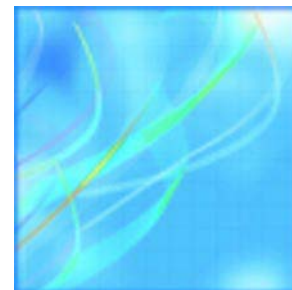


N° 63-270-X au catalogue

# Commerce de détail annuel

2009



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## Comment obtenir d'autres renseignements

Pour toute demande de renseignements au sujet de ce produit ou sur l'ensemble des données et des services de Statistique Canada, visiter notre site Web à [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca). Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel à [infostats@statcan.gc.ca](mailto:infostats@statcan.gc.ca) ou par téléphone entre 8 h 30 et 16 h 30 du lundi au vendredi aux numéros suivants :

### Centre de contact national de Statistique Canada

Numéros sans frais (Canada et États-Unis) :

Service de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Télécopieur	1-877-287-4369

Appels locaux ou internationaux :

Service de renseignements	1-613-951-8116
Télécopieur	1-613-951-0581

### Programme des services de dépôt

Service de renseignements	1-800-635-7943
Télécopieur	1-800-565-7757

## Comment accéder à ce produit

Le produit n° 63-270-X au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca) et de parcourir par « Ressource clé » > « Publications ».

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca) sous « À propos de nous » > « Notre organisme » > « Offrir des services aux Canadiens ».

# Commerce de détail annuel

2009

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2011

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mars 2011

Nº 63-270-X au catalogue

ISSN 1918-9982

Périodicité : annuelle

Ottawa

This publication is also available in English.

---

#### **Note de reconnaissance**

*Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.*

# Information pour l'utilisateur

---

## Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- . indisponible pour toute période de référence
- .. indisponible pour une période de référence précise
- ... n'ayant pas lieu de figurer
- 0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
- 0<sup>s</sup> valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
- p provisoire
- r révisé
- x confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*
- E à utiliser avec prudence
- F trop peu fiable pour être publié

# Table des matières

---

<b>Commerce de détail annuel 2009</b>	<b>4</b>
<b>Produits connexes</b>	<b>8</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1 Statistiques sommaires pour le commerce de détail, 2009	10
2 Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail	11
3 Statistiques sommaires pour le commerce de détail hors magasin, 2009	12
4 Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail hors magasin	13
<b>Qualité des données, concepts et méthodologie</b>	
Sources de données, définitions et méthodologie	14

## Commerce de détail annuel 2009

---

### Note aux lecteurs

Le présent communiqué combine les données de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail et de l'Enquête sur le commerce de détail hors magasin.

Les ventes annualisées dans l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail ne comprennent pas les ventes des détaillants hors magasin.

L'information contenue dans ce rapport est fondée sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord de 2007.

La **marge bénéficiaire brute** correspond à la différence entre le total des recettes d'exploitation et le coût des biens vendus. Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage des recettes d'exploitation totales.

On obtient les **bénéfices d'exploitation** en soustrayant les dépenses d'exploitation totales plus le coût des biens vendus (stock d'ouverture plus achats et coûts directs moins stock de fermeture) des recettes d'exploitation totales. Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage des recettes d'exploitation totales.

En 2009, les bénéfices d'exploitation des détaillants canadiens comme proportion des recettes d'exploitation sont demeurés inchangés par rapport à 2008 car leurs recettes ont diminué tout autant que leurs dépenses.

Les détaillants, en magasin et hors magasin, ont déclaré des recettes d'exploitation annuelles de 450,4 milliards de dollars en 2009, soit une diminution de 3,9 %. Ils ont fait face à un marché en recul au début de l'année. Selon l'*Enquête mensuelle sur le commerce de détail*, les ventes mensuelles des magasins de détail ont régressé au cours du premier trimestre de 2009, poursuivant la baisse qui avait débuté au quatrième trimestre de 2008. Ce repli a été suivi d'une tendance à la hausse au cours des trois trimestres suivants.

La majeure partie de la diminution des recettes d'exploitation en 2009 est attribuable à une baisse des recettes des stations-service et des concessionnaires de voitures neuves. À l'exclusion de ces groupes de commerce, les recettes d'exploitation en 2009 sont demeurées relativement inchangées par rapport à 2008.

Le total des dépenses qui comprend le coût des biens vendus et les dépenses d'exploitation totales a également reculé de 3,9 % pour être ramené à 428,9 milliards de dollars. Le coût des biens vendus, qui représentait un peu plus des trois quarts du total des dépenses, a baissé de 4,7 % pour se situer à 326,9 milliards de dollars en 2009. Les dépenses d'exploitation totales, dont la rémunération de la main-d'oeuvre, ont diminué de 1,5 % en 2009, pour s'établir à 102,0 milliards de dollars.

Les marges brutes pour tous les détaillants (la différence entre les recettes d'exploitation totales et le coût des biens vendus) comme proportion des recettes d'exploitation étaient en hausse en 2009, se situant à 27,4 %, par rapport à 26,9 % en 2008. Cette augmentation s'explique en partie par une plus grande proportion de la régression des recettes d'exploitation dans les groupes de commerce où la marge brute est faible, particulièrement les stations-service et les concessionnaires de voitures neuves.

