



N° du catalogue: 63-008-XIF

# Commerce de gros

Février 2004



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Commerce de gros, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone: (613) 951-3549).

Pour obtenir des informations sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements **1 800 263 1136**

Service national d'appareils de télécommunication pour les malentendants **1 800 363 7629**

Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt **1 800 700 1033**

Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt **1 800 889 9734**

Renseignements par courriel **[infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)**

Site Web **[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**

## Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-008-XIF au catalogue est publié mensuellement sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada au prix de 15 \$ CAN l'exemplaire et de 150,00\$ CAN pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires à **[www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)**, sous la rubrique Produits et services.

Ce produit est aussi disponible en version imprimée par l'entremise du service d'Impression sur demande, au prix de 45,00\$ CAN. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada:

**États-Unis:** 6 \$ CAN l'exemplaire et un abonnement annuel à un prix de 72\$ CAN.

**Autre pays:** 10 \$ CAN l'exemplaire et un abonnement annuel à un prix de 120\$ CAN.

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267 6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287 4369**
- Courriel **[infostats@statcan.ca](mailto:infostats@statcan.ca)**
- Poste: Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

## Normes de service au public

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistique Canada  
Commerce de gros

# Commerce de gros

Février 2004

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2004

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

Avril 2004

N° 63-008-XIF au catalogue, vol. 67, n° 2

ISSN 1710-6400

Périodicité : mensuelle

Ottawa

This publication is available in English upon request (Catalogue no. 63-008-XIE).

---

#### **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.*

## 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) où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
- P préliminaire
- r rectifié
- x confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*
- E à utiliser avec prudence
- F trop peu fiable pour être publié

### Remerciements

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **R. Lussier**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Evans**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **Catherine Mamay**, chef de section intérimaire, Section du commerce de gros, Division de la statistique du commerce
- **Jean Lebreux**, économiste, auteur de cette publication.

# Table des matières

---

<b>Faits saillants</b>	<b>5</b>
<b>Analyse</b>	<b>6</b>
Les ventes des grossistes du secteur de l'automobile affichent une seconde baisse consécutive	7
Les ventes d'ordinateurs et de produits électroniques enregistrent une baisse	7
Malgré la hausse des ventes de machinerie industrielle observée en février, la tendance faiblit	7
Les ventes en gros liées au marché immobilier augmentent en février	7
La légère diminution des ventes en gros touche la moitié des provinces	8
Le ratio des stocks aux ventes augmente pour un deuxième mois consécutif	8
Graphique 1. Wholesale sales	6
Graphique 2. Inventory-to-sales ratio	7
Graphique 3. Inventories	8
<b>Produits connexes</b>	<b>10</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1-1 Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Ventes	12
1-2 Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Variation en % depuis le mois précédent	13
1-3 Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Variation en % depuis l'année précédente	14
2-1 Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées - Ventes	15
2-2 Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées - Variation en % depuis l'année précédente	16
3-1 Marchands de gros, taux de réponse pondéré (périodes courantes)	17
3-2 Marchands de gros, coefficient de variation (périodes courantes)	18
4-1 Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Stocks	19
4-2 Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Variation en % depuis le mois précédent	19
4-3 Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Variation en % depuis l'année précédente	20
5-1 Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés - Stocks	21
5-2 Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés - Variation en % depuis l'année précédente	21
6-1 Marchands de gros, rapport stocks/vents, désaisonné, selon le groupe de commerce	22
6-2 Marchands de gros, rapport stocks/vents, désaisonné, selon le groupe de commerce	22

## Table des matières – suite

7-1	Marchands de gros, taux de réponse pondéré des stocks (périodes courantes)	23
7-2	Marchands de gros, coefficient de variation des stocks (périodes courantes)	23

## Qualité des données, concepts et méthodologie

	Introduction	24
	Définitions et concepts	25
	Méthodologie de l'enquête	26
	Fiabilité des données	28
	Autres questions relatives à l'enquête	31

## Appendice

I.	Couverture des groupes de commerce	33
----	------------------------------------	----

## Faits saillants

---

- En février, les ventes en gros de biens et de services ont connu une légère baisse de 0,3 % pour atteindre 35,7 milliards de dollars. Ce recul est le troisième à être enregistré par les grossistes au cours des quatre derniers mois. Comme pour le mois précédent, la baisse observée en février a été largement attribuable au secteur des véhicules automobiles, des pièces et des accessoires. Si l'on exclut ce secteur d'activité, les ventes ont enregistré une hausse de 0,4 %.

# Analyse

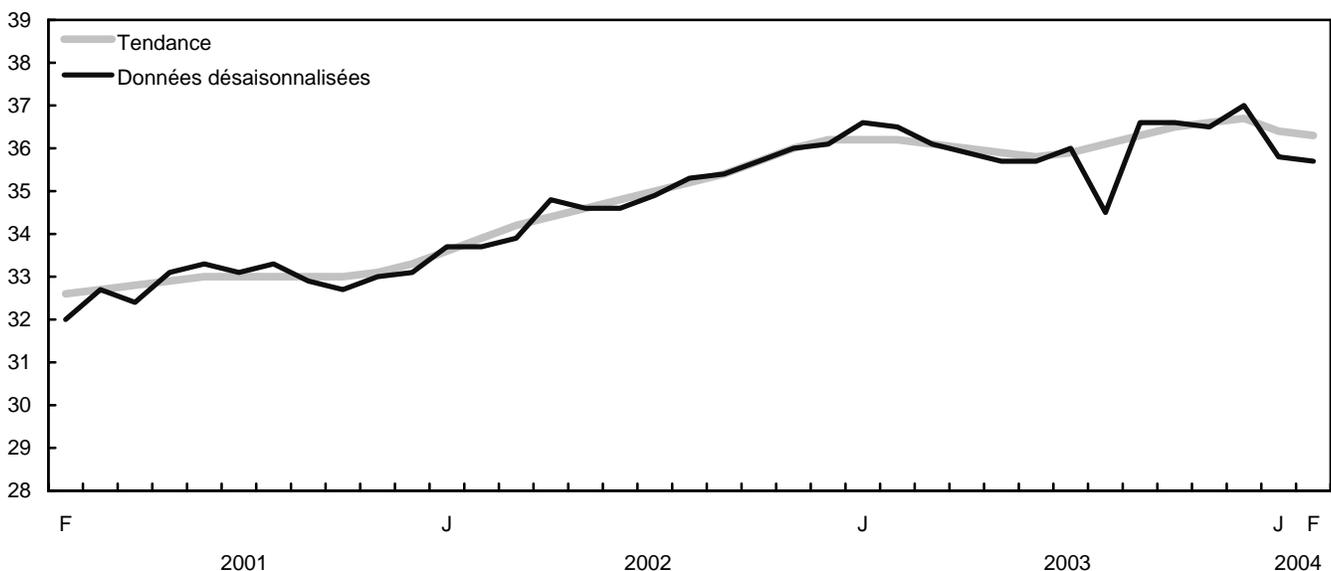
En février, les ventes en gros de biens et de services ont connu une légère baisse de 0,3 % pour atteindre 35,7 milliards de dollars. Ce recul est le troisième à être enregistré par les grossistes au cours des quatre derniers mois. Comme pour le mois précédent, la baisse observée en février a été largement attribuable au secteur des véhicules automobiles, des pièces et des accessoires. Si l'on exclut ce secteur d'activité, les ventes ont enregistré une hausse de 0,4 %.

Depuis février 2003, les ventes des grossistes sont généralement à la baisse. Cette chute est attribuable en grande partie au secteur de l'automobile. En excluant ce secteur d'activité, la croissance moyenne des ventes totales s'est établie à 0,2 % pour les douze derniers mois.

## Graphique 1

### Ventes des grossistes

Milliards de \$



En février, 6 des 11 groupes de commerce, représentant environ 66 % du total des ventes, ont enregistré un repli. Outre le secteur de l'automobile (-3,6 %), ceux qui ont le plus contribué à la baisse pour ce qui est de la valeur sont le secteur des ordinateurs, des logiciels et d'autres équipements électroniques (-3,1 %) et celui des boissons, des médicaments et du tabac (-1,7 %).

