



Document de recherche

Rendement du secteur du commerce de détail des aliments dans la chaîne agroalimentaire

par David Smith et Mike Trant

Division de l'agriculture
Immeuble Jean-Talon, 12^e étage, Ottawa, K1A 0T6

Telephone: 1 800-465-1991

Toutes les opinions émises par les auteurs de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada



**Statistique
Canada**
Division de l'agriculture

**Série de document de travail sur l'agriculture et le milieu rural
Document de travail n°56**

**Rendement du secteur du commerce de détail des aliments
dans la chaîne agroalimentaire**

Document produit par

David Smith

Division de l'analyse de la chaîne agroalimentaire, Agriculture et Agroalimentaire
Canada

Mike Trant, Division de l'agriculture, Statistique Canada

**Statistique Canada, Division de l'agriculture
Immeuble Jean Talon, 12^e étage
Parc Tunney
Ottawa (Ontario) K1A 0T6**

Septembre 2002

**L'analyse et l'interprétation des données sont la responsabilité de l'auteur et non celle de
Statistique Canada.**



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada



**Statistique
Canada**
Division de l'agriculture

Séries de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural
Document de travail n° 56

Rendement du secteur du commerce de détail des aliments dans la chaîne agroalimentaire

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada.

© Ministre de l'Industrie, 2002.

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme que ce soit 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.

Septembre 2002

N° 21-601-MIF2002056 au catalogue

Périodicité : Occasionnelle

Ottawa

This Publication is available in English upon request (Catalogue no. 21-601-MIE2002056)

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

Résumé

Le présent document a pour but de mesurer le rendement du secteur du commerce de détail des aliments dans l'économie du Canada pour la période de 1990 à 1998. Cette étude vise à présenter des données de référence pour ce secteur à la suite des bouleversements importants qui sont survenus après 1998. Un deuxième objectif est de présenter de l'information récente sur ce secteur, la dernière étude du genre remontant aux années 1970. Dans ce document, on mesure le rendement en fonction de la rentabilité, puisque la plupart des entreprises prennent leurs décisions d'affaires en se fondant sur ce concept, qui fournit d'ailleurs une indication de l'orientation de l'emploi, des investissements et de la croissance d'un secteur.

On constate que le rendement du commerce de détail des aliments était meilleur que celui du commerce de détail de produits non alimentaires et celui de l'économie en général pendant les années 1990. Même si les gros détaillants ont affiché un taux de rendement deux fois plus élevé que celui des détaillants de petite et moyenne tailles, ces deux dernières catégories ont présenté un rendement supérieur à celui de leurs homologues du marché de produits non alimentaires pendant cette période.

Introduction

La décennie des années 1990 a commencé au beau milieu d'une récession qui a pris fin au début de 1992. Cette récession a été suivie d'une explosion économique alimentée principalement par le secteur de la haute technologie. Parmi toute cette effervescence, l'Accord de libre-échange nord-américain entré en vigueur, les accords de l'Uruguay Round étaient conclus et l'Organisation mondiale du commerce (OMC) prenait forme, modifiant à la fois le climat commercial et la capacité des gouvernements de recourir à des subventions pour stimuler l'économie. Même si les aliments sont une nécessité et donc moins sensibles aux fluctuations de la conjoncture, le secteur alimentaire a aussi été touché par ces événements.

Depuis le début des années 1980, le commerce de détail des aliments fait l'objet de regroupements, les grandes entreprises étendant leur emprise en achetant de petites entreprises. Toutefois, à la fin des années 1990, les grandes entreprises ont commencé à se regrouper. Les gros détaillants, dont le but initial était de servir un marché régional, devaient maintenant se regrouper en chaînes nationales pour faire concurrence à des grands magasins comme Wal-Mart, dont la ligne de produits comprenait désormais des aliments. Ensemble, Costco et Wal-Mart ont petit à petit accaparé 7 % des ventes d'aliments au Canada (*Canadian Grocer*, 2001). Dans le commerce de détail des aliments, Wal-Mart n'a pas fait au Canada une percée aussi vigoureuse qu'aux États-Unis, où il est en voie de devenir le plus important détaillant en alimentation¹.

Dan McTeague, député de Pickering-Ajax-Uxbridge, a soulevé la question de la concentration accrue dans le secteur du commerce de détail des aliments, et ses préoccupations ont été reprises dans de nombreux articles et commentaires dans les journaux et les médias de nouvelles. On craint surtout que cette concentration accrue n'amène les détaillants à exercer une emprise sur le marché, qui, à son tour, entraînerait une augmentation du prix des aliments, une baisse de l'emploi et une diminution de la disponibilité et de la diversité des produits alimentaires.

Face à tous les changements survenus dans les années 1990, la présente étude s'emploie à évaluer le rendement du secteur du commerce de détail des aliments. Dans la première partie, on aborde le lien entre le rendement économique et l'emprise sur le marché. La deuxième partie porte sur la mesure du rendement. Les méthodes font l'objet de la troisième partie, tandis que la dernière partie commente les résultats empiriques obtenus.

Rendement économique

Dans cette étude, on utilise la notion de bénéfice pour mesurer le rendement, car elle peut s'appliquer à un grand nombre de contextes. Chez les courtiers et les investisseurs, le rendement sert de principe directeur pour l'évaluation des actions et l'analyse du risque.

1. De plus, les détaillants prétendent que le secteur alimentaire délaisse actuellement les marchés nationaux en faveur des marchés mondiaux, où des chaînes comme Royal Ahold génèrent plus de 90 % de leur chiffre d'affaires à l'extérieur de leur pays d'origine. Dans un bulletin récent, le *Canadian Grocer* fait remarquer que certaines chaînes d'épicerie régionales au Canada sont susceptibles d'entrer dans la mire d'entreprises comme Royal Ahold.

Plus les bénéfices sont élevés, plus la valeur des actions s'accroît. Chez les économistes, un rendement vigoureux peut constituer un signal qu'une industrie augmentera son effectif, ses gains et ses immobilisations. En revanche, un rendement à la baisse peut signifier une diminution de la productivité, de l'emploi, des dépenses d'immobilisations, etc. Surtout, un piètre rendement prenant la forme d'une faible rentabilité peut faire ressortir le besoin d'examiner plus en détail un secteur d'activité. Par exemple, un secteur qui affiche constamment un mauvais rendement, malgré une économie vigoureuse, suscite l'examen des facteurs qui entraîneraient cette situation.

Les consommateurs et les gouvernements se soucient de la concentration accrue en ce sens qu'elle pourrait entraîner un contrôle du marché et une diminution du bien-être des consommateurs. Dans la plupart des études où l'on analyse l'emprise sur le marché, on s'attarde à déterminer la structure du marché. Dans la mesure où un petit nombre d'entreprises dominent un marché, une telle structure annonce une position dominante éventuelle sur le marché, mais pas nécessairement *l'exercice* d'une telle position. Certains analystes, comme Cotterill (2000), prétendent que si des entreprises sont rationnelles et stimulées par les forces du marché, elles exerceront en fait toute emprise éventuelle sur le marché. Ainsi, les entreprises qui cherchent à maximiser leurs bénéfices utiliseront tout le pouvoir que la structure du marché pourra leur apporter². D'autres, comme Thurow (1991) et Paul (2000), estiment que les choses ne se passent pas nécessairement de cette manière. Selon eux, si le marché est contestable, ou si des fusions accroissent les économies d'échelle, la concentration peut se traduire par une augmentation de la production et une diminution des prix³.

En outre, il y a ceux qui s'opposent à l'utilisation du bénéfice comme indicateur de l'exercice d'une emprise sur le marché. Voici ce que disent Fisher et McGowan (1983) à ce sujet : « ... il est tout à fait trompeur de faire reposer les bénéfices d'un monopole sur des taux de rendement comptables absolus et relatifs » [traduction libre, p. 91], car les données financières et administratives reflètent des formules juridiques plutôt que des réalités économiques. Réagissant à Fisher et à McGowan, Farris et Ailawadi (1992), et Messinger et Narasimhan (1995) signalent qu'on peut substituer les bénéfices à *l'exercice* de l'emprise sur le marché, car l'exercice d'une position dominante sur le marché déboucherait sur des bénéfices accrus ou inhabituels après une longue période.

Cela nous amène à examiner la faiblesse qui existe entre la rentabilité et l'emprise sur le marché. La rentabilité n'est pas nécessairement la même d'un secteur économique à l'autre à cause des écarts de la structure des recettes et des coûts. Ainsi, il n'y a aucun point défini auquel la rentabilité devient *trop élevée* et donc la conséquence d'une position dominante sur le marché⁴. L'objectif de cette étude est de présenter des données de référence sur la rentabilité dans le secteur du commerce de détail des aliments, qu'on

2. Cotterill (2000) soulève la question de la double marginalisation qui a pour effet de diminuer considérablement le bien-être des consommateurs. Pour obtenir une réponse à l'argument de Cotterill, voir Giraud-Heraud (1999).