### Les reculs les plus marqués ont été déclarés dans le secteur de l'automobile

Les recettes d'exploitation ont diminué dans 13 des 19 groupes de commerce (y compris les détaillants hors magasin) en 2009 par rapport à l'année précédente. Les stations-service ont affiché la plus forte diminution des recettes et représentaient plus de 40 % du recul des recettes totales.

Le prix de l'essence a eu une incidence importante sur les recettes d'exploitation totales des stations-service. En moyenne, les consommateurs ont payé l'essence 17,5 % de moins en 2009 que l'année précédente, selon l'*Indice des prix à la consommation* (IPC). Le prix de l'essence a subi une faible tendance à la hausse au cours du premier semestre de 2009 avant de se stabiliser dans la deuxième moitié de l'année. Cette baisse de prix s'est traduite par un recul de 17,5 % des recettes d'exploitation totales pour ce groupe de commerce (44,7 milliards de dollars). De même, le coût des biens vendus s'est replié de 17,6 %.

Les concessionnaires de voitures neuves ont affiché la deuxième diminution en importance des recettes d'exploitation, soit 9,9 %, pour s'établir à 73,0 milliards de dollars en 2009. Ces magasins représentaient un peu moins de 34 % de la baisse des recettes totales.

Une bonne partie du repli est attribuable à la baisse du nombre de véhicules automobiles neufs vendus. En 2009, les Canadiens ont acheté 1,48 million de véhicules automobiles neufs, une diminution de 11,3 % par rapport à l'année précédente et le niveau des ventes annuelles le plus bas depuis 1998, selon l'*Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs*.

Par ailleurs, les prix d'achat et de location de véhicules pour le transport des passagers ont baissé de 5,8 % en 2009, comparativement à l'année précédente.

### **Croissance des recettes dans les magasins qui vendent des biens fréquemment achetés**

Bien que la plupart des industries du commerce de détail aient vu leurs recettes diminuer, les types de magasins spécialisés dans la vente de biens fréquemment achetés, tels que les pharmacies et magasins de produits de soins personnels, les magasins de bière, de vin et de spiritueux ainsi que les supermarchés, ont affiché des recettes d'exploitation à la hausse.

Les pharmacies et magasins de produits de soins personnels ont enregistré la plus forte augmentation des recettes parmi tous les types de magasins de détail en 2009, celles-ci ayant progressé de 4 % pour se chiffrer à 33,2 milliards de dollars. La vigueur des ventes dans ces magasins était en partie reliée à l'augmentation des prix.

L'*Enquête trimestrielle sur les marchandises* vendues au détail a démontré que les trois quarts de la croissance générale dans ce secteur étaient attribuables aux ventes de médicaments sur ordonnance. Selon *IMS Health*, le nombre d'ordonnances exécutées par les pharmacies de détail au Canada était en hausse de 5,5 % en 2009.

Les pharmacies et magasins de produits de soins personnels détenaient un peu plus des deux tiers de la part du marché de tous les articles de santé et de soins personnels vendus au Canada en 2009. La part importante du marché est attribuable à la vente des médicaments sur ordonnance avec 83 %, en hausse par rapport à 2008 aux dépens des magasins d'alimentation. Ils ont gagné aussi 2,5 points de pourcentage en 2009 grâce aux ventes de produits cosmétiques et parfums, qui constituaient près de la moitié (49,6%) de la part du marché de détail de ces biens. En même temps, les pharmacies et magasins de produits de soins personnels ont perdu un point de pourcentage de la part du marché des ventes de médicaments en vente libre au profit des magasins d'alimentation et des magasins de marchandises diverses.

Les magasins de bière, de vin et de spiritueux ont fait état de recettes d'exploitation de 17,4 milliards de dollars en 2009, en hausse de 3,8 % par rapport à l'année précédente. Les prix à la hausse de ces biens ont compté pour une partie de cette augmentation. En 2009, les Canadiens ont payé 1,6 % de plus pour les boissons alcoolisées vendues dans ces magasins.

Les recettes des supermarchés se sont accrues de 3,9 % en 2009 puisque le prix des aliments était également à la hausse. La part du marché des aliments et boissons occupée par les magasins d'alimentation est demeurée relativement stable en 2009. Pour la première fois depuis le début de l'an 2000, il n'y a pas eu de tendances marquées du volume des ventes d'aliments au profit des magasins de marchandises diverses. Depuis 2000, les magasins d'alimentation ont perdu quatre points de pourcentage de la part du marché des aliments au profit des magasins de marchandises diverses.

Les magasins d'alimentation ont accru leur part du marché des articles et fournitures pour la maison (+1,2 %) et des articles de santé et de soins personnels (+0,5 %) en 2009. La hausse de la part du marché des articles et fournitures pour la maison était en grande partie attribuable à l'augmentation des articles de table, de cuisine, pour la cuisine et pour la cuisson. Les magasins d'alimentation ont constitué environ 28,3 % des ventes d'articles et de fournitures pour la maison et le tiers des ventes d'articles de santé et de soins personnels en 2009.