### Note aux lecteurs

Les estimations de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros reposent sur la Classification type des industries de 1980.

La diminution des ventes de ces groupes de commerce a été contrebalancée en partie par des hausses dans la vente de bois d'oeuvre et des matériaux de construction (+4,0 %), de machinerie industrielle (+2,2 %), ainsi que de métaux et d'articles de quincaillerie (+3,8 %).

En dollars constants, les ventes des grossistes se sont repliées de 0,7 % en février.

## Les ventes des grossistes du secteur de l'automobile affichent une seconde baisse consécutive

Les ventes du secteur de l'automobile ont connu une autre baisse en février (-3,6 %). Ce recul est survenu à la suite de celui enregistré en janvier (-12,2 %). Tout comme le mois précédent, le haut niveau d'inventaire des concessionnaires a continué d'avoir un impact sur les ventes des grossistes.

## Les ventes d'ordinateurs et de produits électroniques enregistrent une baisse

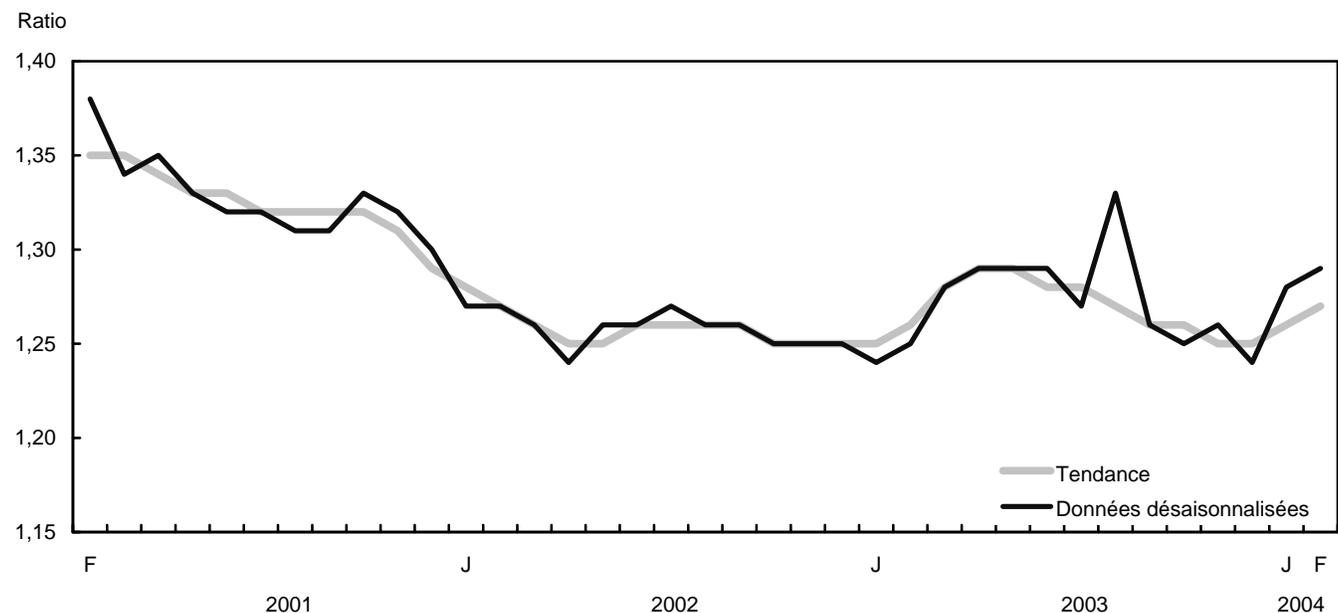
Les ventes du secteur des ordinateurs et des produits électroniques ont diminué de 3,1 %, après être demeurées stables en janvier (+0,1 %). Il s'agit d'une deuxième baisse au cours des trois derniers mois. L'année 2003 avait néanmoins été bénéfique pour ces grossistes, puisque leurs ventes avaient connu une première hausse annuelle en quatre ans. La croissance des ventes a été en partie attribuable au lancement de nouveaux produits, à la diminution des prix ainsi qu'à une certaine reprise de la demande pour les ordinateurs.

## Malgré la hausse des ventes de machinerie industrielle observée en février, la tendance faiblit

Les grossistes spécialisés en machinerie industrielle ont enregistré une augmentation de 2,2 % de leurs ventes. Depuis novembre 2003, les ventes ont commencé à afficher des signes de faiblesse, à la suite d'une hausse pratiquement ininterrompue ayant débuté à l'été 2002 pour se terminer en octobre 2003. Les deuxième et troisième trimestres de l'année 2003 avaient été particulièrement bénéfiques puisque les entreprises avaient considérablement accru leurs dépenses en machinerie industrielle, en raison surtout des bas taux d'intérêt qui, conjugués à la forte devise canadienne, avaient favorisé l'investissement en machinerie importée.

Graphique 2

### Ratio des stocks aux ventes



En février, les mises en chantier ont connu une hausse de près de 10 % selon la Société canadienne d’hypothèques et de logement. De plus, l’Association canadienne de l’immeuble a annoncé une première hausse du marché de la revente de maisons pour la première fois depuis octobre 2003.

### La légère diminution des ventes en gros touche la moitié des provinces

En février, cinq provinces ont affiché une baisse des ventes en gros. Les chutes les plus importantes ont été enregistrées en Saskatchewan (-3,1 %), à Terre-Neuve-et-Labrador (-2,9 %) et au Nouveau-Brunswick (-1,2 %). La diminution des ventes des grossistes en Saskatchewan est largement attribuable, tout comme lors des deux mois précédents, au secteur des biens divers (produits chimiques et autres fournitures agricoles).

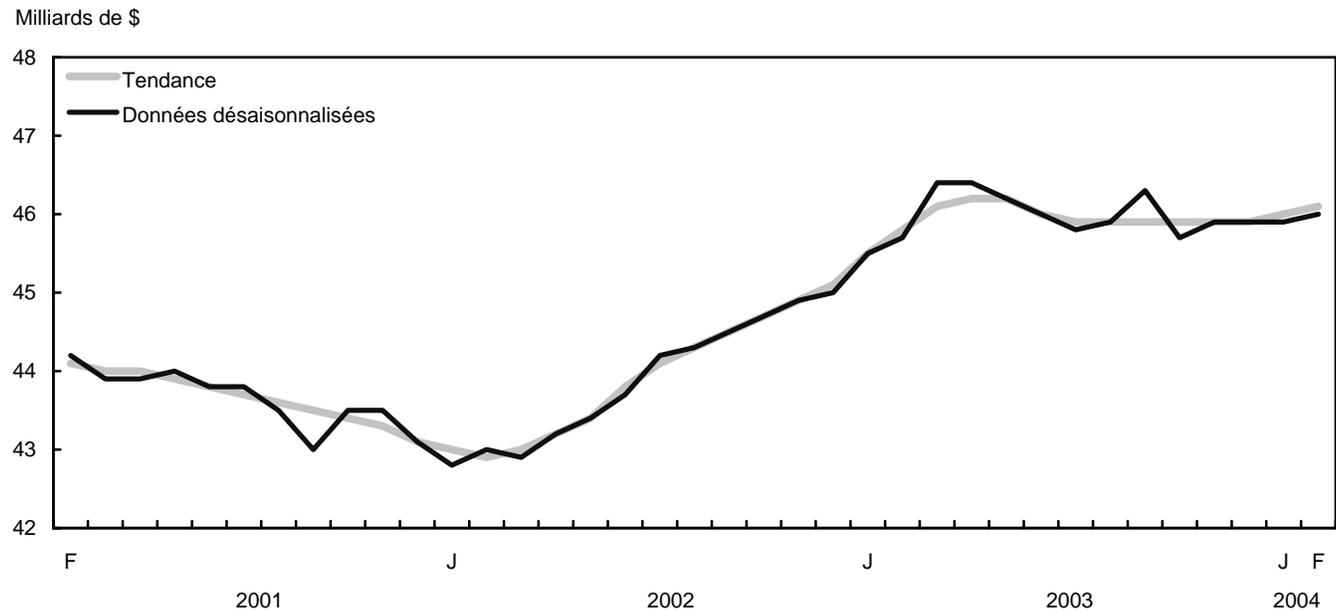
De leur côté, les grossistes de Terre-Neuve-et-Labrador et du Nouveau-Brunswick ont répertorié des baisses dans le secteur de l’automobile ainsi que dans celui des boissons, des médicaments et du tabac.