3. Pour une analyse approfondie de ces questions, voir Sutton (1991), Shy (1996) et Rude (2001).

4. Kay et Mayor (1986) affirment qu'une rentabilité supérieure au coût du capital pourrait être considérée à première vue comme un obstacle à l'entrée sur ce marché. Cependant, ils négligent de dire qu'une rentabilité élevée est la récompense à une exposition à des risques plus grands.

pourrait ensuite utiliser pour mieux comprendre ce secteur et interpréter les fluctuations de la rentabilité imputables aux variations de la structure du marché.

Comment mesurer le rendement

Bien que le bénéfice représente la mesure du rendement dans la présente étude, il existe plusieurs façons de mesurer le rendement. L'étape suivante consiste donc à trouver une méthode pouvant s'appliquer à tous les secteurs d'activité au fil du temps. Il serait faux d'affirmer que des bénéfices élevés *absolus* sont le signe de l'exercice potentiel d'une position dominante sur le marché, car on s'attendrait à ce que les bénéfices absolus augmentent en fonction du chiffre d'affaires de l'entreprise. De toute évidence, il faut trouver une mesure de la *rentabilité* qui demeure uniforme quelle que soit la taille de l'entreprise.

Il y a plusieurs méthodes classiques pour mesurer la rentabilité, mais chacune comporte des inconvénients. La première méthode consiste à évaluer la marge brute de chaque segment de la chaîne agroalimentaire, comme l'a récemment fait le Syndicat national des cultivateurs dans une présentation au Comité permanent de l'agriculture⁵. Toutefois, l'utilisation d'une mesure de la rentabilité reposant sur une marge brute risque d'aboutir à des résultats inexacts. Si la marge diminue, on aura tendance à y voir un signe d'une rentabilité décroissante, même si l'augmentation du chiffre d'affaires suffit à la neutraliser. Une entreprise qui réalise un petit profit sur chacune des innombrables unités qu'elle vend présentera dans l'ensemble un bénéfice plus élevé qu'une autre qui obtient un profit élevé sur des ventes beaucoup moins nombreuses. L'industrie de la restauration nous fournit un exemple. Une franchise McDonald's peut afficher un bénéfice supérieur à celui d'un restaurant haut de gamme même si la franchise ne dégage une marge brute que de quelques cents par repas contrairement à une marge brute de plusieurs dollars pour le restaurant haut de gamme.

Une deuxième méthode d'évaluer la rentabilité d'une entreprise est fondée sur le ratio du revenu net aux capitaux propres. Les actionnaires, les courtiers et les analystes préfèrent cette mesure, car elle permet de renseigner les gens sur le rendement de leurs investissements dans une entreprise. L'inconvénient est que la structure financière de l'entreprise influence fortement les résultats. Cela peut se produire de deux façons. D'abord, les pertes peuvent influencer sur le dénominateur, c'est-à-dire les capitaux propres. L'entreprise qui subit des pertes observera une diminution de son avoir. Après une période de pertes, l'entreprise qui affichera à nouveau un bénéfice net est susceptible de connaître un rendement assez élevé des capitaux propres. Prenons l'exemple de deux entreprises identiques. La première entreprise subit des pertes pendant deux ans, mais connaît un bénéfice net positif la troisième année. L'autre entreprise dégage uniquement un bénéfice net positif. Si le bénéfice net est identique dans les deux cas à la fin de la troisième année, l'entreprise qui aura subi des pertes pendant les deux premières années affichera un rendement des capitaux propres plus élevé que celui de l'entreprise qui n'a connu aucune perte. Selon cette mesure, la première entreprise semblerait donc de loin la plus rentable.

5. Voir aussi Hendrickson (2000).

Un deuxième facteur qui influe sur le rendement des capitaux propres est le levier financier, lequel a une incidence sur le numérateur mais non sur le dénominateur. Dans la mesure où les bénéfices sont supérieurs aux paiements d'intérêt, ils augmentent le rendement disponible aux actionnaires sans pour autant augmenter la valeur des capitaux propres. De plus, la possibilité de déduction fiscale des paiements d'intérêt a aussi pour conséquence d'augmenter le taux de rendement après impôt en diminuant la dette fiscale de l'entreprise.

Une troisième mesure de la rentabilité repose sur le rendement de l'actif. À l'instar du rendement des capitaux propres, cette mesure utilise comme numérateur le bénéfice net. Le dénominateur se compose de l'actif total, qui comprend l'actif à court terme, pouvant représenter jusqu'à 75 % de l'actif total chez les détaillants. Dans le commerce de détail des aliments, l'actif à court terme englobe principalement les stocks et les comptes clients, qui sont financés à même le crédit à l'exploitation (c.-à-d. à court terme). De plus, étant donné que les stocks des détaillants en alimentation peuvent varier en fonction de la conjoncture, on pourrait les considérer comme un intrant variable au même titre que la main-d'œuvre. En outre, un nombre croissant de détaillants ont commencé à vendre en consignation, c'est-à-dire que le détaillant n'a pas à acheter les articles ni à tenir des stocks. Comme une bonne partie de l'actif total des détaillants est de courte durée, l'utilisation du rendement de l'actif total comme mesure de la rentabilité masquerait le rendement que l'entreprise obtient de ses investissements à long terme dans les installations et l'équipement. On peut substituer aux investissements à long terme la somme des capitaux propres et de la dette à long terme, en supposant pour cela qu'ils sont utilisés uniquement pour financer les installations et l'équipement.

Parce qu'elle répond mieux aux critères énoncés ci-avant, voici l'approximation du rendement économique utilisée dans la présente étude :

Taux de rendement des capitaux à long terme = $\frac{\text{Bénéfice d'exploitation}}{\text{Capitaux à long terme}}$

Le recours au bénéfice d'exploitation plutôt qu'au bénéfice net nous permet de nous rapprocher de la notion économique du rendement des investissements. Le bénéfice net exclut les paiements d'intérêt et les impôts payés. Les financiers, courtiers, banquiers et investisseurs préfèrent utiliser le bénéfice net à cause de son rapport à la valeur pécuniaire qu'obtiennent les actionnaires. Cependant, en ne tenant pas compte des impôts payés ni des intérêts versés sur la dette, on soustrait de ce fait une partie importante du rendement économique total des investissements de l'entreprise dans ses installations et son équipement. Le bénéfice d'exploitation se calcule sans retrancher les impôts ou les paiements d'intérêt. Comme on l'a déjà mentionné, le taux de rendement du capital à long terme demeure le chiffre privilégié, car il élimine la distorsion que cause l'actif à court terme dans le calcul du taux de rendement.

Méthodes

Dans cette étude, on utilise le taux de rendement d'exploitation du capital à long terme pour comparer le rendement du secteur du commerce de détail des aliments avec celui du secteur du commerce de détail de produits non alimentaires et avec le rendement de l'ensemble de l'économie. La façon de calculer le taux de rendement d'exploitation modifie énormément les résultats. Par exemple, si l'on calcule le taux de rendement pour chaque entreprise et qu'on fait ensuite la moyenne, les résultats sont forts différents de ce que l'on obtiendrait en faisant le total séparé des numérateurs et des dénominateurs pour toutes les entreprises avant de calculer le taux de rendement. Aucune mesure n'offre une solution parfaite, cependant on a décidé d'utiliser la dernière méthode dans la présente étude. Étant donné que la première méthode recourt à la moyenne des rendements calculés pour chaque entreprise, une petite entreprise affichant un taux de rendement anormalement élevé ou faible aurait une incidence notable sur la moyenne. Cette moyenne faussée changerait alors les résultats et risquerait de nous amener à des déductions trompeuses sur le rendement relatif des divers secteurs d'activité. En calculant le taux de rendement d'exploitation comme la somme des bénéfices d'exploitation de toutes les entreprises divisée par la somme des capitaux à long terme, on obtient un taux de rendement qui représente plus fidèlement le taux de rendement de la base générale des actifs du secteur d'activité ou de la catégorie de taille.

Les données utilisées dans cette étude proviennent d'un échantillon aléatoire stratifié obtenu du Relevé annuel des états financiers — une enquête-échantillon des dossiers fiscaux des sociétés (T2) mise au point par la Division de l'organisation et des finances de l'industrie de Statistique Canada — et portent sur les années 1990 à 1998⁶. Les divers types d'activité commerciale sont définis à l'aide de la Classification type des industries pour compagnies et entreprises de 1980 (CTI-C). Elle est différente de la Classification type des industries pour établissements de 1980 (CTI-E) plus couramment utilisée. Étant donné qu'un bon nombre des entreprises dans les divers segments de la chaîne agroalimentaire exploitent plus d'un établissement, on a utilisé la CTI-C, car les sociétés qui y sont inscrites constituent des entités juridiques présentant des dossiers financiers complets. Autrement dit, toute entreprise inscrite dans la CTI-C produit un état des revenus pour *tous* ses établissements.

Une des questions importantes à l'utilisation des données de la CTI-C vient du fait que les entreprises sont classées selon leur *principale* activité commerciale. Ce système de classification est imparfait. En effet, l'échantillon comprend des entreprises qui ne sont pas uniquement des détaillants en alimentation, puisqu'elles ont indiqué que la vente d'aliments représentait la plus grande partie de leur chiffre d'affaires. Par conséquent, l'échantillon des épicerie ou des commerces de détail des aliments de la CTI-C peut comprendre des établissements de la CTI-E comme des stations-service, des sociétés immobilières et des boulangeries-pâtisseries, pour ne nommer que ceux-là.