### **Moins de dépenses dans le secteur de la vente au détail d'automobiles**

Les dépenses de consommation dans le secteur de la vente au détail ont reculé pour les concessionnaires de voitures neuves et les stations-service. Pour chaque tranche de 100 \$ déboursés chez un détaillant en 2009, les consommateurs ont dépensé 9,92 \$ dans des stations-service, soit une baisse par rapport à 11,56 \$ en 2008, en raison de la diminution du prix de l'essence. La part de l'argent que les consommateurs ont dépensé au détail chez les concessionnaires de voitures neuves a également diminué, se situant à 16,20 \$ pour chaque tranche de 100 \$ en 2009 par rapport à 17,27 \$ l'année précédente.

Les détaillants qui ont accru leurs parts du total du commerce de détail en 2009 ont surtout vendu des biens fréquemment achetés là où les prix ont augmenté. La part des supermarchés a représenté 16,72 \$, une hausse par rapport à 15,46 \$ en 2008, et celle des pharmacies et magasins de produits de soins personnels a augmenté de 6,81 \$ à 7,37 \$.

### **Les magasins à succursales continuent d'accroître leur part de marché**

On peut diviser les « magasins traditionnels » (c.-à-d. à l'exclusion des détaillants hors magasin) en deux catégories : les magasins à succursales et les magasins n'appartenant pas à une chaîne de succursales. Les magasins à succursales, définis comme ceux qui exploitent quatre magasins ou plus au Canada, ont petit à petit acquis la part du marché des magasins n'appartenant pas à une chaîne de succursales. Les magasins à succursales représentaient 48 % des recettes d'exploitation des magasins en 2009, contre 43 % en 2004.

Les magasins à succursales ont enregistré des recettes d'exploitation de 208,9 milliards de dollars en 2009, un recul de 2,3 % par rapport à l'année précédente. Les magasins n'appartenant pas à une chaîne ont également déclaré une baisse des recettes en 2009, celles-ci ayant diminué de 5,1 % pour s'établir à 228,7 milliards de dollars.

### **Les bénéfices d'exploitation demeurent inchangés pour les détaillants**

Les bénéfices d'exploitation pour les détaillants en magasin et hors magasin comme ratio des recettes d'exploitation étaient de 4,8 % en 2009, ce qui ne représente aucun changement par rapport à l'année précédente.

Les magasins de bière, de vin et de spiritueux ont enregistré la plus forte proportion de bénéfices d'exploitation comme pourcentage des recettes d'exploitation, soit 29,0 %, en hausse par rapport à 28,5 % en 2008. Par contre, les concessionnaires de voitures neuves (2,0 %), les magasins d'ordinateurs et de logiciels (2,0 %) et les supermarchés (2,2 %) ont affiché en général les ratios bénéfices-recettes les plus bas.

Les détaillants hors magasin (ceux qui n'ont pas de magasin traditionnel) ont enregistré l'augmentation la plus forte des bénéfices d'exploitation comme ratio des recettes d'exploitation. En 2009, le ratio bénéfices-recettes était de 4,4 %, soit une hausse par rapport à 3,4 % en 2008.

De tous les groupes de commerce, les magasins de chaussures, bijouteries et magasins de bagages ont affiché la diminution la plus importante des bénéfices d'exploitation comme ratio des recettes d'exploitation. Leur marge bénéficiaire était de 7,1 %, par rapport à 8,6 % en 2008. Les magasins de détail divers ont affiché la deuxième diminution en importance des ratios bénéfices-recettes, passant de 5,7 % en 2008 à 4,9 % en 2009.



## Les stocks sont demeurés inchangés

Les détaillants en magasin ont remplacé leur marchandise 5,5 fois en 2009, ce qui est comparable à 2008. À l'exception des stations-service, la plupart des secteurs du commerce de détail ont maintenu des taux de remplacement de la marchandise semblables à ceux de 2008. Les taux de remplacement dans les stations-service ont été ramenés de 43,6 jours en 2008 à 36,0 jours en 2009.

Les magasins de vêtements ont affiché la plus forte baisse des stocks disponibles, de 122,1 jours en 2008 à 112,8 jours en 2009. Les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de loisir et de pièces ont enregistré l'augmentation la plus prononcée du nombre de jours de stocks disponibles, soit de 124,4 jours à 137,5 jours.

## Diminution des recettes d'exploitation dans toutes les provinces et tous les territoires

Les détaillants en magasin et hors magasin de l'ensemble des provinces et territoires ont déclaré des recettes d'exploitation totales inférieures à celles de l'année précédente. Les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador ont affiché la plus petite diminution des recettes d'exploitation, tandis que l'Alberta a enregistré la plus importante.

Les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador ont déclaré des recettes d'exploitation de 7,6 milliards de dollars, en baisse de 0,6 % en 2009 par rapport à l'année précédente. Le coût des biens vendus a diminué de 1,7 % et les dépenses d'exploitation totales ont progressé de 0,2 % par rapport à l'année précédente. Ils ont déclaré les plus faibles dépenses d'exploitation comme proportion des recettes d'exploitation, soit 19,5 %. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes se sont accrus, passant de 5,1 % en 2008 à 5,8 % en 2009.

Les détaillants de l'Alberta ont enregistré des recettes d'exploitation de 60,8 milliards de dollars en 2009, soit un repli de 8,9 % et la diminution la plus importante de toutes les provinces. Environ 40 % de ce recul est attribuable à la baisse de 17,4 % des recettes d'exploitation des concessionnaires de voitures neuves. Les bénéfices d'exploitation se situaient à un niveau semblable à celui de 2008, soit 4,1 %, en raison du recul du coût des biens vendus (-9,7 %) et des dépenses d'exploitation totales (-5,6 %). Les détaillants de l'Alberta affichaient le ratio des bénéfices d'exploitation le plus bas de toutes les provinces.