La baisse des ventes des grossistes en Ontario (-1,1 %) est grandement attribuable au secteur de l’automobile. Plus de 75 % du groupe de commerce des véhicules automobiles, des pièces et des accessoires est concentré dans cette province.

La forte hausse observée en Nouvelle-Écosse (+3,4 %) a été en partie attribuable à une augmentation des ventes du secteur des produits alimentaires ainsi que celui des ordinateurs et des produits électroniques. Cette hausse annule complètement la baisse de 2,7 % enregistrée en janvier. Malgré la hausse des ventes en février, la tendance des ventes des grossistes de cette province est généralement en baisse depuis septembre 2003. Auparavant, les ventes avaient connu une forte période de prospérité ayant débuté en janvier 2002.

#### Graphique 3

#### Stocks



### Le ratio des stocks aux ventes augmente pour un deuxième mois consécutif

En février, le ratio des stocks aux ventes est passé à 1,29, en légère hausse comparativement à 1,28 en janvier. En excluant les effets de la panne de courant du mois d’août qui avait entraîné des difficultés de livraison, ce ratio est

le plus haut à avoir été enregistré depuis juin 2003. L'augmentation de ce ratio au cours des deux derniers mois est attribuable en partie au secteur automobile qui a plus de difficulté à écouler ses stocks auprès des détaillants.

En février, les stocks ont augmenté de 0,3 %, principalement en raison des hausses enregistrées dans le secteur de l'automobile ainsi que dans celui de la machinerie industrielle. Ces deux secteurs tendent à être les plus importants pour ce qui est de la valeur des stocks.

## Produits connexes

---

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

---

081-0001 Commerce de gros, stocks selon le groupe de commerce

081-0002 Commerce de gros, ventes selon le groupe de commerce

---

### Note au sujet de CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur la Commerce de gros (tableaux 0810001-0810002) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingues.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter CANSIM.

### Choisies parmi les enquêtes de Statistique Canada

---

2401 Enquête de commerce de gros (mensuelle)

---

### Choisies parmi les tableaux du Canada en statistiques de Statistique Canada

---

- *Le Canada en statistiques - Ventes des grossistes*
- *Le Canada en statistiques - Stocks des grossistes*
- *Le Canada en statistiques - Ventes en gros*
- *Le Canada en statistiques - Ventes en gros, Canada, provinces et territoires*
- *Le Canada en statistiques - Inventaire des grossistes*

## Tableaux statistiques

---

Tableau 1-1

Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Ventes

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003	2004 Cumulatif
millions de dollars					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Produits alimentaires	5 679	5 699	5 620	5 718	11 378
Boissons, médicaments et tabac	3 553	3 615	3 566	3 481	7 168
Vêtements et articles de mercerie	601	609	649	632	1 210
Articles ménagers	1 022	1 022	1 031	1 043	2 044
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5 928	6 153	7 008	6 653	12 081
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	2 264	2 181	2 158	2 098	4 445
Bois et matériaux de construction	3 143	3 022	3 129	3 069	6 165
Machines, matériel et fournitures agricoles	663	646	661	675	1 309
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5 018	4 909	5 066	5 103	9 927
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	2 724	2 812	2 810	2 840	5 536
Produit divers	5 150	5 174	5 269	5 231	10 323
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>35 744</b>	<b>35 841</b>	<b>36 967</b>	<b>36 542</b>	<b>71 585</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	223	230	236	232	453
Île-du-Prince-Édouard	60	59	60	59	119
Nouvelle-Écosse	616	596	613	627	1 212
Nouveau-Brunswick	447	453	446	455	900
Québec	7 442	7 397	7 526	7 446	14 838
Ontario	17 518	17 708	18 450	18 173	35 227
Manitoba	1 048	1 034	1 027	1 041	2 082
Saskatchewan	941	972	995	1 079	1 913
Alberta	4 015	3 949	3 974	3 908	7 964
Colombie-Britannique	3 406	3 416	3 611	3 494	6 822
Territoire du Yukon	10	10	10	9	20
Territoires du Nord-Ouest	15	17	19	16	32
Nunavut	1	1	1	1	2

Tableau 1-2

## Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Variation en % depuis le mois précédent

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	-0,4	1,4	-1,7	0,4
Boissons, médicaments et tabac	-1,7	1,4	2,5	-0,7
Vêtements et articles de mercerie	-1,3	-6,1	2,7	-3,6
Articles ménagers	0,0	-0,9	-1,1	-0,1
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	-3,6	-12,2	5,3	-0,5
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	3,8	1,1	2,9	1,1
Bois et matériaux de construction	4,0	-3,4	2,0	-0,6
Machines, matériel et fournitures agricoles	2,6	-2,3	-2,1	3,1
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	2,2	-3,1	-0,7	0,3
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-3,1	0,1	-1,1	0,9
Produit divers	-0,5	-1,8	0,7	-1,6
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>-0,3</b>	<b>-3,0</b>	<b>1,2</b>	<b>-0,2</b>
<b>Régions</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	-2,9	-2,7	1,6	1,1
Île-du-Prince-Édouard	2,1	-1,7	1,7	-6,7
Nouvelle-Écosse	3,4	-2,7	-2,3	-2,1
Nouveau-Brunswick	-1,2	1,6	-2,0	-0,1
Québec	0,6	-1,7	1,1	-0,6
Ontario	-1,1	-4,0	1,5	-0,3
Manitoba	1,3	0,7	-1,3	3,0
Saskatchewan	-3,1	-2,4	-7,8	4,9
Alberta	1,7	-0,6	1,7	-0,8
Colombie-Britannique	-0,3	-5,4	3,3	-0,7
Territoire du Yukon	9,2	0,2	3,5	-5,7
Territoires du Nord-Ouest	-8,3	-12,8	16,1	-9,6
Nunavut	-8,9	28,6	-18,3	4,1

Tableau 1-3

**Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées - Variation en % depuis l'année précédente**

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003	2004 Cumulatif
	pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Produits alimentaires	-1,9	-2,1	-3,3	-0,3	-2,0
Boissons, médicaments et tabac	14,5	17,3	19,6	16,2	15,9
Vêtements et articles de mercerie	-3,0	-10,1	-1,4	-3,0	-6,7
Articles ménagers	0,8	-3,7	-3,2	2,0	-1,5
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	-17,5	-16,1	-2,7	-9,5	-16,8
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	4,3	-1,6	0,6	-2,7	1,3
Bois et matériaux de construction	9,6	3,7	8,1	9,1	6,7
Machines, matériel et fournitures agricoles	-9,7	-11,0	-8,4	-2,7	-10,4
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	2,6	-0,2	3,8	4,9	1,2
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-8,4	-0,6	5,7	5,6	-4,6
Produit divers	0,0	2,2	3,7	4,5	1,1
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>-2,1</b>	<b>-2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>1,6</b>	<b>-2,1</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	5,7	8,2	9,7	9,5	6,9
Île-du-Prince-Édouard	2,1	10,6	7,6	5,8	6,2
Nouvelle-Écosse	-2,6	-6,5	-1,9	-1,5	-4,6
Nouveau-Brunswick	-0,8	0,3	0,5	0,1	-0,3
Québec	2,8	-0,3	4,8	4,3	1,3
Ontario	-4,9	-4,0	1,5	-0,8	-4,5
Manitoba	0,0	3,4	-1,1	2,7	1,7
Saskatchewan	-12,2	-7,8	-8,2	4,2	-10,0
Alberta	6,4	6,0	5,6	8,2	6,2
Colombie-Britannique	-4,2	-5,4	3,7	0,9	-4,8
Territoire du Yukon	5,7	-12,8	0,5	-11,3	-4,0
Territoires du Nord-Ouest	15,4	-5,4	8,1	-21,8	3,6
Nunavut	-33,9	-39,5	-49,0	-48,4	-36,9