6. L'année 1998 est la plus récente pour laquelle des données sont disponibles.

Il faut aussi se rappeler que même si l'échantillon est représentatif de la population et qu'il fournit des estimations de toute l'activité de commerce de détail, les entreprises ne sont pas toutes comprises dans les données. L'ensemble de données provient d'un échantillon aléatoire stratifié dont les strates sont délimitées en fonction de la taille de l'actif et des recettes, par secteur d'activité. L'échantillon global comprend toutes les grandes entreprises, mais seulement un échantillon des petites et moyennes entreprises, la probabilité de prélèvement dans l'échantillon s'amointrissant à mesure que la taille de l'entreprise diminue. Bref, les grandes entreprises font toujours partie de l'échantillon tandis que les petites et moyennes entreprises font l'objet d'un tirage aléatoire.

En préparant l'ensemble de données, on a exclu les entreprises sans chiffre d'affaires, tout comme celles dont l'endettement à court terme dépassait le passif total. La première exclusion s'appuie sur la logique que des détaillants vendent des biens à des consommateurs. Par conséquent, si une entreprise ne vend rien, comment peut-elle être un détaillant? La deuxième exclusion repose sur le fait que les dettes à court terme font partie du passif total d'une entreprise et qu'elles ne peuvent donc dépasser le total. Même si l'entreprise n'a aucune dette à long terme, sa dette à court terme ne devrait pas dépasser son passif total. La première exclusion a diminué d'environ 30 % l'échantillon dans chacune des années. La deuxième exclusion a eu une incidence très limitée, réduisant la taille de l'échantillon d'au plus deux observations pour une année donnée. Au moment de constituer l'échantillon comparatif pour l'ensemble de l'économie, on a fait une exception : les banques et les autres institutions financières ne vendent pas de produits comme tels, cependant on a inclus le secteur financier dans l'échantillon.

Le dernier problème à l'égard de l'ensemble de données concerne la démarcation entre les petites, moyennes et grandes entreprises. Il y a plusieurs définitions servant à établir les limites. Industrie Canada définit les grandes entreprises de deux façons : par le chiffre d'affaires et par la taille de l'effectif. Ainsi, une entreprise dont le chiffre d'affaires est supérieur à 500 millions de dollars ou qui compte plus de 50 salariés est considérée comme une grande entreprise. Pour la présente étude, ni l'une ni l'autre de ces définitions ne nous ont semblé satisfaisantes. L'utilisation d'un seuil « supérieur à 500 millions de dollars » exclut toutes les entreprises sauf les plus grandes, ce qui soulève un problème puisque le biais relatif aux petits échantillons risque d'entrer en ligne de compte. En revanche, si l'on utilise la taille de l'effectif pour départager les petites, moyennes et grandes entreprises, plus de 40 % des détaillants alimentaires appartiennent alors à la catégorie des grandes entreprises. En fait, une seule grosse épicerie pourrait compter 50 salariés, ce qui en ferait une grande entreprise selon la définition d'Industrie Canada. Toutefois, d'après la composition du secteur du commerce de détail des aliments, une entreprise n'est de moyenne taille que lorsqu'elle exploite plus d'un emplacement. Les deux définitions qu'utilise Industrie Canada sont trop générales pour prendre en compte la structure véritable du marché.

La publication de Statistique Canada intitulée *Statistiques financières et fiscales des entreprises*⁷ offre une autre définition des grandes entreprises, selon laquelle les

7. Produit n° 61-219-XPB au catalogue de Statistique Canada.

entreprises ayant un chiffre d'affaires annuel inférieur à 5 millions de dollars sont considérées comme des petites entreprises. Entre 5 millions de dollars et 75 millions de dollars, ce sont de moyennes entreprises et au-delà de 75 millions de dollars, elles deviennent des grandes entreprises. Dans certains grands marchés urbains, un épiciers exploitant un seul magasin peut avoir un chiffre d'affaires annuel de plus de 5 millions de dollars, ce qui soulève un problème semblable à celui qui se produit lorsqu'on utilise les définitions d'Industrie Canada. Toutefois, au lieu de passer outre à cette définition, nous l'avons légèrement modifiée pour qu'elle s'apparente mieux à ce que nous croyons être une représentation fidèle des données disponibles pour le secteur du commerce de détail des aliments. Pour éviter de prendre en compte ces magasins individuels, exploités dans les grandes villes, dans le groupe des moyennes entreprises, on a fait passer de 5 millions de dollars à 10 millions de dollars le seuil du chiffre d'affaires des moyennes entreprises. De plus, comme il n'y avait que très peu d'entreprises dont le chiffre d'affaires se situait entre 75 millions de dollars et 100 millions de dollars, on a augmenté à 100 millions de dollars le seuil des grandes entreprises.

Pour cette étude, cela signifie que les petites entreprises sont celles qui ont un chiffre d'affaires de moins de 10 millions de dollars, que les moyennes entreprises affichent des ventes variant entre 10 millions de dollars et 100 millions de dollars et que les grandes entreprises comprennent uniquement celles dont le chiffre d'affaires est supérieur à 100 millions de dollars. Autrement dit, les catégories utilisées dans cette étude peuvent ne pas toujours être directement comparables avec celles qui figurent dans d'autres documents publiés par Statistique Canada.

Limitations de cette étude

La présente étude est limitée par le fait que toutes les statistiques financières reposent sur des données de la CTI-C. Puisque l'information de la CTI-C englobe toutes les activités des entreprises, les ventes, les coûts et les bénéfices provenant des segments non alimentaires font partie des données. Par exemple, les grands détaillants en alimentation sont classés dans la catégorie du commerce de détail des aliments, mais ils peuvent aussi exercer des activités intégrées de vente en gros. Pour cette raison, le rendement de l'activité de gros de leurs entreprises respectives n'est pas séparé du rendement de l'activité de détail. Il est indéniable que cette situation faussera les résultats. Cependant, sans connaître la part des bénéfices imputable aux activités de gros, il est impossible de déterminer l'ampleur ou l'orientation de cette distorsion.

De plus, la Direction générale des services à l'industrie et aux marchés (DGSIM) d'Agriculture et Agroalimentaire Canada nous a proposé d'utiliser six catégories de taille dans notre analyse. Bien qu'un nombre plus élevé de catégories accroîtrait la finesse de détail de l'analyse, les catégories proposées par la DGSIM ont fait en sorte que certaines catégories de taille comptaient moins de 10 observations. Comme il s'agit d'un échantillon aléatoire, les résultats risqueraient d'être entachés d'un important biais lié aux petits échantillons.

Résultats

Climat économique général du secteur du commerce de détail des aliments

La distribution alimentaire (détail et gros) constitue 2,6 % du produit intérieur brut (PIB) au Canada et les ventes d'aliments au détail représentent 1 emploi sur 25. En 1998, les Canadiens ont dépensé un peu moins de 59 milliards de dollars en aliments achetés dans des magasins. Les 80 chaînes de supermarchés et d'épiceries (SC 2001) représentaient un peu plus de 50 % de ce total. Pendant les années 1990, le secteur du commerce de détail des aliments a dû s'adapter aux nouvelles préférences des consommateurs et aux tendances de la concurrence. En raison de l'évolution démographique soutenue au Canada, les habitudes de dépenses des consommateurs ont changé. La diversité ethnique accrue a fait bondir la demande d'aliments non traditionnels, comme le cari, le lait de chèvre, la viande de chèvre et les fruits et légumes. De plus, le nombre de ménages monoparentaux, d'une personne et de deux personnes a augmenté. Cet état de choses, en plus des contraintes de temps accrues des familles à deux revenus ont fait progresser la demande de repas individuels de qualité préemballés et prêts à consommer.

Au cours des années 1990, les milieux des consommateurs et de la concurrence ont changé considérablement. Pendant cette décennie-là, le nombre de détaillants de produits non alimentaires (comme les grands magasins, les pharmacies et les stations-service) qui sont entrés sur le marché de l'alimentation a aussi augmenté. Pour cette raison, les distinctions entre les pharmacies, les grands magasins, les services de restauration et les détaillants en alimentation se sont estompées pendant les années 1990. La diminution du pourcentage des montants consacrés aux aliments achetés chez les détaillants en alimentation aux fins de consommation à domicile a aussi exacerbé la situation. Dans un effort pour retenir leurs clients, les détaillants en alimentation ont commencé à modifier la présentation de leur magasin, à offrir d'autres articles non alimentaires, à accroître le choix des articles sous marque privée et à investir dans des services de restauration en magasin offrant des aliments prêts à réchauffer et à consommer en remplacement des repas à la maison. De plus, pour accroître la compétitivité de toute la chaîne alimentaire, dans le secteur du commerce de détail des aliments, on a mis en place le système d'efficacité continuellement renouvelée (ECR)⁸ afin de diminuer les coûts d'interaction entre les transformateurs, les distributeurs et les détaillants. L'une des grandes caractéristiques de l'ECR est sa capacité de s'adapter aux préférences des consommateurs, qui sont mesurées par leurs habitudes d'achat. Ce système se caractérise aussi par le fait qu'il impose dorénavant aux fournisseurs le fardeau de maintenir des stocks suffisants chez les détaillants.