En 2009, les recettes d'exploitation des détaillants du Québec ont régressé de 2,6 %, pour se situer à 100,5 milliards de dollars. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes ont légèrement diminué, pour s'établir à 4,3 %.

Les recettes d'exploitation des détaillants de l'Ontario ont reculé de 3,2 % en 2009, pour se situer à 163,5 milliards de dollars. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes sont demeurés inchangés par rapport à l'année précédente, soit à 4,7 %.

En Colombie-Britannique, les recettes d'exploitation totales des détaillants ont subi une baisse pour s'établir à 4,6 % en 2009. Bien que les dépenses d'exploitation totales aient diminué de 3,2 %, les dépenses d'exploitation comme proportion des recettes se situaient à 23,5 %, soit le pourcentage le plus élevé de toutes les provinces. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes étaient de 5,6 %.

## Produits connexes

---

### Choisis parmi les tableaux de CANSIM de Statistique Canada

---

080-0011	Enquête annuelle sur commerce de détail, estimations financières par genre de magasin et groupe de commerce fondée sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel
080-0012	Enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin, estimations financières par groupe de commerce fondée sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), annuel
080-0013	Enquête annuelle sur le commerce de détail hors-magasin, marchandises vendues pour toutes les industries, annuel

---

### Choisis parmi les enquêtes de Statistique Canada

---

2447	Enquête annuelle sur le commerce de détail
2448	Enquête sur le commerce de détail hors magasin

---

### Choisis parmi les tableaux sommaires de Statistique Canada

---

- *Commerce de détail, statistiques d'exploitation, par provinces et territoires*
- *Industries du commerce de détail hors magasins, statistiques d'exploitation, par province et territoire*
- *Industries du commerce de détail hors magasins, marchandises vendues, par industries*

## **Tableaux statistiques**

---

---

**Tableau 1**  
**Statistiques sommaires pour le commerce de détail, 2009**

	Total des revenus d'exploitation	Coûts des biens vendus	Total de la rénumération du travail	Total des dépenses d'exploitation <sup>1</sup>	
	répartition en pourcentage	millions de dollars			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Concessionnaires d'automobiles neuves	16,7	72 971,7	61 578,4	5 612,1	9 942,0
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	4,7	20 699,0	15 220,8	2 543,9	4 780,8
Stations-service	10,2	44 701,2	37 661,5	1 581,3	4 589,2
Magasins de meubles	2,2	9 486,2	5 718,5	1 477,1	3 369,4
Magasins d'accessoires de maison	1,3	5 506,9	3 016,8	1 032,3	2 195,2
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	0,4	1 933,9	1 397,7	284,1	497,4
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	3,0	13 085,0	9 256,3	1 752,9	3 258,0
Centres de rénovation et quincailleries	4,9	21 622,1	14 997,3	3 097,8	5 855,9
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	1,5	6 611,4	4 192,3	1 149,8	2 175,5
Supermarchés	17,2	75 292,7	57 340,1	8 580,6	16 320,7
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	3,1	13 777,1	9 941,4	1 621,6	3 326,5
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	4,0	17 421,3	9 823,8	1 488,3	2 544,9
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	7,6	33 185,8	22 455,9	4 888,5	9 389,9
Magasins de vêtements	4,3	18 603,5	9 176,6	3 351,3	8 135,7
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	1,4	6 188,2	3 101,0	1 133,5	2 650,8
Magasins de marchandises diverses	12,1	52 925,7	38 823,2	5 740,6	11 321,4
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les libraires	2,7	11 721,2	7 251,3	1 832,7	3 989,4
Magasins de détail divers	2,7	11 869,2	6 861,0	2 011,8	4 426,1
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>437 602,1</b>	<b>317 814,0</b>	<b>49 179,9</b>	<b>98 768,7</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	1,7	7 317,9	5 444,9	761,0	1 442,7
Île-du-Prince-Édouard	0,4	1 712,7	1 251,3	185,8	357,9
Nouvelle-Écosse	2,8	12 099,5	8 817,3	1 309,5	2 592,1
Nouveau-Brunswick	2,3	10 040,2	7 490,3	1 025,1	1 992,1
Québec	22,5	98 372,1	72 138,2	11 225,0	21 973,4
Ontario	36,1	157 777,9	113 895,8	16 863,1	36 427,3
Manitoba	3,5	15 482,0	11 242,1	1 789,9	3 361,6
Saskatchewan	3,5	15 209,1	11 266,6	1 673,7	3 126,3
Alberta	13,6	59 610,1	43 751,0	7 004,9	13 450,2
Colombie-Britannique	13,3	58 328,6	41 399,7	7 132,1	13 633,0
Yukon	0,1	582,1	408,5	70,4	140,9
Territoires du Nord-Ouest	0,2	721,6	484,6	87,3	173,1
Nunavut	0,1	348,3	223,7	52,2	98,0