Tableau 2-1

## Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées - Ventes

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003	2004 Cumulatif
millions de dollars					
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Produits alimentaires	5 044	5 310	6 200	5 652	10 353
Boissons, médicaments et tabac	3 170	3 312	3 677	3 537	6 482
Vêtements et articles de mercerie	625	478	421	571	1 103
Articles ménagers	810	799	1 091	1 275	1 609
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5 814	5 312	5 880	6 745	11 126
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	2 081	1 911	1 834	2 126	3 991
Bois et matériaux de construction	2 406	2 257	2 508	2 921	4 663
Machines, matériel et fournitures agricoles	467	422	575	504	889
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	4 742	4 511	5 272	5 005	9 254
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	2 529	2 677	3 435	2 819	5 205
Produit divers	4 617	4 473	4 764	5 146	9 090
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>32 304</b>	<b>31 463</b>	<b>35 657</b>	<b>36 302</b>	<b>63 766</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	173	186	223	232	359
Île-du-Prince-Édouard	42	45	56	52	87
Nouvelle-Écosse	492	492	668	596	983
Nouveau-Brunswick	367	373	420	440	740
Québec	6 730	6 428	7 087	7 491	13 158
Ontario	16 192	15 646	17 839	18 516	31 838
Manitoba	857	846	943	955	1 703
Saskatchewan	731	783	883	846	1 514
Alberta	3 550	3 537	4 122	3 732	7 087
Colombie-Britannique	3 145	3 105	3 390	3 419	6 250
Territoire du Yukon	7	7	8	9	14
Territoires du Nord-Ouest	17	13	16	13	31
Nunavut	1	1	1	1	2

Tableau 2-2

**Ventes des marchands de gros, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées - Variation en % depuis l'année précédente**

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003	2004 Cumulatif
	pourcentage				
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Produits alimentaires	-0,6	-2,3	0,0	-3,2	-1,5
Boissons, médicaments et tabac	16,1	14,5	22,1	11,7	15,3
Vêtements et articles de mercerie	-3,6	-10,5	1,7	-7,6	-6,7
Articles ménagers	1,4	-6,4	-0,8	0,7	-2,6
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	-17,1	-18,3	-0,5	-9,9	-17,7
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	7,7	-4,8	4,7	-4,8	1,3
Bois et matériaux de construction	11,9	1,2	12,3	4,1	6,5
Machines, matériel et fournitures agricoles	-6,9	-13,6	-7,7	-6,8	-10,2
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	4,9	-3,3	7,4	1,4	0,7
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-7,9	-0,2	8,5	1,3	-4,1
Produit divers	1,6	0,4	7,6	2,5	1,0
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>-1,1</b>	<b>-3,9</b>	<b>5,7</b>	<b>-1,1</b>	<b>-2,5</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	4,9	6,5	11,9	6,3	5,7
Île-du-Prince-Édouard	2,5	6,0	4,9	-3,9	4,2
Nouvelle-Écosse	-0,5	-7,9	-1,5	-2,8	-4,4
Nouveau-Brunswick	0,2	-2,0	0,5	-2,9	-0,9
Québec	4,4	-1,9	7,0	1,1	1,2
Ontario	-4,2	-5,6	5,5	-2,7	-4,9
Manitoba	1,5	0,5	0,2	-0,7	1,0
Saskatchewan	-13,5	-12,2	-6,5	-3,0	-12,8
Alberta	8,3	4,3	9,3	4,1	6,2
Colombie-Britannique	-2,9	-6,9	6,3	-1,4	-4,9
Territoire du Yukon	11,4	-11,8	-1,0	-18,0	-0,8
Territoires du Nord-Ouest	3,1	-5,2	25,8	-23,8	-0,7
Nunavut	-28,3	-33,2	-27,9	-36,7	-30,8

Tableau 3-1

## Marchands de gros, taux de réponse pondéré (périodes courantes)

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	93,5	94,2	94,7	93,7
Boissons, médicaments et tabac	94,0	95,5	95,3	95,5
Vêtements et articles de mercerie	84,6	86,3	87,4	87,6
Articles ménagers	95,7	96,5	96,1	96,7
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	97,5	97,9	96,1	98,5
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	91,0	93,6	91,8	90,1
Bois et matériaux de construction	88,5	90,0	90,8	95,6
Machines, matériel et fournitures agricoles	82,3	85,5	83,7	81,7
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	85,4	81,5	79,7	88,2
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	90,6	92,3	89,7	90,3
Produit divers	87,6	89,3	90,3	91,4
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>91,2</b>	<b>91,8</b>	<b>91,1</b>	<b>93,2</b>
<b>Régions</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	88,2	90,8	86,3	89,4
Île-du-Prince-Édouard	76,1	76,8	79,6	93,2
Nouvelle-Écosse	89,3	89,8	89,6	91,4
Nouveau-Brunswick	92,1	93,2	90,9	92,6
Québec	91,2	92,8	92,6	93,7
Ontario	92,5	92,8	91,9	93,9
Manitoba	84,9	87,5	88,0	91,1
Saskatchewan	86,6	86,3	84,5	88,1
Alberta	90,4	90,3	90,4	92,8
Colombie-Britannique	89,1	88,9	87,9	91,6
Territoire du Yukon	93,6	85,7	85,3	80,6
Territoires du Nord-Ouest	89,8	85,6	85,2	86,9
Nunavut	64,0	74,2	68,6	98,9

Tableau 3-2

**Marchands de gros, coefficient de variation (périodes courantes)**

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	2,4	2,3	2,2	2,2
Boissons, médicaments et tabac	2,4	1,8	1,9	2,0
Vêtements et articles de mercerie	8,6	10,0	7,6	7,3
Articles ménagers	6,3	6,3	5,1	4,7
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	1,9	1,8	1,9	1,5
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	5,9	5,3	5,5	5,3
Bois et matériaux de construction	4,8	4,0	3,8	4,0
Machines, matériel et fournitures agricoles	5,4	5,2	5,2	4,8
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	3,3	3,1	2,9	3,0
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	5,1	5,3	5,1	5,4
Produit divers	4,3	3,9	3,6	3,9
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>	<b>1,1</b>
<b>Régions</b>				
Terre-Neuve-et-Labrador	3,8	3,8	3,8	3,4
Île-du-Prince-Édouard	10,1	10,7	7,7	6,4
Nouvelle-Écosse	5,8	4,8	8,4	6,3
Nouveau-Brunswick	2,6	2,1	2,9	3,0
Québec	3,6	3,2	3,0	3,1
Ontario	1,4	1,3	1,3	1,2
Manitoba	4,3	4,2	4,5	3,6
Saskatchewan	4,6	6,6	5,7	8,9
Alberta	3,3	3,0	2,5	2,8
Colombie-Britannique	4,3	4,8	4,5	4,6
Territoire du Yukon	0,9	1,0	0,8	0,5
Territoires du Nord-Ouest	0,0	0,0	0,0	0,0
Nunavut	0,0	0,0	0,0	0,0

Tableau 4-1

## Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Stocks

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003
	millions de dollars			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	3 657	3 670	3 682	3 701
Boissons, médicaments et tabac	3 780	3 786	3 804	3 645
Vêtements et articles de mercerie	1 276	1 293	1 304	1 326
Articles ménagers	1 702	1 744	1 753	1 755
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6 954	6 872	6 917	7 085
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	3 749	3 726	3 649	3 590
Bois et matériaux de construction	4 774	4 712	4 658	4 620
Machines, matériel et fournitures agricoles	2 099	2 076	2 073	2 071
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	10 003	9 919	9 904	9 967
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	1 814	1 847	1 936	1 936
Produit divers	6 216	6 246	6 261	6 201
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>46 024</b>	<b>45 891</b>	<b>45 941</b>	<b>45 897</b>