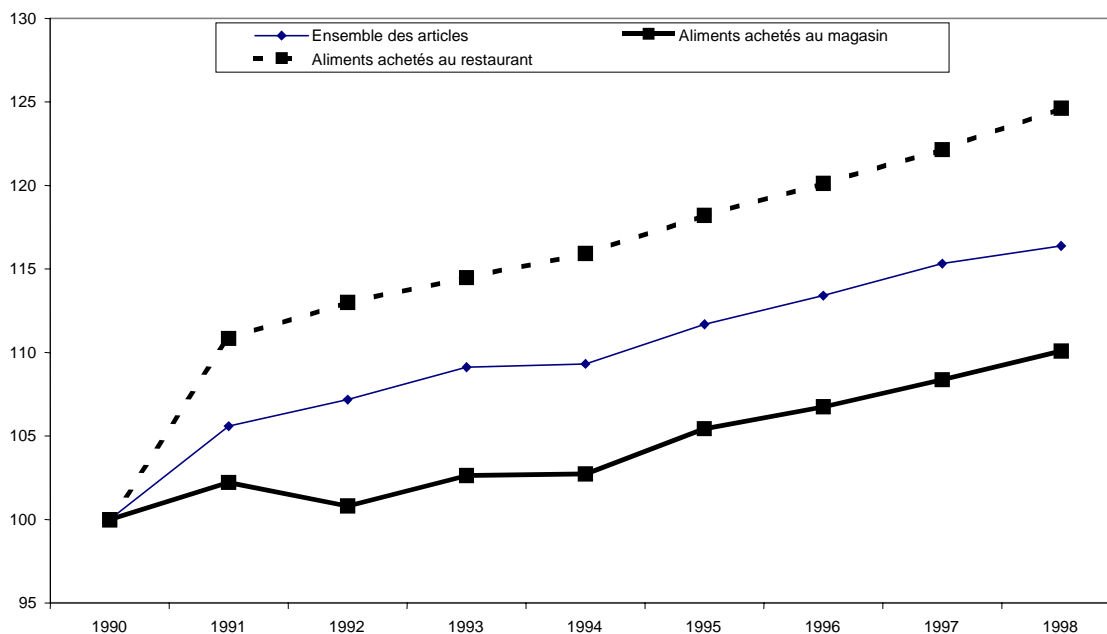
Pour ce qui est des influences économiques, le prix des aliments achetés dans les magasins augmente depuis 1990 à un taux moins rapide que les prix en général, ce qui signifie que les aliments sont devenus moins chers par rapport à d'autres biens pendant cette décennie (figure 1). En 1991, l'entrée en vigueur de la taxe sur les produits et services (TPS), qui s'applique aux aliments achetés au restaurant mais non aux aliments achetés dans des magasins d'alimentation, a fait monter le coût des repas au restaurant

8. Entré en vigueur en 1992.

par rapport aux articles d'épicerie. Cette taxe a donc profité aux détaillants en alimentation pendant la récession.

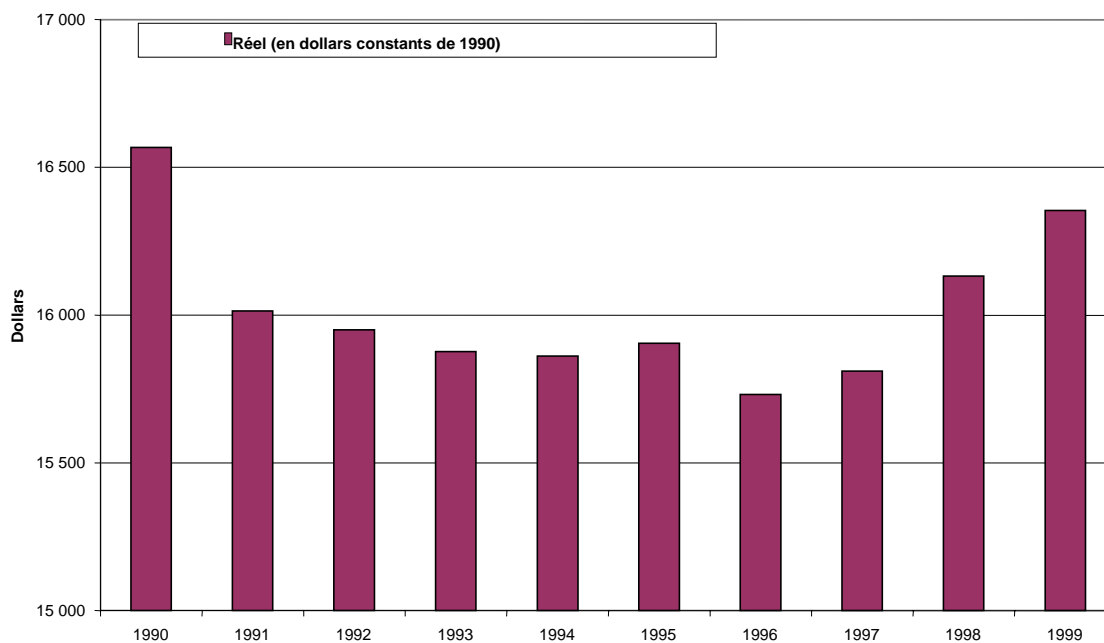
Le revenu disponible réel, qui a diminué entre 1990 et 1996, a aussi exercé une influence macroéconomique. Même si le revenu réel augmente depuis 1996, le revenu disponible réel en 1998 était quand même inférieur à celui de 1990. L'alimentation étant dans une certaine mesure une nécessité, on s'attend donc à ce que les consommateurs diminuent leurs dépenses dans d'autres domaines afin de maintenir leur consommation d'aliments à un certain niveau. De fait, la figure 3 révèle que les dépenses alimentaires des consommateurs (dans les épiceries) sont demeurées fortes par rapport aux dépenses non alimentaires dans le commerce de détail (grands magasins) et au revenu disponible nominal pendant cette période. S'il est vrai que le type d'aliment acheté peut changer, en ce sens que les consommateurs peuvent remplacer des aliments de base, comme la farine d'avoine et le poulet entier, par des aliments de prix plus élevés, comme des céréales de table en boîte et des poitrines de poulet désossées, assaisonnées, sans peau et prêtes à cuire, la quantité d'aliments achetés peut ne pas diminuer.

Figure 1
Indice des prix (1990 = 100)



Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

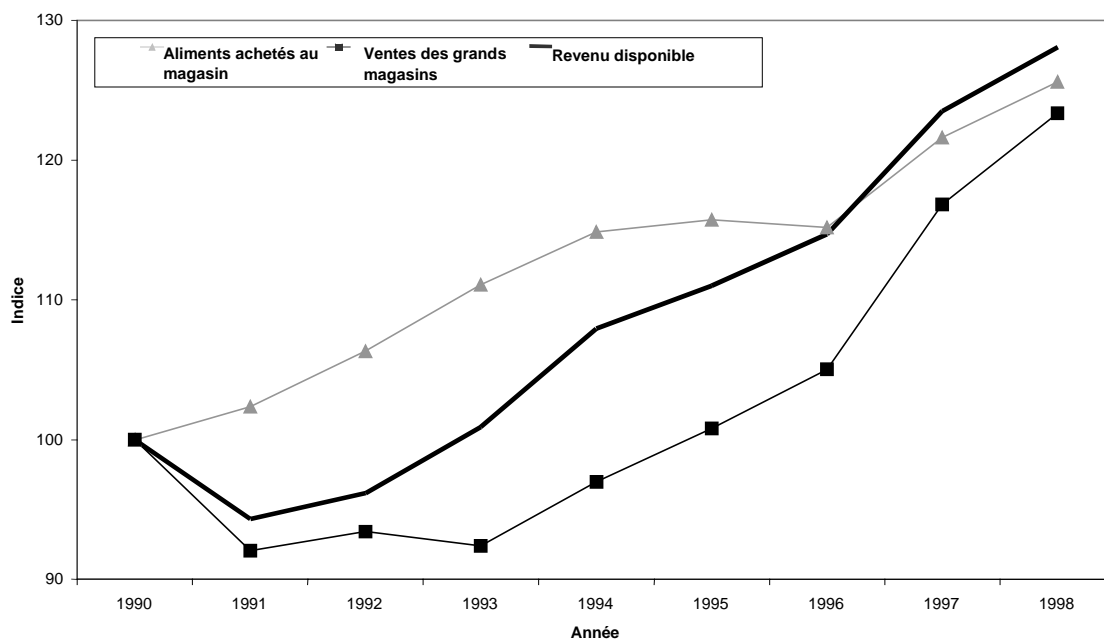
Figure 2
Revenu disponible réel des particuliers par habitant pendant les années 1990



Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Figure 3

Indice des ventes et revenu disponible par habitant en dollars courants (1990 = 100)



Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Commerce de détail des aliments

Dans l'ensemble, le secteur du commerce de détail des aliments a affiché un meilleur rendement que le secteur du commerce de détail de produits non alimentaires et l'économie en général entre 1990 et 1998. Les détaillants en alimentation ont connu un rendement moyen de 12,15 % pendant la décennie, alors que le rendement moyen s'établissait à 7,33 % pour l'économie en général et à 6,99 % pour les détaillants de produits non alimentaires⁹. Le commerce de détail des aliments a atteint les objectifs de la rentabilité même si le prix des aliments a augmenté plus lentement que les prix en général depuis 1990. Puisque les aliments sont un bien nécessaire, on s'attendrait à ce que les industries liées à l'alimentation présentent un niveau de rentabilité très peu variable. Cependant, le secteur du commerce de détail des aliments n'a pas été entièrement épargné par la récession économique du début des années 1990 (figure 4). Les secteurs du commerce de détail des aliments et de produits non alimentaires ont vu leur rentabilité diminuer de beaucoup au cours de cette période.

