ventes totales. Les ventes de poissons ont augmenté de 18,5 % par rapport à 1998, comparativement à une hausse de 20,8 % dans le cas des mollusques.

Les exportations aquacoles ont progressé de 5,2 % pour se fixer à 385,5 millions de dollars en 1999. Environ 96,5 % des exportations annuelles de poissons sont destinées aux États-Unis, tandis que la France, le Japon et Taiwan se partagent le reste. Les exportations ont connu une forte expansion dans les années 1990 et ont plus que doublé de 1992 à 1999, en raison surtout des exportations de saumon vers les États-Unis.

Les ventes ont augmenté dans les sept provinces où l'on trouve des exploitations aquacoles. Le Nouveau-Brunswick et la Colombie-Britannique représentaient, à elles seules, 84,7 % des revenus aquacoles totaux en 1999. Les exploitants de la Colombie-Britannique, qui étaient à l'origine d'environ la moitié de la

production nationale, ont vu leurs ventes augmenter de 13,5 % par rapport à 1998. Au Nouveau-Brunswick, les exploitations aquacoles se sont remises sur pied après avoir été aux prises avec des maladies, de sorte que leurs ventes se sont accrues de 20,5 %. Pour sa part, l'Île-du-Prince-Édouard a contribué à environ la moitié des revenus nationaux provenant des mollusques.

Alors que les revenus ont été à la hausse, les coûts de production ont augmenté encore plus. À l'échelon national, les dépenses liées aux produits, c'est-à-dire le coût des produits et des services achetés d'une autre entreprise à l'exclusion du coût des immobilisations et de la main-d'œuvre, ont atteint 426,9 millions de dollars, en hausse de 24,0 %. Le coût des aliments représentait 40,6 % des dépenses totales liées aux produits. Par ailleurs, les exploitants ont déboursé 82,1 millions de dollars en salaires et traitements, en hausse de 16,8 %.

En tout, la production brute des exploitants aquacoles, qui comprend les ventes, les subventions et la croissance des stocks, s'est chiffrée à 697,4 millions de dollars, en hausse de 23,5 %. Les stocks de biens ont plus que doublé et sont passés à 56,1 millions de dollars en 1999, sous l'effet de l'expansion du secteur aquacole. Par conséquent, la valeur ajoutée brute que le secteur a apporté à l'économie canadienne — la différence entre la production brute et les dépenses totales liées aux produits — a atteint 272,0 millions de dollars, en hausse de 21,9 % par rapport à 1998.

*Les données seront disponibles bientôt dans **Statistiques du bétail, mises à jour** (papier : 23-603-UPF, 45 \$ / 149 \$) ou dans **Statistiques économiques agricoles** (papier : 21-603-UPF, 26 \$ / 52 \$). Pour plus de renseignements, communiquez avec Tony Dupuis au (613) 951-2511 ou au 1 800 465-1991 (courriel : tony.dupuis@statcan.ca), Division de l'agriculture.*

Le commerce électronique progresse fortement, mais moins d'entreprises font des ventes par Internet

La valeur totale des ventes par Internet du secteur privé, avec ou sans paiement en ligne, a augmenté considérablement en 2000. Les entreprises canadiennes ont reçu des commandes de clients par Internet pour une valeur de 7,2 milliards de dollars, soit 73,4 % de plus qu'en 1999. Malgré cette forte progression, les ventes du commerce électronique n'ont constitué que 0,4 % des recettes d'exploitation totales, en légère hausse par rapport à la proportion de 0,2 % observée en 1999.

Toutefois, seulement 6 % des entreprises ont vendu des biens et services en ligne en 2000, en baisse comparativement à 10 % en 1999. Des entreprises participant à l'enquête en 1999 et en 2000, deux entreprises ont commencé à vendre par Internet en 2000 pour cinq qui ont arrêté de le faire. La valeur des ventes de 1999 des entreprises qui se sont retirées de la vente en ligne représentait à peine plus de la moitié de la valeur des ventes des nouvelles entreprises vendant par Internet.