Tableau 4-2

## Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Variation en % depuis le mois précédent

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	-0,3	-0,3	-0,5	0,8
Boissons, médicaments et tabac	-0,2	-0,5	4,4	-0,4
Vêtements et articles de mercerie	-1,4	-0,8	-1,7	-1,8
Articles ménagers	-2,4	-0,5	-0,1	1,8
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	1,2	-0,6	-2,4	0,5
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	0,6	2,1	1,6	1,0
Bois et matériaux de construction	1,3	1,2	0,8	2,0
Machines, matériel et fournitures agricoles	1,1	0,1	0,1	2,0
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	0,8	0,2	-0,6	-0,9
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-1,8	-4,6	0,0	2,6
Produit divers	-0,5	-0,2	1,0	0,3
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,1</b>	<b>0,4</b>

Tableau 4-3

**Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés - Variation en % depuis l'année précédente**

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	7,6	8,8	8,0	7,9
Boissons, médicaments et tabac	5,8	7,8	11,4	5,9
Vêtements et articles de mercerie	-3,2	-6,1	-2,0	1,9
Articles ménagers	-1,3	2,5	0,7	0,4
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	1,7	-1,4	3,9	5,8
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	-1,1	-1,4	-3,3	-4,1
Bois et matériaux de construction	4,2	3,7	4,5	4,4
Machines, matériel et fournitures agricoles	9,2	9,2	11,2	11,5
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	-0,7	-2,0	-2,8	-2,7
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-7,3	-6,7	-7,3	-4,8
Produit divers	-4,1	0,3	2,3	4,5
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>	<b>2,0</b>	<b>2,3</b>

Tableau 5-1

## Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés - Stocks

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	millions de dollars			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	3 577	3 627	3 868	3 844
Boissons, médicaments et tabac	3 758	3 711	3 856	3 700
Vêtements et articles de mercerie	1 317	1 307	1 242	1 215
Articles ménagers	1 671	1 644	1 669	1 781
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	7 352	6 963	6 691	6 810
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	3 768	3 710	3 602	3 500
Bois et matériaux de construction	4 801	4 547	4 428	4 373
Machines, matériel et fournitures agricoles	2 132	2 003	1 957	1 944
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9 989	9 822	9 737	9 871
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	1 869	1 916	1 991	2 032
Produit divers	6 385	6 234	6 088	6 019
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>46 619</b>	<b>45 484</b>	<b>45 128</b>	<b>45 091</b>

Tableau 5-2

## Stocks des marchands de gros, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés - Variation en % depuis l'année précédente

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	7,3	8,9	8,0	8,3
Boissons, médicaments et tabac	5,6	7,9	12,9	5,1
Vêtements et articles de mercerie	-5,4	-5,7	-2,6	1,6
Articles ménagers	-0,4	3,0	1,0	1,4
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	1,8	-1,7	2,5	6,4
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	-1,6	-1,4	-3,5	-4,9
Bois et matériaux de construction	5,0	3,7	4,3	4,1
Machines, matériel et fournitures agricoles	10,4	8,8	10,6	11,6
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	-1,6	-2,2	-3,2	-2,8
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	-7,4	-6,6	-6,1	-4,0
Produit divers	-1,6	0,9	2,8	4,4
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>1,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1,9</b>	<b>2,3</b>

Tableau 6-1

Marchands de gros, rapport stocks/vents, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce

	Rapport stocks/ventes			
	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre <sup>r</sup> 2003	Novembre <sup>r</sup> 2003
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	0,64	0,64	0,66	0,65
Boissons, médicaments et tabac	1,06	1,05	1,07	1,05
Vêtements et articles de mercerie	2,12	2,12	2,01	2,10
Articles ménagers	1,67	1,71	1,70	1,68
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	1,17	1,12	0,99	1,06
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	1,66	1,71	1,69	1,71
Bois et matériaux de construction	1,52	1,56	1,49	1,51
Machines, matériel et fournitures agricoles	3,17	3,21	3,14	3,07
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	1,99	2,02	1,95	1,95
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	0,67	0,66	0,69	0,68
Produit divers	1,21	1,21	1,19	1,19
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>1,29</b>	<b>1,28</b>	<b>1,24</b>	<b>1,26</b>

Tableau 6-2

Marchands de gros, rapport stocks/vents, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce

	Rapport stocks/ventes			
	Février 2003	Janvier 2003	Décembre 2002	Novembre 2002
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	0,59	0,58	0,59	0,60
Boissons, médicaments et tabac	1,15	1,14	1,15	1,15
Vêtements et articles de mercerie	2,13	2,03	2,02	2,00
Articles ménagers	1,70	1,60	1,63	1,71
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	0,95	0,95	0,92	0,91
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	1,75	1,70	1,76	1,74
Bois et matériaux de construction	1,60	1,56	1,54	1,57
Machines, matériel et fournitures agricoles	2,62	2,62	2,58	2,68
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	2,06	2,06	2,09	2,11
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	0,66	0,70	0,79	0,76
Produit divers	1,26	1,23	1,20	1,19
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>1,25</b>	<b>1,24</b>	<b>1,25</b>	<b>1,25</b>

Tableau 7-1

## Marchands de gros, taux de réponse pondéré des stocks (périodes courantes)

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	85,4	82,9	83,9	79,8
Boissons, médicaments et tabac	90,6	93,2	93,7	94,0
Vêtements et articles de mercerie	63,4	69,3	70,8	64,1
Articles ménagers	89,0	90,2	89,4	91,2
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	90,2	90,5	90,1	93,1
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	90,6	90,8	89,6	85,9
Bois et matériaux de construction	78,6	81,5	80,8	78,8
Machines, matériel et fournitures agricoles	72,9	73,2	74,6	72,1
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	75,9	77,6	76,5	78,6
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	71,3	67,1	74,1	75,1
Produit divers	75,2	75,7	79,5	77,0
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>81,2</b>	<b>82,1</b>	<b>82,6</b>	<b>82,2</b>

Tableau 7-2

## Marchands de gros, coefficient de variation des stocks (périodes courantes)

	Février <sup>p</sup> 2004	Janvier <sup>r</sup> 2004	Décembre 2003	Novembre 2003
	pourcentage			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>				
Produits alimentaires	5,8	7,0	6,8	6,6
Boissons, médicaments et tabac	4,2	3,8	3,7	3,5
Vêtements et articles de mercerie	6,5	6,3	6,4	6,2
Articles ménagers	9,4	9,4	9,9	5,0
Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5,3	5,5	5,6	5,2
Métaux, articles de quincaillerie, matériel et fournitures de plomberie et de chauffage	6,5	7,1	7,3	7,0
Bois et matériaux de construction	6,8	6,6	6,3	6,1
Machines, matériel et fournitures agricoles	8,6	8,8	8,3	7,5
Machines, matériel et fournitures industriels et autres	3,9	3,8	3,8	3,8
Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	8,1	7,8	7,9	7,9
Produit divers	4,6	5,0	4,9	5,0
<b>Total, ensemble des groupes de commerce</b>	<b>1,8</b>	<b>1,9</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>

## Introduction

---

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les ratios des stocks aux ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignation. Ne sont pas comptés les marchandises possédées et détenues à l'étranger ainsi que les stocks détenus en consignation pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, dans le cadre de la classification de 1980, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. La section Qualité des données, concepts et méthodologie — Définitions et concepts contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter qu'à chaque mois, à moins d'indication contraire, la publication renfermera les estimations préliminaires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Définitions et concepts

---

**L'établissement** est l'unité statistique qui s'appuie essentiellement sur le système comptable utilisé dans le commerce. C'est la plus petite unité distincte d'exploitation constituant un ensemble aux fins de la déclaration des entrées et des sorties nécessaires au calcul de la marge brute, ainsi que des effectifs, des traitements et des rémunérations.