1. Le total des dépenses d'exploitation exclut le coût des biens vendus

**Tableau 2**  
**Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail**

	Marge brute				Bénéfices d'exploitation			
	2008		2009		2008		2009	
	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu
<b>Groupe de commerce - Canada</b>								
Concessionnaires d'automobiles neuves	12 065,9	14,9	11 393,2	15,6	1 505,7	1,9	1 451,2	2,0
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	5 853,5	25,7	5 478,2	26,5	765,8	3,4	697,3	3,4
Stations-service	8 494,2	15,7	7 039,7	15,7	3 198,8	5,9	2 450,5	5,5
Magasins de meubles	4 012,5	40,0	3 767,7	39,7	435,9	4,3	398,3	4,2
Magasins d'accessoires de maison	2 626,5	44,6	2 490,1	45,2	289,2	4,9	294,9	5,4
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	593,3	28,1	536,1	27,7	34,8	1,6	38,8	2,0
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	4 121,2	29,7	3 828,7	29,3	670,5	4,8	570,8	4,4
Centres de rénovation et quincailleries	6 630,3	30,3	6 624,8	30,6	713,1	3,3	769,0	3,6
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	2 464,6	36,7	2 419,1	36,6	285,8	4,3	243,6	3,7
Supermarchés	16 972,5	23,4	17 952,6	23,8	1 423,3	2,0	1 631,8	2,2
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	3 882,8	27,9	3 835,7	27,8	454,4	3,3	509,3	3,7
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	7 301,3	43,5	7 597,5	43,6	4 785,1	28,5	5 052,6	29,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	10 471,4	32,8	10 729,9	32,3	1 494,9	4,7	1 340,1	4,0
Magasins de vêtements	9 522,1	51,2	9 426,9	50,7	1 411,8	7,6	1 291,2	6,9
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijoux	3 135,8	51,0	3 087,2	49,9	525,9	8,5	436,4	7,1
Magasins de marchandises diverses	14 296,9	27,2	14 102,5	26,6	2 755,2	5,2	2 781,1	5,3
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les libraires	4 463,9	37,8	4 469,9	38,1	468,3	4,0	480,5	4,1
Magasins de détail divers	5 223,6	42,5	5 008,3	42,2	696,8	5,7	582,2	4,9
<b>Total</b>	<b>122 132,4</b>	<b>26,9</b>	<b>119 788,1</b>	<b>27,4</b>	<b>21 915,2</b>	<b>4,8</b>	<b>21 019,5</b>	<b>4,8</b>
<b>Régions</b>								
Terre-Neuve-et-Labrador	1 818,0	24,9	1 873,0	25,6	383,9	5,3	430,3	5,9
Île-du-Prince-Édouard	452,2	25,4	461,4	26,9	77,5	4,4	103,5	6,0
Nouvelle-Écosse	3 353,6	26,7	3 282,2	27,1	709,0	5,6	690,0	5,7
Nouveau-Brunswick	2 506,7	24,8	2 549,9	25,4	528,7	5,2	557,8	5,6
Québec	26 372,1	26,2	26 233,9	26,7	4 561,8	4,5	4 260,6	4,3
Ontario	44 501,5	27,4	43 882,1	27,8	7 752,3	4,8	7 454,8	4,7
Manitoba	4 172,1	26,3	4 239,9	27,4	814,2	5,1	878,3	5,7
Saskatchewan	3 926,2	25,2	3 942,6	25,9	842,7	5,4	816,3	5,4
Alberta	16 989,5	26,0	15 859,1	26,6	2 731,8	4,2	2 408,8	4,0
Colombie-Britannique	17 508,2	28,6	16 928,9	29,0	3 404,0	5,6	3 295,9	5,7
Yukon	165,4	28,1	173,6	29,8	32,3	5,5	32,7	5,6
Territoires du Nord-Ouest	246,1	32,0	237,0	32,8	66,9	8,7	63,9	8,8
Nunavut	120,8	33,9	124,7	35,8	10,2	2,9	26,7	7,7

**Tableau 3**  
**Statistiques sommaires pour le commerce de détail hors magasin, 2009**

	Total des revenus d'exploitation		Coûts des biens vendus	Total de la rémunération du travail	Total des dépenses d'exploitation <sup>1</sup>
	répartition en pourcentage	millions de dollars			
<b>Industrie - Canada</b>					
Entreprise de télémarketing et de vente par correspondance	27,9	3 581,7	2 151,7	292,3	1 296,9
Exploitants de distributeurs automatiques	4,9	628,1	285,0	142,0	303,8
Marchands de combustible	56,3	7 221,2	6 001,2	422,1	950,2
Autres établissements de vente directe	10,9	1 402,6	643,9	253,3	636,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>12 833,6</b>	<b>9 081,8</b>	<b>1 109,7</b>	<b>3 187,2</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	2,6	331,1	272,2	19,4	45,2
Ile-du-Prince-Édouard	1,4	184,8	147,9	11,7	28,2
Nouvelle-Écosse	4,9	633,3	495,0	43,8	107,3
Nouveau-Brunswick	3,2	409,5 <sup>E</sup>	320,7 <sup>E</sup>	28,4	70,4
Québec	16,6	2 134,4	1 528,5	178,2	507,5
Ontario	44,6	5 723,6	3 862,5	497,1	1 660,5
Manitoba	4,0	509,1	367,3	62,3	122,9
Saskatchewan	4,2	539,6	428,7	43,3	89,1
Alberta	9,0	1 148,8	830,3	101,1	229,4
Colombie-Britannique	8,7	1 119,0	753,9	118,4	307,7
Yukon	0,2	31,5	x	2,1	8,1
Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	3,6	x
Nunavut	x	x	x	0,2	x