C'est dans le secteur de la fabrication que la valeur des ventes du commerce électronique a été la plus élevée, atteignant 1,3 milliard de dollars; la plupart des ventes provenaient des fabricants de matériel de transport. Dans le secteur du commerce

Note aux lecteurs

Les données du présent article sont tirées de l'Enquête sur les technologies de l'information et le commerce électronique de 2000. Cette enquête porte sur l'ensemble de l'économie, à l'exception de la construction, des administrations locales, de la production de cultures et d'animaux, de la pêche, de la chasse et du piégeage. Quelque 21 000 entreprises ont fait partie de l'échantillon.

Le commerce électronique constitue les ventes par Internet, avec ou sans paiement en ligne, ce qui inclut la valeur des commandes reçues par Internet, par un réseau extranet et par l'échange de données informatisées (EDI) par Internet, ainsi que les frais de gestion perçus pour l'exécution d'opérations par Internet. Les ventes de type EDI relevant de réseaux privés et d'autres réseaux électroniques, les opérations relevant de guichets automatiques bancaires et les opérations financières acheminées par Internet sont exclues du commerce électronique.

de gros, les entreprises ont vendu des biens et services par Internet pour une valeur de 1,0 milliard de dollars; les grossistes de machines, de matériel et de fournitures ont accaparé la plus grande partie des ventes. Pour leur part, les détaillants ont fait des ventes en ligne d'une valeur de 890 millions de dollars; les marchands de véhicules et de pièces automobiles et les détaillants d'aliments ont contribué à plus des deux tiers de ces ventes.

Ventes par Internet, 2000

	Entreprises utilisant Internet pour la vente de biens ou de services		Ventes par Internet avec ou sans paiement en ligne Millions de dollars	Part des ventes par rapport aux recettes d'exploitation totales %	Ventes aux consommateurs %	Ventes aux clients à l'extérieur du Canada %
	%	Variation annuelle en points de %				
Ensemble du secteur privé	6,4	-3,7	7 245,6	0,4	20,0	16,6
Foresterie, exploitation forestière et activités de soutien	1,6	0,5	0,0	21,1
Extraction minière et extraction de pétrole et de gaz	0,4	-6,7	x	x	0,0	2,7
Services publics	4,6	-4,6	x	x	0,0	0,0
Fabrication	8,2	-6,7	1 304,8	0,2	3,1	23,1
Commerce de gros	13,5	-0,1	1 041,2	0,3	26,8	13,6
Commerce de détail	8,7	-2,2	889,9	0,4	48,5	3,2
Transport et entreposage	2,0	-8,2	990,2	1,5	17,5	22,6
Information et services culturels	18,9	-1,2	273,9	0,5	27,7	..
Finance et assurances	7,3	-7,4	634,5	0,3	19,2	11,4
Services immobiliers et services de location et de location à bail	4,8	-4,7	137,0	0,4	61,2	17,0
Services professionnels, scientifiques et techniques	7,2	-4,4	334,6	0,6	14,4	56,4
Gestion de sociétés et d'entreprises	1,4	-6,6	7,2	..	52,7	34,0
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	6,4	-10,9	63,5	0,1	18,7	7,4
Services d'enseignement privé	15,6	-1,7	71,4	2,6	54,5	15,2
Soins de santé et assistance sociale privés	1,3	-1,8	3,1	..	25,8	0,6
Arts, spectacles et loisirs	5,3	-4,8	10,5	0,2	88,3	52,1
Hébergement et services de restauration	5,1	-2,8	175,3	0,6	72,5	50,2
Autres services, sauf les administrations publiques	3,5	-0,2	x	x	1,6	0,0

.. Données non disponibles.

x Données confidentielles.

(suite à la page 5)

... Le commerce électronique progresse fortement, mais moins d'entreprises font des ventes par Internet

Dans l'ensemble, 20 % des ventes par Internet ont été conclues avec des consommateurs. Le secteur des arts, des spectacles et des loisirs et celui de l'hébergement et de la restauration ont fait respectivement 88 % et 73 % de leurs ventes en ligne directement auprès des consommateurs, enregistrant les deux pourcentages les plus élevés. En revanche, les consommateurs n'ont contribué qu'à 49 % des ventes par Internet des magasins de vente au détail. De plus, 17 % des ventes du commerce électronique ont été conclues avec des clients (entreprises ou ménages) à l'extérieur du Canada.