**L'emplacement** d'affaires est l'endroit servant à l'activité commerciale. Il n'est pas tributaire de la disponibilité de données comptables, mais il doit pouvoir fournir un nombre limité de données statistiques même si, à l'occasion, il y a lieu de procéder par estimation. Il correspond à l'établissement si l'activité commerciale est consignée en détail dans les registres comptables. Autrement, il fait partie d'un établissement avec d'autres emplacements d'affaires. L'établissement peut être un particulier ou une société en nom collectif; une société unique ou un groupe d'entreprises associées; ou, parfois, une division grossiste d'un organisme manufacturier, d'un détaillant ou autres.

La classification des grossistes peut se faire selon la nature de l'activité, mais elle est indépendante de la classification par industrie. Les deux principales catégories d'activité sont : les marchands de gros et les agents et les courtiers. Les grossistes ayant pour activité principale l'achat et/ou la vente à commission de marchandises pour le compte d'autrui (les agents et les courtiers) ainsi que les marchands de gros en produits céréaliers et en produits pétroliers ne sont pas comptés dans cette enquête.

**Les marchands de gros** sont des établissements dont l'activité principale est la vente de marchandises à leur propre compte. Ils peuvent également effectuer une ou plusieurs des fonctions suivantes : répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs.

**Les agents et courtiers** sont des établissements ou l'activité principale est la vente et (ou) l'achat de produits appartenant à d'autres, moyennant une commission. Ils comprennent les sociétés de ventes aux enchères, les négociants travaillant à la commission, les agents ou courtiers d'importation, les agents ou courtiers d'exportation, les représentants de manufacturiers, les agents d'approvisionnement, les acheteurs à demeure ou les agents de vente. Ils font le commerce de produits de tous genres, dont les produits primaires et les produits pétroliers. Sont incluses à titre de grossistes les régies des marchés agricoles qui achètent directement des produits agricoles.

**Couverture.** L'enquête mensuelle courante vise des établissements de commerce de gros. Aux fins de la classification par industrie, les marchands de gros sont groupés par commerce en fonction de la gamme principale de marchandises vendues. L'appendice I contient la description de chaque groupe de commerce inclus dans les données statistiques. Comme la plupart des entreprises vendent plusieurs types de marchandises, le code du groupe de commerce attribué représente généralement la ou les marchandises qui forment la principale source de recettes de l'établissement, ou encore un ensemble de marchandises qui caractérise l'activité de l'établissement. Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple, les meubles de bureau et le matériel informatique, les aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, le mazout et tous les types de machines et de matériel.

Les estimations des ventes par province sont fondées sur les points de vente exploités par le grossiste. Les établissements fournissent la ventilation des ventes par province et territoires ainsi que le nombre de points de vente. Toutefois, les stocks sont rapportés au niveau national.

## Méthodologie de l'enquête

---

L'échantillon de l'enquête mensuelle sur le commerce de gros est tiré de la Base de données du registre central (BDRC) de Statistique Canada. Une partie de la BDRC comprend les entreprises dont l'activité est le commerce de gros.

La population cible est l'ensemble des établissements de commerce de gros, sauf ceux qui s'adonnent à la vente en gros du grain et des produits pétroliers. L'unité d'échantillonnage est la compagnie statistique.

En décembre 1997, le plan de sondage de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros a été revu et mis à jour de façon à améliorer l'efficacité de l'échantillon. Dans un premier temps, certaines compagnies inactives dans le commerce de gros ont été exclues de la base de sondage. La stratification des compagnies a été reprise de façon à refléter les dernières informations de la Base de données du registre central de Statistique Canada. Chaque strate est d'abord définie en fonction de la Classification type des industries de 1980 et de la région géographique. Chaque croisement industriel et géographique est subdivisé selon la taille en trois sous-strates. La première sous-strate, qui englobe les grandes entreprises et les entreprises complexes, est autoreprésentative puisqu'il y a tirage complet (recensement) des entreprises, tandis que les deux autres sous-strates sont à tirage partiel (échantillon). Certains seuils délimitant les sous-strates ont été modifiés de façon à refléter la croissance économique depuis le dernier remaniement de l'enquête en 1988. On s'est assuré que les taux de sondage en place permettraient d'atteindre la précision souhaitée des estimations. Un nouvel échantillon a été tiré afin de maximiser le chevauchement avec l'ancien échantillon. À compter d'avril 1998, les estimations de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros ont été produites à partir de ce nouvel échantillon. Le plan de sondage ainsi amélioré permettra de produire une série d'estimations des ventes de commerce de gros de meilleure qualité.

De plus, on en a profité pour intégrer les révisions historiques au cours du réexamen et de la mise à jour de l'échantillon. On a donc révisé les estimations mensuelles en remontant jusqu'à janvier 1993. Les révisions annuelles, introduites lors de la publication de janvier 1999, représentent désormais un processus permanent.

On communique avec les répondants par téléphone ou par l'envoi d'un questionnaire afin d'obtenir les ventes mensuelles. Les nouvelles entités de l'enquête sont incluses dans l'Enquête sur les nouveaux arrivants, et on leur téléphone pour obtenir des renseignements et le chiffre d'affaires.

Le personnel des cinq bureaux régionaux de Statistique Canada effectue les interviews téléphoniques, la saisie des données et le suivi des non-répondants. Il se charge aussi de la vérification préliminaire des données saisies et du suivi téléphonique qui peut en résulter. Après ce contrôle, les données sont transmises régulièrement au bureau central à Ottawa.

Les données font ensuite l'objet d'une vérification plus approfondie, selon le groupe de commerce et la région géographique, afin de détecter les unités qui s'écartent des attentes, soit par une forte variation d'un mois à l'autre, soit par une grande divergence au regard des autres entreprises. Lorsque les données ne passent pas la vérification, elles font l'objet d'une inspection manuelle et, si nécessaire, de corrections.

Une fois la vérification complétée, on procède à l'imputation des unités manquantes. Il existe diverses méthodes à cet égard, et le système choisit automatiquement celle qui convient selon la disponibilité des données. Certaines méthodes d'imputation utilisent les tendances mensuelles, les tendances annuelles, les données historiques, les données annuelles, etc.

Les données déclarées ou imputées sont ensuite pondérées afin de représenter la population. Les poids appliqués aux données d'enquête sont égaux au ratio des comptes de population et d'échantillon au niveau du tirage de l'échantillon. Pour l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros, ce niveau est le croisement du groupe de commerce, de la région géographique et de la taille.

L'estimation par domaine sert à produire les estimations de l'enquête. Le domaine comprend, par définition, les plus récentes données de classification tirées du registre (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence. Par conséquent, les domaines peuvent différer des caractéristiques initiales de l'échantillonnage parce qu'il se peut que les entités aient changé de groupe, d'emplacement ou de taille. Ces changements se reflètent dans les estimations à mesure qu'ils sont consignés dans la BDRC. Une fois les estimations produites, on dresse la liste des principaux participants à l'estimation. On vérifie la cohérence des enregistrements qui contribuent en grande proportion aux estimations. Après la validation et les corrections, la base de données est créée.

Chaque mois, deux jeux d'estimations sont produits pour tenir compte des réponses tardives. Les estimations préliminaires sont habituellement disponibles 45 jours après la période de référence, tandis que les estimations révisées sont publiées le mois suivant.

# Fiabilité des données

---

La présente publication donne des estimations qui proviennent d'une enquête par échantillonnage et qui sont susceptibles, comme dans toute enquête, d'être entachées d'erreurs. On trouve ci-dessous les sources d'erreur que peut comporter une enquête, aux fins de faciliter l'interprétation des estimations.

## Sources d'erreur

Au cours d'une enquête, la qualité des estimations peut être altérée par deux genres d'erreur : les erreurs d'échantillonnage et les erreurs non dues à l'échantillonnage. Leur effet combiné influence l'exactitude des estimations.