1. Le total des dépenses d'exploitation exclut le coût des biens vendus

**Tableau 4**  
**Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail hors magasin**

	Marge brute				Bénéfices d'exploitation			
	2008		2009		2008		2009	
	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu	en millions de dollars	en pourcentage du revenu
<b>Industrie - Canada</b>								
Enterprise de télémagasinage et de vente par correspondance	1 538,8	40,2	1 430,0	39,9	133,1	3,5	133,0	3,7
Exploitants de distributeurs automatiques	362,7	55,5	343,1	54,6	34,2	5,2	39,4	6,3
Marchands de combustible	1 062,8	13,1	1 220,0	16,9	173,6	2,1	269,8	3,7
Autres établissements de vente directe	797,9	53,7	758,7	54,1	134,8	9,1	122,3	8,7
<b>Total</b>	<b>3 762,2</b>	<b>26,8</b>	<b>3 751,8</b>	<b>29,2</b>	<b>475,6</b>	<b>3,4</b>	<b>564,6</b>	<b>4,4</b>
<b>Régions</b>								
Terre-Neuve-et-Labrador	59,8	14,7	58,9	17,8	9,2	2,3	13,7	4,1
Ile-du-Prince-Édouard	30,1	14,0	36,9	20,0	2,3	1,1	8,6	4,7
Nouvelle-Écosse	117,1	16,3	138,3	21,8	15,1	2,1	31,0	4,9
Nouveau-Brunswick	70,1	15,1	88,8	21,7	2,4	0,5	18,4	4,5
Québec	598,1	23,4	605,9	28,4	87,1	3,4	98,4	4,6
Ontario	1 969,2	32,0	1 861,1	32,5	196,8	3,2	200,6	3,5
Manitoba	141,7	28,0	141,8	27,8	15,4	3,1	18,9	3,7
Saskatchewan	109,5	18,1	111,0	20,6	19,5	3,2	21,9	4,1
Alberta	302,9	23,6	318,5	27,7	74,1	5,8	89,1	7,8
Colombie-Britannique	339,9	33,2	365,1	32,6	49,3	4,8	57,4	5,1
Yukon	x	x	x	x	x	x	x	x
Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x	x	x	x
Nunavut	x	x	x	x	x	x	x	x

# Sources de données, définitions et méthodologie

---

## Aperçu

L'Enquête annuelle sur le commerce de détail et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin mesure les caractéristiques financières et d'exploitation des détaillants sur une base annuelle au Canada.

Les données des enquêtes renseignent sur les recettes, les dépenses et les stocks. Ces données sont utilisées par tous les paliers de gouvernement, les organismes gouvernementaux, le secteur du commerce de détail et les particuliers afin d'évaluer les tendances dans ce secteur, d'en mesurer le rendement, d'établir des données repères et d'étudier la structure évolutive du secteur du commerce de détail. Ces renseignements sont également des données d'entrée essentielles qui permettent de mesurer les marges brutes dans le système canadien de comptabilité nationale (SCCN).

Les enquêtes sont fondées sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). L'enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin n'englobe que les entreprises qui effectuent leurs ventes principalement à l'extérieur des magasins, et qu'elle recueille des données sur toutes les ventes de ces entreprises.

## Population cible

La population cible pour l'Enquête annuelle sur le commerce de détail comprend tous les établissements de détail exploités au Canada pendant au moins un jour durant l'année entre janvier et décembre.

La population observée comprend tous les établissements statistiques dont le code du SCIAN varie de 441 à 453 dans le Registre des entreprises de Statistique Canada, ainsi que les petites entreprises individuelles qui ne sont pas comprises dans le Registre des entreprises et qui sont classées dans le secteur du commerce de détail.

La population cible pour l'Enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin est l'ensemble des établissements de commerce de détail hors magasin qui ont été actifs au Canada pendant une journée au moins entre janvier et décembre.

La population enquêtée comprend tous les établissements statistiques qui font partie du Registre des entreprises de Statistique Canada et dont le code du Système de Classification des Industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) est 454 (c'est-à-dire le secteur du commerce de détail hors magasin). Les entreprises de vente directe et les exploitants de distributrices sont exclus dans la population cible de l'enquête.

## Définitions

« **Magasin de détail à succursales** » s'entend d'une organisation exploitant quatre points de vente ou plus de la même propriété juridique dans une même classe industrielle, et ce, en tout temps durant l'année d'enquête.

Un **magasin ne faisant pas partie de chaînes** consiste en une « franchise » ou un « magasin indépendant » exploitant moins de quatre points de vente de la même propriété juridique dans une même classe industrielle, et ce, en tout temps durant l'année d'enquête.

Une **franchise** est une personne, un groupe de personnes, une société de personnes ou une société constituée qui s'est vu accorder un privilège contractuel lui permettant de vendre un produit, d'utiliser un nom commercial ou de fournir un service sur un territoire déterminé ou d'une manière déterminée.



Un **magasin indépendant** est un établissement non franchisé exploitant moins de quatre points de vente.