La figure 4 présente le rendement relatif de l'économie en général, du secteur de commerce de détail de produits non alimentaires et du secteur de commerce de détail des aliments pendant les années 1990. Pour chaque secteur, le niveau de la rentabilité observé en 1998 était très près de celui qu'on avait observé en 1991. Toutefois, il a fluctué énormément pendant la période intermédiaire. Le commerce de détail des aliments suit la tendance de l'ensemble de l'économie au cours de la période, mais après 1994, l'écart entre son rendement et celui de l'économie en général s'agrandit. La rentabilité du secteur de détail de produits non alimentaires a largement fluctué entre 1990 et 1998. Le secteur du commerce de détail de produits non alimentaires a pu ne pas suivre un cycle économique normal dans les années 1990; même quelques-uns des plus grands détaillants de produits non alimentaires ont connu tellement de difficultés qu'ils ont éventuellement dû fermer leurs portes et liquider leur entreprise.

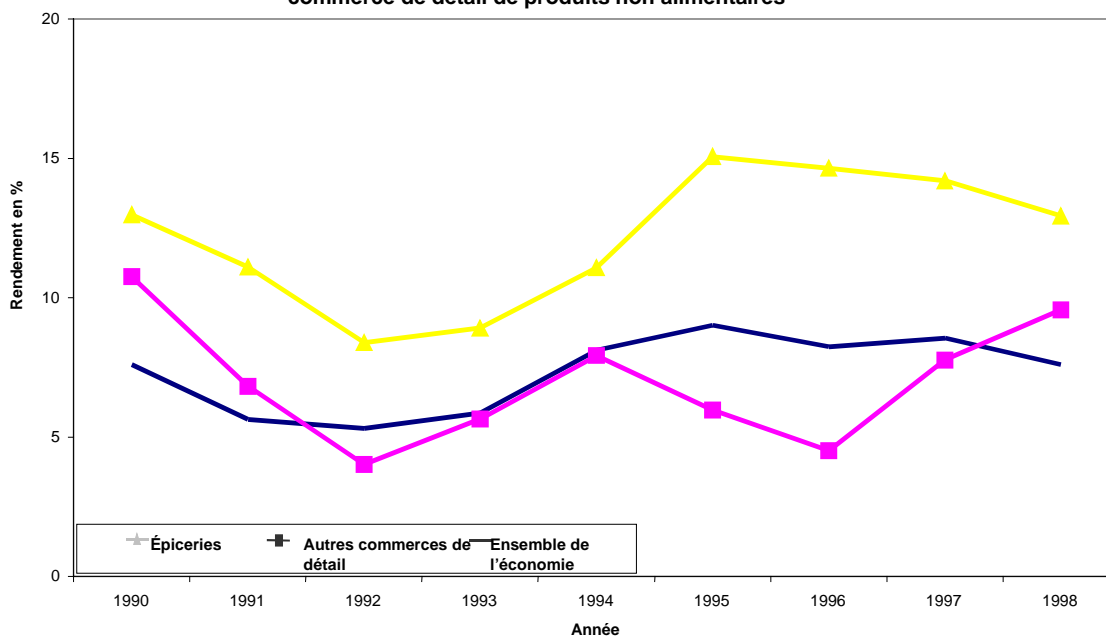
Dans le secteur du commerce de détail des aliments, le niveau de rentabilité varie énormément selon la taille, comme l'indique la figure 5. En moyenne, la tendance générale du commerce de détail des aliments est semblable à celle des grands détaillants en alimentation (figure 5), faisant ainsi ressortir le fait que les grands détaillants en alimentation dominent le secteur du commerce de détail des aliments. Entre 1990 et 1998, le taux de rendement moyen du capital à long terme s'établissait à 7,96 % pour les petites entreprises, à 7,29 % pour les moyennes entreprises¹⁰ et à 14,41 % pour les grandes entreprises. Malgré l'écart marqué entre la rentabilité des grandes entreprises et celle des autres entreprises, le rendement des détaillants en alimentation de petite et moyenne tailles a quand même dépassé celui de l'ensemble de l'économie. Pour toutes les petites entreprises de l'économie en général, le taux de rendement s'est fixé à 5,92 %, ou deux points de pourcentage de moins que le taux de rendement des petits détaillants en alimentation. Le taux de rendement moyen de toutes les moyennes entreprises au Canada

9. Les taux de rendement figurent dans le tableau 1 de l'annexe I.

10. On se rappellera que les petites entreprises ont un chiffre d'affaires de moins de 10 millions de dollars, les moyennes entreprises, un chiffre d'affaires situé entre 10 millions de dollars et 100 millions de dollars, et les grandes entreprises, un chiffre d'affaires de plus de 100 millions de dollars.

a atteint 6,44 %, presque un point de pourcentage de moins que le rendement affiché par les détaillants en alimentation de taille moyenne¹¹.

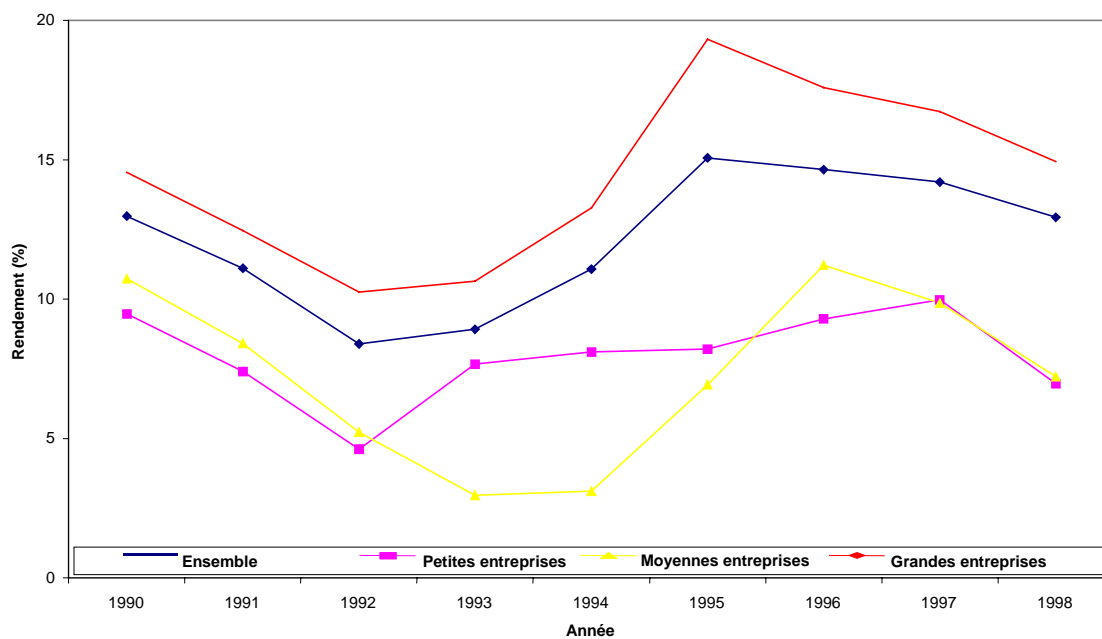
Figure 4
Taux de rendement de l'ensemble de l'économie, du commerce de détail des aliments et du commerce de détail de produits non alimentaires



Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

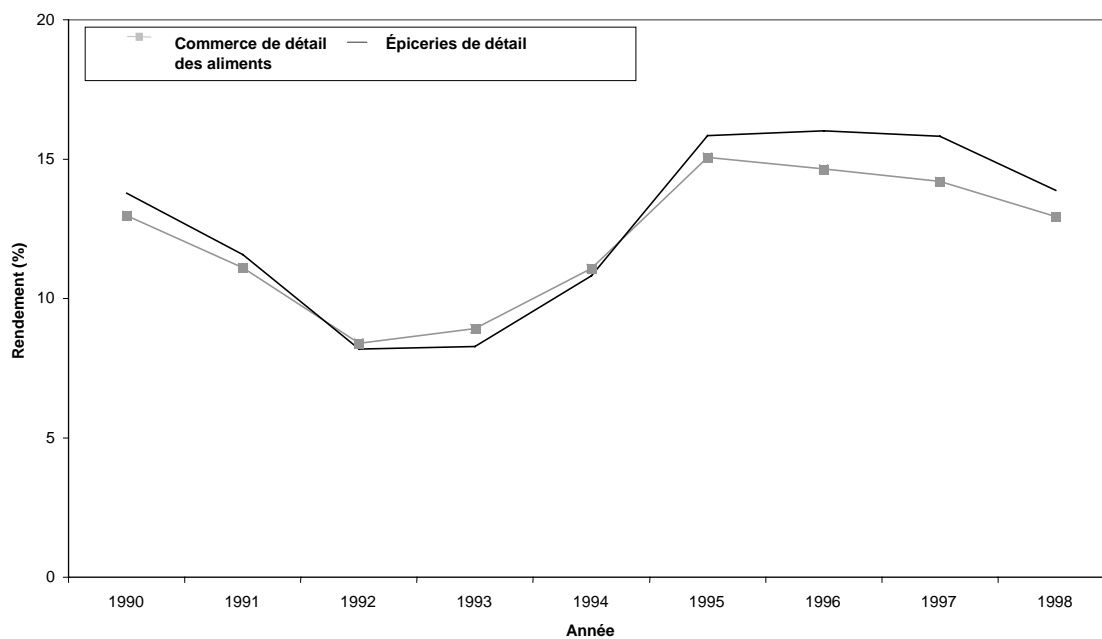
11. Les petits détaillants de produits non alimentaires ont mieux fait que leurs homologues du secteur de commerce de détail d'aliments, affichant un rendement de 8,98 %, tandis que les détaillants de produits non alimentaires de taille moyenne ont connu un taux de rendement moyen de 7,45 % pendant la période. Pour une comparaison plus détaillée, prière de se reporter aux tableaux 2, 3 et 4 de l'annexe I.

