



Wholesaling and Retailing in Canada

1996



Les commerces de gros et de détail au Canada

1996

Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to the Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or contact the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialing area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-236-XIB, is available annually on Internet for CDN \$35.00. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

This product is also available on paper through a Print-on-Demand service. The prices for delivery in Canada is \$55.00. The prices for delivery outside Canada is US \$55.00. The paper version can be ordered by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; by Internet, at order@statcan.ca; or in person, at local Statistics Canada offices. For changes of address, please provide both old and new addresses.

Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinaire et le système d'extraction de Statistique 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 la Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

On peut se procurer ce produit n° 63-236-XIB au catalogue annuellement sur Internet. Un numéro coûte 35 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

On peut aussi se procurer la version imprimée de ce produit par l'entremise du service d'impression sur demande. Au Canada, un numéro coûte 55 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 55 \$US. On peut commander la version imprimée par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; par Internet, en se rendant à order@statcan.ca; ou en personne, en se présentant à l'un des bureaux régionaux de Statistique Canada. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et 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 le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Wholesale Trade Section
Retail Trade Section

Wholesaling and Retailing in Canada

1996

Statistique Canada
Division des statistiques du commerce
Section du commerce de gros
Section du commerce de détail

Les commerces de gros et de détail au Canada

1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

December 1999

Catalogue no. 63-236-XIB

ISSN 1209-1154

Frequency: Annual

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

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.

Décembre 1999

N° 63-236-XIB au catalogue

ISSN 1209-1154

Périodicité : annuelle

Ottawa

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.

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not publishable or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Division
- **J. Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division

Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, Division des statistiques du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division des statistiques du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce
- **J. Smith**, chef, section du commerce de gros, Division des statistiques du commerce.

Table of Contents**Table des matières**

	Page		Page
Highlights	6	Faits saillants	6
Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey	8	Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail	8
For Further Reading	10	Lectures suggérées	10
Annual Review - Wholesale Trade	11	Revue annuelle - Commerce de gros	11
Annual Review - Retail Trade	20	Revue annuelle - Commerce de détail	20
Table		Tableau	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1986-1996	25	1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1986-1996	25
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1986-1996	25	1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1986-1996	25
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1996	26	2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1996	26
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1996	26	2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1996	26
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1996	27	3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1996	27
3.2 Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1996	28	3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1996	28
3.3 Wholesale trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, 1996	29	3.3 Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, 1996	29
3.4 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1996	30	3.4 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1996	30
3.5 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1996	31	3.5 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1996	31
3.6 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1996	32	3.6 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1996	32

Table of Contents - Continued

3.7 Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1996	33
3.8 Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1996	34
3.9 Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1996	35
3.10 Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1996	36
3.11 Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1996	37
3.12 Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1996	38
3.13 Wholesale Trade - Grains, Canada, 1996	39
3.14 Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1996	40
4.1 Retail Trade - All Groups, Canada, 1996	41
4.2 Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1996	42
4.3 Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1996	43
4.4 Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1996	44
4.5 Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1996	45
4.6 Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1996	46
4.7 Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1996	47
4.8 Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1996	48
4.9 Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1996	49

Table des matières - suite

3.7 Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1996	33
3.8 Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1996	34
3.9 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1996	35
3.10 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1996	36
3.11 Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1996	37
3.12 Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1996	38
3.13 Commerce de gros - Céréales, Canada, 1996	39
3.14 Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1996	40
4.1 Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1996	41
4.2 Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1996	42
4.3 Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1996	43
4.4 Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1996	44
4.5 Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1996	45
4.6 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1996	46
4.7 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1996	47
4.8 Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1996	48
4.9 Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1996	49

Table of Contents - Continued**Table des matières - suite**

4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1996	50	4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1996	50
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1996	51	4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1996	51
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1996	52	4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1996	52
4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1996	53	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1996	53
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1996	54	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1996	54
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1996	55	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1996	55
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1996	56	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1996	56
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1996	57	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1996	57
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1996	58	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1996	58
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1996	58	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1996	58
6.1 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1996	59	6.1 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1996	59
6.2 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1996	62	6.2 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1996	62
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1996	65	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1996	65
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1996	66	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1996	66
9.0 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1990-1996	67	9.2 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1990-1996	67