Même si le pourcentage d'entreprises qui vendent en ligne a diminué, la proportion de celles qui achètent des biens et services par Internet a progressé, passant de 14 % en 1999 à 18 % en 2000. La proportion des entreprises effectuant des achats par Internet a progressé dans tous les secteurs, sauf pour les sociétés de portefeuille et les entreprises du secteur de la foresterie, de l'exploitation forestière et des activités de soutien. Le secteur de l'information et des services culturels a enregistré le pourcentage le plus élevé (53 %).

Parmi les entreprises qui n'ont ni acheté ni vendu par Internet, 56 % estimaient que leurs biens ou services ne se prêtaient pas à ce genre d'opération. Par ailleurs, 36 % préféraient conserver leur modèle d'affaires actuel, 14 % ont invoqué des questions de sécurité et 12 % trouvaient le coût de développement et d'entretien trop élevé.

Malgré la faible valeur des ventes par Internet, 63 % des entreprises ont utilisé Internet en 2000, en hausse par rapport à la proportion de 53 % enregistrée en 1999. Parmi les entreprises qui ont utilisé Internet, 43 % l'ont fait pour consulter les banques de données de fournisseurs, 23 %, à des fins d'éducation et de formation, et 16 %, pour consulter des bases de données de clients.

Pour ce qui est du courrier électronique, 60 % des entreprises privées l'ont utilisé en 2000, comparativement à 53 % en 1999. En plus du courrier électronique, 12 % des entreprises exploitaient un réseau intranet et 4 % possédaient un réseau extranet. En outre, 25 % des entreprises avaient un site Web, en hausse par rapport à la proportion de 22 % enregistrée en 1999.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Greg Peterson au (613) 951-3592 (courriel : greg.peterson@statcan.ca), Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique.

Nouveautés de Statistique Canada

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 d'être lancé. 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.

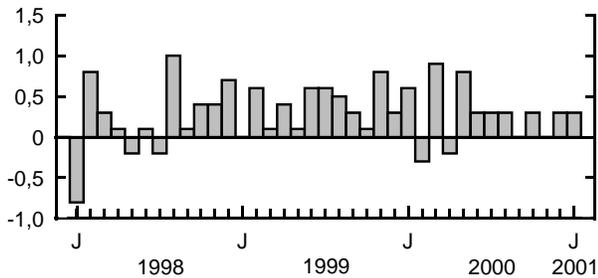
CANSIM II offre les mêmes données faisant autorité que son prédécesseur, mais avec des améliorations de taille : un accès multidimensionnel pour faciliter le repérage de l'information, un nouveau format convivial comportant des rubriques, une terminologie et des notes améliorées ainsi que des données 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 plus de 1,3 million de séries chronologiques individuelles. Les données sont mises à jour le jour même où les nouveaux chiffres correspondants sont diffusés.

La banque de données souple CANSIM II, qui permet de gagner du temps, est consultable en temps réel à l'adresse <http://cansim2.statcan.ca>. Pour plus de renseignements, communiquez avec Louis Boucher au (613) 951-8906 (courriel : louis.boucher@statcan.ca), Division de la diffusion.

Tendances actuelles

Produit intérieur brut

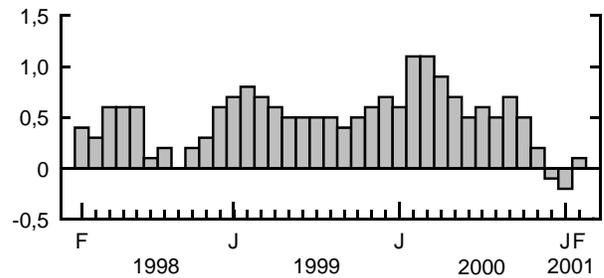
Variation mensuelle en %



Le produit intérieur brut a augmenté de 0,3 % en janvier. Il s'agit du même rythme de croissance que celui enregistré en décembre.