Les **ventes de biens achetés pour la revente** font référence aux ventes totales de biens achetés pour la revente, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. La valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées pour la réparation est incluse. La taxe sur les produits et services (TPS), la taxe de vente harmonisée (TVH) et toutes les autres taxes de vente perçues sont exclues.

Les **revenus de commissions provenant de la vente de biens** sont les revenus totaux bruts de commissions provenant de la vente de biens pour le compte de tiers. Ils comprennent les revenus de commissions provenant de concessions.

Les **revenus de commissions provenant de la vente de services** sont les revenus totaux bruts de commissions provenant de la vente de services pour le compte de tiers (vente de billets de loterie et d'autobus, de cartes téléphoniques, etc.).

Les **ventes de biens fabriqués** sont les ventes de biens produits par l'unité commerciale.

Les **revenus de la main-d'oeuvre pour les réparations et l'entretien** correspondent au revenu de la main-d'oeuvre provenant d'installations ainsi que de travaux de réparation et d'entretien. Les pièces utilisées sont exclues de ces revenus, mais elles sont comprises dans les ventes de biens achetés pour la revente.

Les **revenus de la location et du crédit-bail de biens** sont les revenus tirés de la location ou du crédit-bail de biens et d'équipement, comme des vidéos, des ordinateurs et des outils.

Les **revenus de location de biens immobiliers** sont les revenus tirés de la location ou du crédit-bail de propriétés appartenant à cette unité commerciale.

Les **autres revenus d'exploitation** comprennent les subventions d'exploitation et les autres types de revenus non déclarés ailleurs dans le questionnaire. Les intérêts et les dividendes sont exclus de ces revenus, mais ils sont compris dans les revenus non liés à l'exploitation.

Le **total des revenus d'exploitation** correspond à la somme des ventes de biens achetés pour la revente, des revenus de commissions, des ventes de biens produits, des revenus de réparation et d'entretien, des revenus de location et de crédit-bail et des autres revenus d'exploitation.

Par **stocks** on entend la valeur des stocks appartenant à cette unité commerciale, qui sont gardés pour la revente dans des établissements et des entrepôts au Canada ou à l'extérieur du Canada. Cela comprend les stocks en transit ou en consignation. Les stocks gardés en consignation pour autrui sont exclus. Les données sur les stocks sont déclarées selon leur valeur comptable (c.-à-d. le montant inscrit dans les livres comptables). Les stocks comprennent les marchandises découlant de toute activité secondaire de fabrication.

Les **achats** correspondent à la valeur des achats totaux nets de biens (valeur brute moins les retours, les rajustements et les remises) au prix à la livraison (y compris les frais de transport à l'achat, les assurances, les droits d'importation et d'autres coûts particuliers connexes). Sont inclus les biens neufs et d'occasion achetés pour la revente, ainsi que les coûts de main-d'oeuvre directs et les autres coûts directs des unités commerciales qui ont des activités secondaires de fabrication.

Le **coût des biens vendus** correspond à la valeur au prix coûtant des biens vendus prise en compte dans les revenus au cours de la période de déclaration. Elle est déterminée de la façon suivante : valeur des stocks d'ouverture + achats - valeur des stocks de fermeture.

La **marge bénéficiaire brute** correspond à la différence entre le total des revenus d'exploitation et le coût des biens vendus.

Les **salaires et traitement des employés** correspondent au total des salaires et traitements versés à tous les employés pendant l'année (y compris le personnel du siège social et de l'entrepôt), avant retenues au titre de l'impôt sur le revenu, de l'assurance-emploi, de la sécurité sociale, etc. Sont exclus tous les paiements et toutes les dépenses liés à des contrats de l'extérieur et à des bureaux de placement ou à des services de location de personnel.

La **part des avantages sociaux versée par l'employeur** correspond à la partie des dépenses de l'employeur au titre des régimes d'assurance-maladie, d'assurance-vie et d'assurance dentaire, des cotisations au RRQ/RPC, des pensions, des indemnités pour accident du travail, des cotisations à l'assurance-emploi et des allocations de retraite ou paiements forfaitaires versés aux employés au moment de la cessation d'emploi ou de la mise à la retraite. Les cotisations sociales aux régimes provinciaux de santé et d'éducation sont exclues et déclarées à la rubrique « Toutes les autres dépenses d'exploitation ».

Le **total de la rémunération du travail** correspond à la somme des salaires et traitements des employés, à laquelle s'ajoute la part des avantages sociaux versée par l'employeur.

Les **frais de location et de crédit-bail** comprennent la location de locaux à bureaux ou d'autres biens immobiliers, de véhicules automobiles (sans chauffeur), d'autres matériel et outillage (sans opérateur) et d'ordinateurs et de périphériques (sans opérateur).

Les frais de **publicité et promotion** comprennent les services de publicité (la planification, la création et le placement) et l'achat d'espace publicitaire ou de temps d'antenne.

Les **frais d'amortissement et de dépréciation** couvrent les immobilisations, les actifs incorporels et les contrats de location-acquisition.

Le **total des dépenses d'exploitation** comprend toutes les dépenses, comme celles liées à la main-d'oeuvre, à la location et au crédit-bail, à la publicité, à l'amortissement et à la dépréciation, aux frais de gestion, etc. Les dépenses liées aux intérêts sont exclues.