### Erreurs d'échantillonnage

Les erreurs d'échantillonnage s'expliquent du fait que la collecte des données vise seulement une partie de la population, et non la totalité, comme c'est le cas d'un recensement. Il se peut, par conséquent, que les résultats de l'enquête soient différents de ceux qui auraient été obtenus d'un recensement mené dans les mêmes conditions.

Les erreurs d'échantillonnage sont tributaires de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan d'échantillonnage et la méthode d'estimation. Par exemple, pour une taille d'échantillon donnée, l'erreur d'échantillonnage dépend du choix des unités d'échantillonnage, de la méthode de stratification, de la répartition de l'échantillon et de la méthode de sélection.

### Erreurs non dues à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent aussi bien dans une enquête par échantillonnage que dans un recensement de la population. Elles proviennent de plusieurs sources, dont voici les plus importantes.

**Erreur de couverture.** Elle résulte d'une base de sondage incomplète, qui empêche la couverture adéquate de la population visée. Par exemple, une unité manquante dans la liste des marchands de gros ne sera pas représentée dans l'échantillon.

**Erreur de réponse.** Elle peut s'expliquer par la conception du questionnaire, par les caractéristiques de la question ou par l'incapacité ou le refus du répondant de fournir des renseignements exacts. Elle peut aussi découler du fait que des problèmes d'ordre définitionnel ont faussé l'interprétation des questions, ou bien que les interviewers s'y sont pris différemment pour expliquer les questions ou interpréter les réponses.

**Non-réponse.** Certains répondants refusent de répondre, d'autres en sont incapables alors que d'autres répondent trop tard. On se sert d'une réponse approximative pour combler les vides dans l'estimation créés par ces non-répondants. L'imputation désigne le fait d'attribuer des valeurs approximatives aux unités qui omettent de répondre ou dont la réponse est jugée inacceptable. Elle s'effectue à partir des données fournies précédemment par les répondants. La portée de l'erreur due à l'imputation est généralement inconnue; elle dépend fortement des différences entre les caractéristiques des répondants et des unités imputées. Ce genre d'erreur augmente habituellement au gré du taux de non-réponse, d'où le déploiement d'efforts pour obtenir le meilleur taux de réponse possible.

**Erreur de traitement.** Elle peut se produire aux diverses étapes du traitement: codage, saisie, vérification, etc.

Les erreurs non dues à l'échantillonnage sont difficiles à mesurer. Autant que l'ont permis le budget et les ressources humaines disponibles, on s'est efforcé de les réduire au minimum aux fins du calcul des estimations contenues dans la présente publication. On a défini les unités au moyen des dernières listes à jour; on a conçu les questionnaires

de manière à réduire au minimum les divergences d'interprétation; on a soumis à des tests les étapes de vérification et de traitement; et un suivi auprès des non-répondants est effectué afin d'abaisser le taux de non-réponse.

## Mesure de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non due à l'échantillonnage

### Mesure de l'erreur d'échantillonnage

L'échantillon particulier utilisé dans cette enquête fait partie d'un grand nombre d'échantillons de même taille qu'on aurait pu choisir selon le même plan d'échantillonnage et dans les mêmes conditions.

**Le coefficient de variation (CV)** est une mesure qu'on utilise couramment et qui prend en considération la variation des estimations provenant de toutes les combinaisons d'échantillons possibles. Le CV se définit comme étant l'erreur type exprimée en pourcentage de l'estimation. En appliquant le CV approprié du tableau 3-2, on peut prédire, au moyen d'un intervalle de confiance et avec une probabilité connue, la portée qu'aurait l'estimation compte tenu de tous les échantillons possibles. Cette portée ou intervalle est censée couvrir la valeur inconnue qui est estimée avec la probabilité prédite.

Par exemple, pour estimer les ventes non désaisonnalisées en Ontario selon un intervalle de confiance de 95%, on utiliserait:

1. Les ventes provinciales indiquées au tableau 2-1; et
2. Le coefficient de variation de l'estimation provenant du tableau 3-2.

On établit ensuite l'intervalle de confiance de 95 % en additionnant ou en soustrayant deux fois la valeur représentée par l'application du CV à l'estimation, par exemple :

$$12\,829\,900 + \frac{(2 \times 1,5 (12\,829\,900))}{100}$$

ou

$$12\,829\,900 - \frac{(2 \times 1,5 (12\,829\,900))}{100}$$

Dans cet exemple, l'intervalle de confiance serait donc :

12 445 003 \$ à 13 214 797 \$

Pour résumer ces résultats, la meilleure estimation des ventes non désaisonnalisées en Ontario se retrouve au tableau 2-1. On est confiant à 95 % que la vraie valeur inconnue des ventes se situe dans l'intervalle compris entre 12 445 003 \$ à 13 214 797 \$.

### Mesure de l'erreur non due à l'échantillonnage

La non-réponse est un type d'erreur non due à l'échantillonnage. Il existe plusieurs mesures qui permettent de l'évaluer, notamment le taux de réponse et la fraction de réponse.

Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon dont la réponse parvient dans le délai stipulé pour le calcul de l'estimation. Aux fins du calcul, on exclut de l'échantillon les décès et les établissements saisonniers fermés pendant le mois en question.

La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse, représente la proportion de l'estimation qui s'appuie sur les données réellement déclarées.

Le deux mesures sont illustrées dans l'exemple suivant. Pour une cellule comportant un échantillon de 20 unités actives, dont 10 répondent pour un mois donné, le taux de réponse serait de 50%. Cependant, si les 10 unités

déclarantes représentent \$9 millions sur un total de \$12 millions, la fraction de réponse serait de 75%. Ainsi 25% de l'estimation proviennent des données imputées.

#### **Interprétation conjointe des mesures d'erreur**

Pour obtenir un aperçu de la qualité des estimations, il faut considérer conjointement les deux mesures de non-réponse ainsi que le coefficient de variation. La meilleure estimation est celle qui comporte un faible coefficient de variation ainsi qu'un taux de réponse et une fraction de réponse élevés.

Les tableaux 3-2 et 7-2 indiquent les coefficients de variation et les fractions de réponse pour chaque estimation.

## Autres questions relatives à l'enquête

---

### La désaisonnalisation ou correction pour variations saisonnières

Les séries chronologiques socio-économiques comptent quatre composantes principales : la tendance-cycle, la saisonnalité, l'effet des jours ouvrables et la composante irrégulière. L'intérêt porte généralement sur la tendance-cycle, qui reflète l'évolution fondamentale de la série (ex. le cycle des affaires), tandis que les autres composantes traduisent des mouvements passagers à court terme. Les variations saisonnières sont le produit des effets directs et indirects des saisons climatiques et institutionnelles (ex. Noël); elles tendent à se répéter d'année en année. L'effet des jours ouvrables se traduit par le fait que l'importance relative des jours varie systématiquement à l'intérieur de la semaine et que le nombre de chacun des jours de la semaine dans un mois donné varie d'une année à l'autre. Par exemple, dimanche connaît typiquement moins d'activité que les autres jours, et le nombre de dimanches, lundis, etc., en juillet (disons) change d'année en année. Enfin, la composante irrégulière est un résidu incorporant les erreurs de mesure ainsi que les événements qui se produisent de manière irrégulière.

Ainsi la saisonnalité, l'effet des jours ouvrables et la composante irrégulière masquent la composante fondamentale de la série, qui est la tendance-cycle. La désaisonnalisation consiste à retirer de la série les variations saisonnières et les effets des jours ouvrables. Elle contribue donc à révéler la tendance-cycle. On doit cependant garder à l'esprit que la série désaisonnalisée comprend non seulement la tendance-cycle mais aussi la composante irrégulière (techniquement difficile à isoler pour les mois courants). Les comparaisons sur mois adjacents de la série désaisonnalisée sont donc affectées par les fluctuations irrégulières.