Figure 5
Taux de rendement du commerce de détail des aliments selon la catégorie de taille



Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Figure 6
Rendement du commerce de détail des aliments et des épiceries de détail

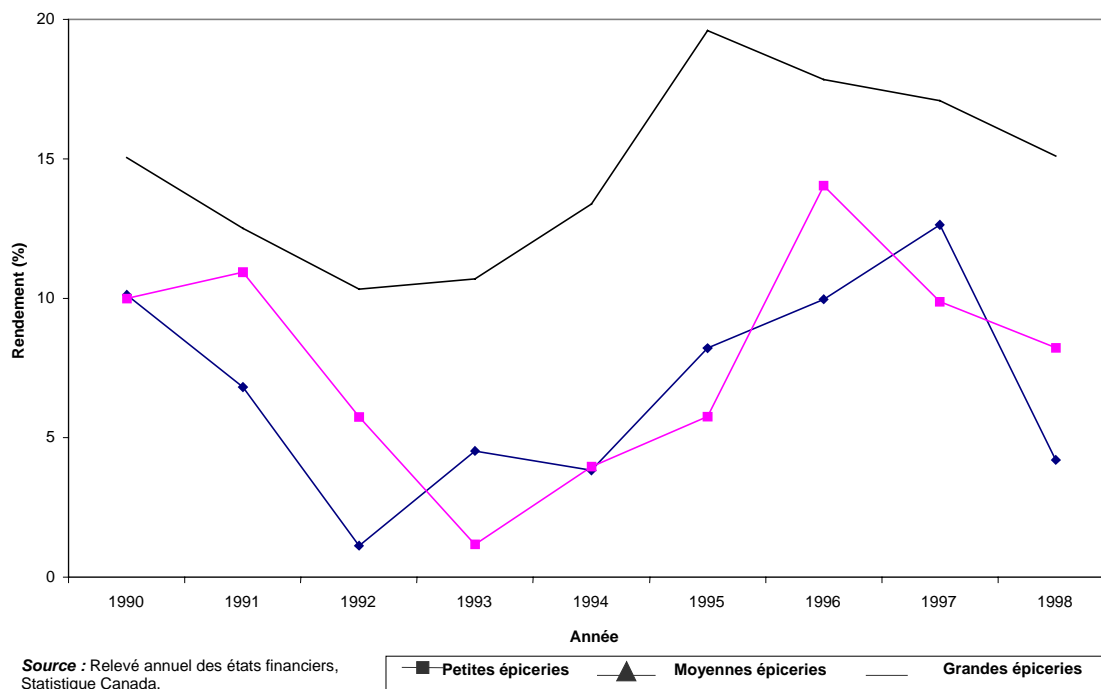


Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Épiceries

Compte tenu du problème de la concentration accrue chez les épiciers, on a évalué séparément le rendement des épiceries. Même s'il fait partie du commerce de détail des aliments, le secteur des épiceries de détail en est fort différent. Les épiciers-détaillants offrent une grande diversité de produits alimentaires et d'articles généraux de maison. Le commerce de détail des aliments, de son côté, comprend aussi des magasins qui vendent uniquement un certain type d'aliments, comme des magasins d'aliments naturels et des boulangeries-pâtisseries, ainsi que des détaillants qui vendent des produits non ménagers, comme des stations-service. Dans l'ensemble, le rendement des épiceries de détail et celui du commerce de détail des aliments suivent une tendance similaire (figure 6). Le taux de rendement moyen des épiciers s'est établi à 12,68 % pendant les années 1990, suivant de très près celui (12,15 %) des détaillants en alimentation. Dans une large mesure, cela signifie que les épiceries de détail représentaient 92 % des ventes d'aliments au détail.

Figure 7
Rendement des épiciers-détaillants selon la catégorie de taille



En moyenne, le taux de rendement des grandes épiceries s'est fixé à 14,61 % entre 1990 et 1998. Par comparaison, le taux de rendement des moyennes épiceries a atteint en moyenne 7,75 % et celui des petites épiceries, 6,82 % pendant la même période. La figure 7 présente les rendements relatifs par catégorie de taille. Les résultats sont passablement similaires à ceux du commerce de détail des aliments (voir la figure 5) au cours des années 1990. Le rendement des petits épiciers pendant cette période représente la seule différence considérable. Les petits épiciers, affichant un taux de rendement de 6,82 %, ont moins bien réussi que les petits détaillants en alimentation en général (7,96 %), et leur rendement a été fort instable pendant cette période. Cette situation

s'explique en partie par la nature de l'activité exercée par les petits détaillants en alimentation. En effet, ces derniers sont surtout des dépanneurs et des magasins d'aliments spécialisés qui ne font pas une concurrence directe aux grandes chaînes d'épicerie pour une part du marché. Toutefois, malgré leur rendement variable et leur faible taux de rendement, les petits épiciers ont quand même obtenu de meilleurs résultats que la moyenne pour l'ensemble de l'économie, (5,93 %) entre 1990 et 1998. Chez les épiciers de taille moyenne, le rendement (7,75 %) a été à peu près égal à celui des détaillants en alimentation de taille moyenne (7,29 %). Les grands épiciers, ayant enregistré un taux de rendement moyen de 14,61 % au cours des années 1990, ont obtenu de meilleurs résultats que les grands détaillants en alimentation qui, en général, ont affiché un rendement moyen de 14,41 %.

Comparaisons internationales

Deux autres études ont servi à examiner les rendements des grands détaillants. Dans la première étude réalisée par Bert et Sparks (1997), on a analysé les grandes épicerie à succursales en France et en Angleterre. Les résultats révèlent qu'entre 1988 et 1993, les six plus grandes chaînes ont affiché un taux de rendement moyen de 18,72 % en France et de 20,62 % en Angleterre. Au Canada, le taux de rendement moyen des six plus grandes chaînes s'est établi à 12,02 % entre 1990 et 1993. La deuxième étude, réalisée par la commission de la concurrence du Royaume-Uni, indique que les grands supermarchés du Royaume-Uni ont connu un taux de rendement moyen de 17,67 % entre 1993 et 1998. En comparaison, le taux de rendement moyen au Canada pour la même période s'est établi à 19,93 %. Même si les chiffres ne sont pas entièrement comparables à cause des écarts quant aux pratiques comptables et aux lois fiscales d'un pays à l'autre¹², il semblerait que les épiciers au Canada ont moins bien réussi que leurs homologues étrangers au début des années 1990, mais qu'ils les ont dépassés vers la fin de la décennie.

Conclusions

Les épicerie de détail représentent un élément important du commerce de détail des aliments, et les deux ont affiché des taux de rendement (12,68 % et 12,15 % respectivement) beaucoup plus élevés que ceux du commerce de détail de produits non alimentaires (6,99 %) ou de l'économie en général (7,33 %). Le rendement supérieur des épicerie de détail et du commerce de détail des aliments s'explique en grande partie par le rendement des grandes entreprises, qui était presque deux fois supérieur à ceux des petites et moyennes entreprises. Par comparaison, les grands détaillants de produits non alimentaires ont moins bien fait que les petits et moyens détaillants de leur groupe.

La rentabilité supérieure des grandes épicerie et des détaillants en alimentation nous laisse un peu songeurs étant donné que les prix des aliments ont augmenté moins rapidement que le prix des articles de consommation en général, sous-entendant par là

12. Les taux utilisés dans cette étude et dans les deux études comparatives sont presque identiques. La principale différence tient à la réglementation des dépenses aux dispositions des lois fiscales en vigueur dans les différents pays.

que le prix réel des aliments a diminué. D'une part, cette baisse du prix relatif des aliments laisse croire que les épiciers ne réalisent pas des bénéfices de monopole sur le dos des consommateurs.