Le **bénéfice d'exploitation** est calculé en soustrayant les dépenses d'exploitation totales et le coût des biens vendus des recettes d'exploitation.

## Échantillonnage

### - L'Enquête annuelle sur le commerce de détail

Il s'agit d'une enquête transversale par échantillon.

Afin de réduire le fardeau des répondants et de produire des données fiables, des seuils d'exclusion fondés sur les dimensions industrielles, provinciales et en matière de taille sont appliqués. Les données administratives (fiscales) servent à produire des estimations pour les petites entreprises situées sous les seuils établis et les données pour les établissements de détail qui se situent au-dessus des seuils établis sont recueillies dans les questionnaires pour la plupart, mais parfois elles sont aussi directement remplacées par les données administratives (fiscales).

Avant d'effectuer la sélection de l'échantillon, la population à observer est répartie dans des cellules qui représentent les dimensions provinciales, industrielles et en matière de taille établie. Les établissements dans la population observée sont tout d'abord stratifiés suivant la province ou le territoire ainsi que la classification industrielle du SCIAN, c'est-à-dire les classes à quatre chiffres du SCIAN qui sont mutuellement exclusives, chacune représentant des entreprises similaires.

Dans chaque province ou territoire, suivant la classification du SCIAN, quatre strates de taille ont été créées afin de regrouper les entreprises de taille similaire. Les limites ont été déterminées en se fondant sur les recettes estimatives globales des entreprises. Les groupes qui ont ainsi été créés sont compris dans une strate à tirage complet des plus grandes entreprises (toutes comprises dans l'échantillon), deux strates à tirage partielles (desquels des échantillons représentatifs sont tirés), et une strate à tirage nul (qui comprend les petites entreprises qui ne peuvent être échantillonnées). Les limites ou les seuils optimaux des strates sont établis afin de réduire la taille globale de l'échantillon. Il doit être noté que les magasins de détail à succursales (se définissant comme étant une organisation exploitant quatre points de vente ou plus de la même propriété juridique dans une même classe industrielle, et ce, en tout temps durant l'année d'enquête) sont tous inclus dans une strate à tirage complet (recensement).

Une fois terminé le processus de sélection de l'échantillon, les données pour les strates à tirage complet et à tirage partiel sont recueillies par le biais des questionnaires. Cependant, pour 55% des entreprises « simples » sélectionnées, c'est-à-dire, celles qui exploitent dans une seule province et gèrent toutes ses activités dans la même industrie, sous la même entité juridique, les données fiscales seront utilisées. Pour ce qui est des unités qui appartiennent à la strate à tirage nul, un échantillon de renseignements administratifs (fiscaux) sont utilisés pour recueillir des renseignements financiers choisis.

Toutes les unités échantillonnées sont assorties d'un poids d'échantillonnage. Le poids initial est égal à l'inverse de la probabilité initiale de sélection qui est assignée à chaque unité. Le poids d'échantillonnage est un facteur d'extension qui est attribué à chaque unité échantillonnée de façon à obtenir des estimations pour la population. À titre d'exemple, si deux unités sont choisies de façon aléatoire et elles présentent une probabilité égale à celle d'une population de dix unités, alors chaque unité sélectionnée représente cinq unités de la population, et un poids d'échantillonnage de cinq lui est associé. Au moment de produire les résultats d'enquête, ces poids seront ajustés afin de bien correspondre aux caractéristiques se rapportant à la population de l'industrie.

## **- L'Enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin**

Il s'agit d'un recensement avec plan transversal.

Les données sont recueillies pour toutes les unités de la population donc aucun échantillonnage n'est fait.

### **Sources des données**

Il s'agit d'une enquête à participation obligatoire. Les données sont obtenues directement auprès des répondants et sont tirées de fichiers administratifs.

Une partie importante des données d'enquêtes proviennent directement des répondants. Cependant, dans le but de réduire le fardeau de réponse, un programme de remplacement par les données fiscales a été mis en place en 2002. Les données d'enquêtes sont ainsi directement tirées de fichiers administratifs au lieu d'être collectées auprès des répondants.

### **Exactitude des données**

Bien que des efforts considérables soient déployés afin d'assurer l'observation de normes rigoureuses à toutes les étapes de la collecte et du traitement, les estimations produites renferment inévitablement certaines erreurs hors sondage, qui ne sont pas dues à l'échantillonnage et qui peuvent se produire pour différentes raisons. Par exemple, les non-réponses sont une importante source d'erreurs hors sondage. La couverture de la population, l'interprétation divergente des questions, les renseignements incorrects indiqués par les répondants, et les erreurs au moment de la saisie, du codage et du traitement des données sont d'autres exemples d'erreurs hors sondage.

Des mesures comme le taux de réponse (la proportion des unités de l'échantillon dont la réponse parvient dans le délai stipulé) et la fraction de réponse (la proportion de l'estimation qui s'appuie sur les données réellement déclarées) peuvent servir d'indicateurs de l'importance des erreurs non liées à l'échantillonnage.

L'erreur liée à l'échantillonnage peut être mesurée à l'aide de l'erreur-type (ou écart-type) de l'estimation. Le coefficient de variation (CV) est l'estimation du pourcentage d'erreur-type de l'estimation de l'enquête. Les estimations ayant un CV plus petit sont plus fiables que les estimations ayant un CV plus grand.