Plusieurs utilisateurs de séries chronologiques perçoivent les comparaisons sur mois homologues comme un substitut à la désaisonnalisation. Ils doivent être conscients des limitations de pareilles comparaisons, surtout en présence d'effets des jours ouvrables. Une baisse entre octobre 1993 et octobre 1994, par exemple, peut être entièrement due au fait qu'octobre 1993 contenait cinq des jours les plus actifs de la semaine et quatre des jours les moins actifs; et octobre 1994, quatre des jours les plus actifs et cinq des jours les moins actifs. En l'absence d'effets des jours ouvrables (ce qui se produit si les 7 jours ont la même importance), les comparaisons sur mois homologues reste d'une utilité limitée, parce qu'elles mesurent le mouvement moyen pour l'ensemble des douze mois et non pas les mouvements les plus récents. Ainsi, les comparaisons sur mois homologues peuvent indiquer une hausse poursuivie de l'activité, tandis qu'en fait la tendance-cycle est en chute depuis quelques mois (ce que révélerait la désaisonnalisation).

Pour désaisonnaliser ses séries chronologiques, Statistique Canada utilise la méthode X-11-ARMMI. La méthode est une combinaison de la méthode de prévision ARMMI (ARIMA) et de la méthode de désaisonnalisation X-11, qui est une méthode du type rapport à la moyenne mobile.

Durant la période de transition entre l'ancienne et la nouvelle enquête introduite en janvier 1989, les séries désaisonnalisées obtenues de la méthode X-11-ARMMI étaient lissées par une moyenne mobile de trois mois. La nécessité de ce lissage, qui visait à éliminer les perturbations introduites par le nouveau plan de sondage et la nouvelle méthodologie, est maintenant disparue. En 1991, cette pratique a été abandonnée autant pour les chiffres courants que passés.

En janvier 1999, on a introduit une série désaisonnalisée qui avait été réexaminée et modifiée. On a amélioré la base de la série chronologique et on a apporté des ajustements au calcul de la série du grand total pour le Canada.

Le Commerce de gros forme un système de 25 séries : le grand total pour le Canada, les 11 totaux par groupe de commerce et les 13 totaux provinciaux et territoriaux. Pour les séries non désaisonnalisées, les onze totaux par groupe de commerce s'additionnent au grand total de chaque mois pour le Canada. Malheureusement, la désaisonnalisation enlève son additivité à un système de séries; de faibles écarts, qui varient généralement entre

-1 % et 1 %, sont observés entre la somme des composantes désaisonnalisées et le grand total désaisonnalisé. À la demande des usagers des séries, Statistique Canada applique maintenant un procédé d'harmonisation aux séries désaisonnalisées du Commerce de gros afin d'en restituer l'additivité. Le procédé est tel que :

- (a) les composantes du système sont modifiées le moins possible en pourcentage;
- (b) les composantes s'additionnent au grand total pour chaque mois et;
- (c) pour chaque composante les valeurs mensuelles s'additionnent aux totaux annuels de la série non désaisonnalisée.

Puisque le grand total désaisonnalisé est obtenu indirectement, c'est-à-dire en établissant la somme des séries désaisonnalisées par groupe de commerce, l'additivité est retenue suivant cette ventilation, par définition. Toutefois, les totaux provinciaux désaisonnalisés ne donnent pas ce grand total et il faut donc les harmoniser (méthode itérative) afin de rétablir l'additivité.

### **Comparaison avec d'autres sources**

En décembre 1997, le plan d'échantillonnage a été réexaminé et des modifications ont été apportées afin d'améliorer l'efficacité de l'échantillon ainsi que l'exactitude et la fiabilité des estimations.

Le plan de sondage de l'enquête est décrit à la section Qualité des données, concepts et méthodologie — Méthodologie de l'enquête. Parmi les améliorations qui ont été apportées, mentionnons la mise à jour de la taille et de la répartition de l'échantillon, remontant à 1988, en fonction des plus récentes informations sur les caractéristiques des grossistes. Une production parallèle sur quatre mois en fonction du nouvel échantillon a indiqué un changement de niveau des estimations. Afin d'éviter toute rupture de la série, on a rajusté les estimations du commerce de gros au niveau des groupes de commerce par province en remontant jusqu'à janvier 1993.

De janvier 1993 jusqu'à présent, les microdonnées mensuelles du commerce de gros ont été révisées pour différentes raisons, y compris la mise en évidence de données anormales, la réception de questionnaires après la date limite mensuelle, l'obtention après coup d'informations sur l'état de l'entreprise et la conciliation de différentes sources de données.

Des révisions annuelles ont également été introduites avec la publication de janvier 1999, et elles se poursuivront.

De 1981 jusqu'à présent, CANSIM contient les données mensuelles converties pour les groupes de commerce et les régions géographiques. On retrouve les données pour le commerce de gros dans les tableaux 081-0001 et 081-0002.

# Appendice I

---

## Couverture des groupes de commerce

### **011 Produits alimentaires**

- 5211 Confiseries
- 5212 Produits alimentaires congelés (emballés)
- 5213 Produits laitiers
- 5214 Volaille et oeufs
- 5215 Poissons et fruits de mer
- 5216 Fruits et légumes frais
- 5217 Viande et produits de la viande
- 5219 Autres produits alimentaires

### **012 Boissons, médicaments et tabac**

- 5221 Boissons non-alcooliques
- 5222 Boissons alcooliques
- 5231 Médicaments
- 5232 Savons et produits de toilette
- 5239 Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
- 5241 Produits du tabac

### **020 Vêtements et articles de mercerie**

- 5311 Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets
- 5312 Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
- 5313 Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
- 5314 Chaussures
- 5319 Autres vêtements
- 5321 Tissus à la pièce
- 5329 Articles de mercerie

### **030 Articles ménagers**

- 5411 Appareils ménagers électriques
- 5412 Appareils ménagers électroniques
- 5421 Meubles de maison
- 5431 Porcelaine, verrerie, faïence et potterie
- 5432 Revêtements de sol
- 5433 Linge de maison, tentures et autres articles de textile
- 5439 Autres accessoires ménagers d'ameublement

### **040 Véhicules automobiles, pièces et accessoires**

- 5511 Automobiles
- 5512 Camions et autobus
- 5519 Autres véhicules automobiles
- 5521 Pneus et chambres à air
- 5529 Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles

**050 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage**

- 5611 Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
- 5612 Autres produits en fer et en acier
- 5613 Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
- 5619 Combinaisons de métaux et produits en métal
- 5621 Articles de quincailleries
- 5622 Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation

**060 Bois et matériaux de construction**

- 5631 Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
- 5632 Peintures, vitres et papiers peints
- 5639 Autres matériaux de construction

**070 Machines, matériel et fournitures agricoles**

- 5711 Machines, matériel et fournitures agricoles

**081 Machines, matériel et fournitures industriels et autres**

- 5721 Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
- 5722 Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
- 5731 Machines, matériel et fournitures industriels
- 5741 Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
- 5742 Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
- 5749 Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
- 5791 Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
- 5792 Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
- 5793 Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
- 5799 Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.

**082 Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques**

- 5743 Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
- 5744 Ordinateur, machines et matériel connexes, et progiciels

**090 Produits divers**

- 5011 Bétail
- 5019 Autres produits agricoles
- 5911 Démontage d'automobiles
- 5919 Autres matières de rebut
- 5921 Papier journal
- 5922 Papeterie et fournitures de bureau
- 5929 Autres papiers et produits du papier
- 5931 Aliments pour animaux
- 5932 Semences et traitement des semences
- 5939 Produits chimiques et autres fournitures agricoles
- 5941 Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feu d'artifice
- 5942 Articles de loisir de sport
- 5951 Matériel et fournitures photographiques
- 5952 Instruments et accessoires de musique
- 5961 Bijoux et montres
- 5971 Produits chimiques d'usage ménager et industriel
- 5981 Marchandise générale
- 5991 Livres, périodiques et journaux
- 5992 Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
- 5993 Produits forestiers
- 5999 Autres produits n.c.a.