Toutefois, si les prix ne peuvent expliquer la rentabilité croissante du secteur du commerce de détail des aliments, la diminution des coûts doit alors par nécessité être le facteur dominant. Il est possible de diminuer les coûts en accroissant l'efficacité, en améliorant la gestion ou en exploitant davantage une position dominante sur le marché. Malheureusement, notre étude ne traite pas en profondeur le mécanisme sous-jacent de la rentabilité dans le secteur du commerce de détail des aliments. D'autres recherches dans ce domaine s'avèreraient intéressantes.

Bibliographie

- BARZYK, F. 1996. « Le transport routier dans un marché sans frontière : profil du secteur du camionnage au Canada de 1988 à 1994 », *Le changement structurel de l'économie canadienne à l'ère de l'ALÉNA*, produit n° 61-532- XPF au catalogue de Statistique Canada, p. 89 à 106.
- COTTERILL, R. W. 1999. « Market Power and the Demsetz Quality Critique: An Evaluation for Food Retailing », *Agribusiness*, vol. 15, n° 1, p. 101 à 118.
- COTTERILL, R. W. 2000. « Dynamic Explanations of Industry Structure and Performance », *Food Marketing Research Report*, n° 53, University of Connecticut.
- DAVIES, K., C. GILLIGAN et C. SUTTON. 1985. « Structural Changes in Grocery Retailing: The Implication for Competition », *International Journal of Physical Distribution & Materials Management*, vol. 15, n° 2, p.1 à 48.
- FARRIS, P.W. et K.L. AILAWADA. 1992. « Retail Power: Monster or Mouse? », *Journal of Retailing*, vol. 64, n° 4, p. 351 à 369.
- FISHER, F.M. et J.J. MCGOWAN. 1983. « On the misuse of accounting rates of return to infer monopoly profits », *American Economic Review*, vol. 1, mars, p.82 à 97.
- FRANCES, J. et E. GARNSEY. 1996. « Supermarkets and Suppliers in the United Kingdom: System Integration, Information and Control », *Accounting, Organizations and Society*, vol. 21, n° 6, p. 591 à 610.
- GIRAUD-HERAUD, E., L.-G. SOLER, et H. TANGUY. 1999. « Avoiding double marginalisation in agro-food chains », *European Review of Agricultural Economics*, vol. 26, n° 2, p. 179 à 198
- HENDRICKSON, M. et autres. 2001. « Consolidation in Food Retailing and Dairy: Implications for Farmers and Consumers in a Global Food System », Department of Rural Sociology, University of Minnesota. Document rédigé à l'intention de la National Farmers Union.
- HYDE, C. E. et J. M. PERLOFF. 1994. « Can Monopsony Power be Estimated? », *American Journal of Agricultural Economics*, vol 76, n° 5, p. 1151 à 1155.
- KAPLER, J.K. 2000. « Measuring the Economic Rate of Return on Assets », *Review of Industrial Organization*, vol. 17, n° 2, p.457 à 643.
- KAY, J.A. et C.P. MAYER. 1986. « On the Application of Accounting Rates of Return », *The Economic Journal*, vol. 96, n° 1, p. 199 à 207.

- KINSEY, J. 1998. *Concentration of Ownership on Food Retailing: A Review of the Evidence about Consumer Impact*, The Retail Food Industry Centre, University of Minnesota. Document de travail 98-04.
- LARSON, R. B. 1997. *Key Developments in the Food Distribution System*, University of Minnesota Retail Food Industry Centre. Document de travail 97-08.
- LITTLE, D. et L. BENNETT. 2000. « La concurrence dans les services de restauration durant les années 90 », *Indicateurs des services*, produit n° 63-016-XPB au catalogue de Statistique Canada, 4^e trimestre de 1999, p.19 à 38.
- McFARLAND, J. 1998. « Grocers brace for a food fight », *The Globe and Mail*, samedi, le 31 octobre 1998, p. B1, B13.
- MESSINGER, P. R. et C. NARASIMHAN. 1995. « Has Power Shifted in the Grocery Channel? », *Marketing Science*, vol. 14, n° 2, p. 189 à 223.
- RUDE, J. et M. FULTON. 2001. « Concentration and Market Power in Canadian Agribusiness ». Présentation à l'occasion du NAFTA Policy Dispute and Information Consortium's 7th Annual Workshop, 14 au 17 février 2001, Tucson, Arizona.
- SEXTON, R. J. 2000. « Industrialisation and Consolidation in the U.S. Food Sector », *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 82, n° 5, p. 1087 à 1104.
- SHY, OZ. 1996. *Industrial Organization: Theory and Applications*, Cambridge MIT Press.
- SUTTON, J. 1991. *Sunk costs and Market Structure*, Cambridge MIT Press.
- SYNDICAT NATIONAL DES CULTIVATEURS. 2000. « The Farm Crisis, EU Subsidies and Agri-business Market Power ». Rapport présenté au Comité sénatorial permanent de l'agriculture et des forêts.
- THUROW, L. 1991. « Abolish the Antitrust Laws », *Dun's bulletin*, février 1991, p. 72 à 74.
- WALDIE, P. 1998. « Loblaws gobbles up biggest Quebec grocer », *The Globe and Mail*, samedi, le 31 octobre 1998, p. A1, A8.

Annexe I

Taux de rendement

Tableau 1				
Taux de rendement par secteur : toutes les entreprises				
Année	Économie	Commerce de détail de produits non alimentaires	Commerce de détail des aliments	Épiceries de détail
1990	7,61	10,76	12,98	13,78
1991	5,63	6,82	11,11	11,57
1992	5,31	4,02	8,39	8,18
1993	5,86	5,65	8,91	8,28
1994	8,12	7,92	11,08	10,81
1995	9,02	5,96	15,07	15,83
1996	8,25	4,52	14,64	16,01
1997	8,55	7,77	14,20	15,82
1998	7,61	9,56	12,93	13,88
Moyenne (1990 à 1998)	7,33	6,99	12,15	12,68

Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Tableau 2				
Taux de rendement par secteur : petites entreprises				
Année	Économie	Commerce de détail de produits non alimentaires	Commerce de détail des aliments	Épiceries de détail
1990	7,24	12,74	9,47	10,13
1991	6,01	9,49	7,40	6,81
1992	4,58	6,46	4,61	1,13
1993	4,63	7,51	7,66	4,52
1994	5,92	7,76	8,10	3,83
1995	6,76	8,41	8,20	8,21
1996	7,08	8,86	9,29	9,97
1997	3,90	9,56	9,97	12,63
1998	7,05	10,07	6,97	4,20
Moyenne (1990 à 1998)	5,93	8,98	7,96	6,82

Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Tableau 3				
Taux de rendement par secteur : moyennes entreprises				
Année	Économie	Commerce de détail de produits non alimentaires	Commerce de détail des aliments	Épiceries de détail
1990	6,33	8,16	10,72	9,99
1991	4,65	4,38	8,40	10,94
1992	5,40	3,52	5,22	5,74
1993	5,86	9,06	2,96	1,18
1994	7,23	8,03	3,11	3,96
1995	7,59	9,26	6,92	5,76
1996	7,54	4,49	11,22	14,04
1997	7,38	6,71	9,86	9,88
1998	6,02	13,43	7,21	8,23
Moyenne (1990 à 1998)	6,44	7,44	7,29	7,75

Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Tableau 4				
Taux de rendement par secteur : grandes entreprises				
Année	Économie	Commerce de détail de produits non alimentaires	Commerce de détail des aliments	Épiceries de détail
1990	7,87	9,79	14,55	15,04
1991	5,76	4,22	12,46	12,50
1992	5,51	1,37	10,24	10,33
1993	6,35	2,49	10,64	10,69
1994	9,22	8,05	13,26	13,37
1995	10,20	2,77	19,32	19,59
1996	8,93	0,37	17,59	17,84
1997	9,80	6,13	16,72	17,08
1998	8,31	8,43	14,93	15,10
Moyenne (1990 à 1998)	7,99	4,89	14,41	14,61

Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Annexe II

Liste des variables financières utilisées

Code CTI-C	Pondération de l'estimation	Actif total
Stocks	Passif total	Total des capitaux propres
Chiffre d'affaires	Intérêt sur la dette	Coût du matériel et fournitures
Traitements, salaires et avantages	Frais de location	Bénéfice d'exploitation
Actif à court terme total	Passif à court terme	

Les variables en gras ont servi au calcul du rendement du capital à long terme.

En ce qui concerne les variables, voici les calculs effectués :

Bénéfice d'exploitation

Capitaux propres + (passif total – passif à court terme)

Annexe III

Tailles des l'échantillons

Tableau 6				
Taille de l'échantillon par secteur : toutes les entreprises				
Année	Économie	Commerce de détail de produits non alimentaires	Commerce de détail des aliments	Épiceries de détail
1990	36 591	2 239	386	255
1991	39 774	2 609	517	303
1992	40 249	2 652	499	330
1993	40 364	2 674	479	306
1994	44 462	2 680	530	337
1995	45 937	2 690	537	336
1996	41 951	2 387	507	292
1997	37 685	1 877	399	178
1998	29 885	873	231	120

Source : Relevé annuel des états financiers, Statistique Canada.

Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural

(* La Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural est maintenant accessible dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Nos Produits et services*, puis *Documents de recherche (gratuits)* et *Agriculture*.)