Indice composite

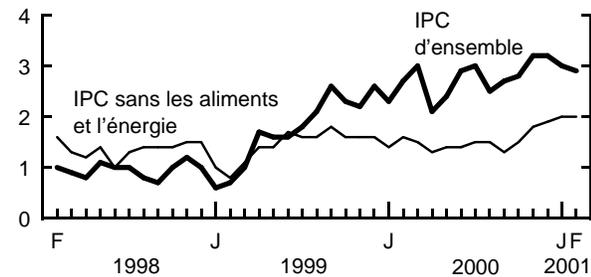
Variation mensuelle en %



L'indicateur avancé a enregistré une hausse de 0,1 % en février grâce à la fermeté des secteurs de l'habitation et des services.

Indice des prix à la consommation

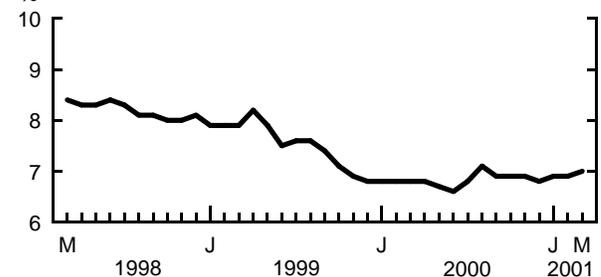
Variation annuelle en %



En février, les prix à la consommation de biens et de services étaient supérieurs de 2,9 % à ceux d'il y a un an. Sans les aliments et l'énergie, les prix ont augmenté de 2,0 %.

Taux de chômage

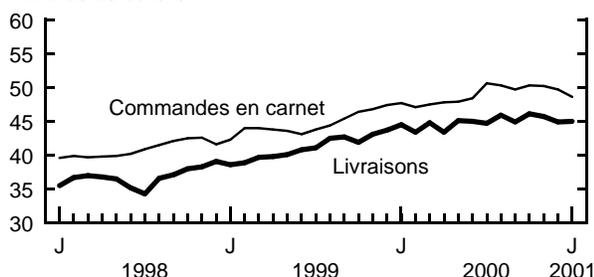
%



En mars, le taux de chômage a légèrement augmenté de 0,1 point pour s'établir à 7,0 %, le nombre de personnes se joignant à la population active à la recherche d'un emploi s'étant accru.

Fabrication

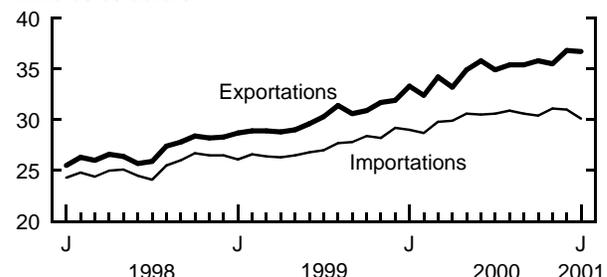
Milliards de dollars



Les livraisons des fabricants ont progressé légèrement de 0,3 % en janvier, pour totaliser 45,0 milliards de dollars. Les commandes en carnet ont chuté de 2,3 % pour se chiffrer à 48,6 milliards de dollars.

Commerce des marchandises

Milliards de dollars



En janvier, les exportations ont diminué de 0,4 % pour se fixer à 36,7 milliards de dollars. Les importations ont diminué davantage, reculant de 2,9 % pour s'établir à 30,1 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)
GÉNÉRAL				
Produit intérieur brut (milliards de dollars de 1992)	janvier	799,8	0,3 %	3,2 %
Indice composite (1992 = 100)	février	167,1	0,1 %	5,5 %
Bénéfices d'exploitation des sociétés (milliards de dollars)	4 ^e trim. de 2000	54,0	2,2 %	13,9 %
Taux d'utilisation de la capacité industrielle (%)	4 ^e trim. de 2000	85,4	-0,2 †	0,7 †
DEMANDE INTÉRIEURE				
Ventes au détail (milliards de dollars)	janvier	23,8	0,6 %	5,4 %
Ventes des grands magasins (milliards de dollars)	février	1,62	-1,1 %	8,9 %
Ventes de véhicules automobiles neufs (milliers d'unités)	février*	125,6	-4,0 %	-3,5 %
Ventes en gros (milliards de dollars)	janvier	32,3	0,8 %	3,0 %
EMPLOI				
Personnes occupées (millions)	mars	15,07	0,2 %	1,6 %
Taux de chômage (%)	mars	7,0	0,1 †	0,2 †
Taux d'activité (%)	mars	66,1	0,1 †	0,2 †
Rémunération hebdomadaire moyenne (dollars) ¹	janvier	659,46	0,1 %	1,9 %
Indice de l'offre d'emploi (1996 = 100)	mars	168	-1,8 %	-1,8 %
COMMERCE INTERNATIONAL				
Exportations de marchandises (milliards de dollars)	février*	35,1	-4,5 %	8,5 %
Importations de marchandises (milliards de dollars)	février*	29,3	-2,8 %	1,9 %
Balance commerciale (tous les chiffres sont en milliards de dollars)	février*	5,9	-0,8	2,2
FABRICATION				
Livraisons (milliards de dollars) ¹	février*	43,3	-3,6 %	-0,3 %
Nouvelles commandes (milliards de dollars) ¹	février*	45,3	5,6 %	5,6 %
Commandes en carnet (milliards de dollars) ¹	février*	50,4	4,1 %	7,0 %
Ratio des stocks aux livraisons ¹	février*	1,51	0,07	0,14
PRIX				
Indice des prix à la consommation (1992 = 100)	février	115,2	0,4 %	2,9 %
Indice des prix des produits industriels (1992 = 100)	février	129,3	0,5 %	2,6 %
Indice des prix des matières brutes (1992 = 100)	février	146,5	1,5 %	4,7 %
Indice des prix des logements neufs (1992 = 100)	février	104,9	0,3 %	2,4 %

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

* Nouveau cette semaine.

† Points de pourcentage.

1. Ces estimations sont dorénavant publiées sur la base du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Elles ne sont pas comparables aux estimations précédemment publiées sur la base de la Classification type des industries (CTI) de 1980.

Infomat

Revue hebdomadaire

Rédactrice en chef : Caroline Olivier, (613) 951-1189, caroline.olivier@statcan.ca.
 Chef de la Diffusion officielle : Madeleine Simard, (613) 951-1088,
 madeleine.simard@statcan.ca.

Publié par la Sous-section de la diffusion officielle, Division des communications,
 Statistique Canada, immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, Ottawa (Ontario),
 K1A 0T6.

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), 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, 2001. 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 recou-
 vrement, 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.



Produits diffusés du 12 au 18 avril 2001

DOMAINE / Titre du produit	Période	Numéro au catalogue	Prix (\$) (Numéro / Abonnement)
AGRICULTURE			
Structure de l'emploi dans les régions rurales et les petites villes du Canada : le secteur manufacturier, bulletin d'analyse, vol. 2, n° 8	1976 à 1998	21-006-XIF	gratuit
CULTURE, TOURISME ET CENTRE DE LA STATISTIQUE DE L'ÉDUCATION			
Voyages internationaux, renseignements préliminaires, vol. 17, n° 2	février 2001	66-001-PIB	6 / 55
FABRICATION, CONSTRUCTION ET ÉNERGIE			
Approvisionnement et disposition du pétrole brut et du gaz naturel	décembre 2000	26-006-XPB	19 / 186
Fer et acier primaire	février 2001	41-001-XIB	5 / 47
Huiles et corps gras	février 2001	32-006-XIB	5 / 47
Transport et distribution du gaz naturel	décembre 2000	55-002-XIB	13 / 125
SCIENCES, INNOVATION ET INFORMATION ÉLECTRONIQUE			
Radiodiffusion et télécommunications : télédistribution, bulletin de service, vol. 30, n° 4	1999	56-001-XIB	10 / 32
Télécommunications au Canada	1998	56-203-XIF	32
STATISTIQUE DU REVENU			
La composante entrée sortie de l'interview pour le travail, Enquête sur la dynamique du travail et du revenu	janvier 2000	75F0002MIF00013	gratuit
Questionnaire de l'interview sur le travail, Enquête sur la dynamique du travail et du revenu	janvier 2000	75F0002MIF00015	gratuit
TRANSPORTS			
Chargements ferroviaires	janvier 2001	52-001-XIF	8 / 77
Enquête sur les véhicules au Canada	3 ^e trim. de 2000	53F0004XIF	gratuit

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; -XDB, la version électronique sur disquette; et -XCB, celle 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 produits 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'un ou l'autre des produits précités :

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 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. 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 ».