N°1	(21-601-MPF80001)	Description de la méthode Theil de prévision de l'erreur quadratique moyenne pour la statistique agricole (1980) , Stuart Pursey
N° 3	(21-601-MPF81003)	Examen du Projet de l'estimation du bétail et recommandations de mesures à prendre (1981) , Bernard Rosien et Elizabeth Leckie
N° 4	(21-601-MPF84004)	Le secteur canadien des oléagineux : vue d'ensemble (1984) , Glenn Lennox
N° 5	(21-601-MPF84005)	Analyse préliminaire de la contribution des paiements directs du gouvernement dans le revenu agricole net réalisé (1984) , Lambert Gauthier
N° 6	(21-601-MPF84006)	Les caractéristiques des exploitants entrant en agriculture et leurs entreprises au sud de l'Ontario pour la période 1966 à 1976 (1984) , Jean B. Down
N° 7	(21-601-MPF84007)	Sommaire des programmes d'aide à la production agricole aux États-Unis (1984) , Allister Hickson
N° 8	(21-601-MPF84008)	Intensité de la pratique de la jachère dans les Prairies : Une analyse des données du recensement de 1981 (1984) , Les Macartney
N° 9	(21-601-MPF85009)	Évolution de la structure du secteur porcin au Canada (1985) , Mike Shumsky
N° 10	(21-601-MPF86010)	Révisions au traitement des loyers de maisons imputés dans les comptes de fermes canadiennes, 1926-1979 (1986) , Mike Trant
N° 11	(21-601-MPF92011)	L'estimateur par le quotient : explication intuitive et utilisation pour estimer les variables agricoles (1992) , François maranda et Stuart Pursey
N° 12	(21-601-MPF91012)	L'effet de la distorsion géographique causée par la règle de l'emplacement (1991) , Rick Burroughs
N° 13	(21-601-MPF91013)	La qualité des données agricoles : forces et faiblesses (1991) , Stuart Pursey
N° 14	(21-601-MPF92014)	Autres cadres d'examen des données rurales (1992) , A.M. Fuller, Derek Cook et Dr. John Fitzsimons
N° 15	(21-601-MPF93015)	Tendances et caractéristiques relatives aux régions rurales et aux petites villes du Canada (1993) , Brian Biggs, Ray Bollman et Michael McNames
N° 16	(21-601-MPF92016)	La microdynamique et l'organisation économique de la famille agricole dans le changement structurel en agriculture (1992) , Phil Ehrensaft et Ray Bollman
N° 17	(21-601-MPF93017)	Consommation de céréales et de graines oléagineuses par le bétail et la volaille, Canada et provinces, 1992 , Section du bétail et des produits d'origine animale
N° 18	(21-601-MPF94018)	Changements structurels dans le domaine agricole - Étude comparative des tendances et des modèles observés au Canada et aux États-Unis , Ray Bollman, Leslie A. Whitener et Fu Lai Tung
N° 19	(21-601-MPF94019)	Revenu total de la famille agricole selon le type d'exploitation et la taille de celle-ci, et selon la région, en 1990 (1994) , Saiyed Rizvi, David Culver, Lina Di Piéto et Kim O'Connor
N° 20	(21-601-MPF91020)	L'adaptation dans le secteur agricole au Canada (1994) , George McLaughlin
N° 21	(21-601-MPF93021)	Microdynamique de la croissance et de la décroissance des exploitations agricoles : une comparaison Canada - États-Unis , Fred Gale et Stuart Pursey
N° 22	(21-601-MPF92022)	Les structures des gains des ménages agricoles en Amérique du Nord - Positionnement pour la libéralisation des échanges , Leonard Apedaile, Charles Barnard, Ray Bollman et Blaine Calkins
N° 23	(21-601-MPF92023)	Secteur de la pomme de terre : comparaison entre le Canada et les États-Unis , Glenn Zepp, Charles Plummer et Barbara McLaughlin
N° 24	(21-601-MPF94024)	Étude comparative des données américaines et canadiennes sur la structure des fermes , Victor J. Oliveira, Leslie A. Whitener et Ray Bollman
N° 25	(21-601-MPF94025)	Méthodes statistiques de la Sous-section de la commercialisation des grains, document de travail, version 2 , Karen Gray
N° 26	(21-601-MPF94026)	Rendement des exploitations agricoles : Estimations établies à partir de la base de données complètes sur les exploitations agricoles , W. Steven Danford
N° 27	(21-601-MPF94027)	La mesure de l'emploi touristique dans les régions rurales , Brian Biggs

Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural (suite)

(* La Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural est maintenant accessible dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Nos Produits et services*, puis *Documents de recherche (gratuits)* et *Agriculture*.)

N° 28*	(21-601-MIF95028)	Délimitation de l'écoumène agricole canadien de 1991 , Timothy J. Werschler
N° 29	(21-601-MPF95029)	Étude cartographique de la diversité des économies rurales : une typologie préliminaire du Canada rural , Liz Hawkins
N° 30*	(21-601-MIF96030)	Structure et tendances de l'emploi rural au Canada et dans les pays de l'OCDE , Ron Cunningham et Ray D. Bollman
N° 31*	(21-601-MIF96031)	Une nouvelle approche pour les régions autres que les RMR/AR , Linda Howatson-Leo et Louise Earl
N° 32	(21-601-MPF96032)	L'emploi dans l'agriculture et ses industries connexes en région rurale : structure et changement 1981-1991 , Sylvain Cloutier
N° 33*	(21-601-MIF98033)	Exploiter une ferme d'agrément - pour le plaisir ou le profit? , Stephen Boyd
N° 34*	(21-601-MIF98034)	Utilisation de la technologie d'imagerie documentaire dans le recensement canadien de l'agriculture de 1996 , Mel Jones et Ivan Green
N° 35*	(21-601-MIF98035)	Tendances de l'emploi au sein de la population active non métropolitaine , Robert Mendelson
N° 36*	(21-601-MIF98036)	La population des milieux ruraux et des petites villes s'accroît pendant les années 90 , Robert Mendelson et Ray D. Bollman
N° 37*	(21-601-MIF98037)	La composition des établissements commerciaux dans les petites et les grandes collectivités du Canada , Robert Mendelson
N° 38*	(21-601-MIF98038)	Le travail hors ferme des exploitants de fermes de recensement : Aperçu de la structure et profils de mobilité , Michael Swidinsky, Wayne Howard et Alfons Weersink
N° 39*	(21-601-MIF99039)	Le capital humain et le développement rural : quels sont les liens? , Ray D. Bollman
N° 40*	(21-601-MIF99040)	Utilisation de l'ordinateur et d'Internet par les membres des ménages ruraux , Margaret Thompson-James
N° 41*	(21-601-MIF99041)	Les cotisations aux REER des producteurs agricoles canadiens en 1994 , Marco Morin
N° 42*	(21-601-MIF99042)	Intégration des données administratives et des données d'enquête de recensement , Michael Trant et Patricia Whitridge
N° 43*	(21-601-MIF01043)	La dynamique du revenu et de l'emploi dans le Canada rural : le risque de la pauvreté et de l'exclusion , Esperanza Vera-Toscano, Euan Phimister et Alfons Weersink
N° 44*	(21-601-MIF01044)	Migration des jeunes ruraux entre 1971 et 1996 , Juno Tremblay
N° 45*	(21-601-MIF01045)	Évaluation du bien-être économique des Canadiens ruraux au moyen d'indicateurs de revenu , Carlo Rupnik, Margaret Thompson-James et Ray D. Bollman
N° 46*	(21-601-MIF01046)	Tendances géographiques du bien-être socioéconomique des collectivités des Premières nations , Robin P. Armstrong
N° 47*	(21-601-MIF01047)	Répartition et concentration des animaux de ferme au Canada , Martin S. Beaulieu
N° 48*	(21-601-MIF01048)	Élevage intensif des animaux de ferme : la taille de l'exploitation a-t-elle son importance? , Martin S. Beaulieu
N°49*	(21-601-MIF01049)	La statistique agricole au service du développement rural , Ray D. Bollman
N°50*	(21-601-MIF01050)	Situation relative à l'emploi dans les régions rurales et les petites villes : Structure par industrie , Roland Beshiri et Ray D. Bollman
N°51*	(21-601-MIF01051)	Le temps passé au travail : Comment les agriculteurs jonglent avec leur temps et incidences sur le revenu familial total , Sylvain Cloutier
N°52*	(21-601-MIF01052)	Le profil des producteurs de maïs-grain et de soya génétiquement modifiés au Québec et en Ontario , Bernard Hategekimana
N°53*	(21-601-MIF01053)	Intégration des marchés des bovins du Canada et des États-Unis , Rita Athwal

Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural (fin)

(* La *Série de documents de travail sur l'agriculture et le milieu rural* est maintenant accessible dans le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca) sous *Nos Produits et services*, puis *Documents de recherche (gratuits) et Agriculture*.)

- | | | |
|-------|-------------------|--|
| N°54* | (21-601-MIF01054) | Maïs-grain et soya génétiquement modifiés au Québec et en Ontario en 2000 et 2001 , Bernard Hategekimana |
| N°55* | (21-601-MIF01055) | Tendances migratoires récentes dans les régions rurales et petites villes du Canada , Neil Rothwell et autres |