Table of Contents - Concluded		Table des matières - fin	
Methodology	68	Méthodologie	68
Data Quality	71	Qualité des données	71
Supplementary Table		Tableau supplémentaire	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1996	74	1.1 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1996	74
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1996	74	1.2 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoire, 1996	74
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1996	75	2.1 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1996	75
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1996	75	2.2 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1996	75
Special Requests	76	Demandes spéciales	76
Glossary	77	Glossaire	77
Appendix I - Questionnaire	81	Appendice I - Questionnaire	81
Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1996	85	Appendice II - Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1996	85
Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1996	87	Appendice III - Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1996	87

NOTE TO READERS

Nunavut is included in the North West Territories throughout the tables of this publication, as they refer to a period prior to the creation of Nunavut as a separate territory.

AVIS AUX LECTEURS

Tous les tableaux de cette publication incluent le Nunavut dans les Territoires du Nord-Ouest car ils se réfèrent à une période précédant la création du Nunavut comme territoire séparé.

Highlights

For the fifth consecutive year, both the Wholesale and Retail Trade sectors sustained steady revenue increases in 1996. Wholesale sector revenues climbed to \$352 billion while Retail sector revenues advanced to \$226 billion in 1996. The percentage contribution of wholesale trade to gross domestic product has continued a steady increase from 4.9% in 1991 to 5.4% in 1996, while the retail sector continued to contribute a steady 5.8%. The retail sector also accounted for 46.9% of total consumer expenditures in 1996.

Within wholesale trade, the automotive sector was the largest contributor to total operating revenue, with increases recorded in all trade groups, with the exception of the apparel and dry goods trade group which recorded a decline in 1996 compared to 1995. Wholesalers continued to sell mainly to retail and industrial customers, which account for almost 65% of total operating revenue. Of particular interest were sales to households which increased from 3.6% in 1994 to 4.7% in 1996. This was primarily due to sales of computers to households, which increased from 2.7% in 1994 to 9.2% in 1996. The proportion of domestic wholesale revenue has been expanding relative to export revenue, with sales to foreign markets decreasing from 11.3% of total operating revenue in 1993 to 10.3% in 1996. The decline in export revenue has been partially offset by diversifying into other services areas, as well as by the expanding domestic economy.

The rise in retailers' total operating revenue was largely buoyed by the 8.4% year over year gain in 1996 by the automotive sector, with more modest increases attained by four of the remaining major groups. Only the furniture and drugs major groups slipped from 1995 levels by 4.2% and 0.4% respectively. Independent stores continued to dominate the retail trade sector with 60% of total operating revenue, though this represented a 2% drop in market share to chain and department stores, compared to 1995.

Regionally, Ontario continued to dominate the wholesale sector, accounting for almost half of the total wholesale revenue. Retail sector revenue rose in all provinces and the Yukon Territory during 1996, with the Northwest Territories slipping 1.6% from the previous year.

Faits saillants

En 1996, pour la cinquième année consécutive, le secteur du commerce de gros et celui du commerce de détail ont tous deux affiché des hausses régulières des recettes. Les recettes du secteur du commerce de gros ont atteint 352 milliards de dollars, alors que les recettes du commerce de détail se sont chiffrés à 226 milliards de dollars en 1996. La contribution en pourcentage du commerce de gros au produit intérieur brut a maintenu sa tendance régulière à la hausse, passant de 4,9 % en 1991 à 5,4 % en 1996, tandis que celle du secteur du commerce de détail est demeurée stable, à 5,8 %. Le secteur du commerce de détail a également représenté 46,9 % de l'ensemble des dépenses des consommateurs en 1996.

En ce qui concerne le commerce de gros, le secteur de l'automobile est celui qui a apporté la plus grande contribution aux recettes d'exploitation totales, et des hausses ont été affichées dans tous les groupes de commerce, à l'exception du groupe des vêtements et des articles de mercerie, qui a subi une baisse en 1996 par rapport à 1995. Les grossistes ont continué de vendre principalement à des détaillants et à des clients industriels, qui représentent presque 65 % des recettes d'exploitation totales. Il convient de souligner particulièrement les ventes aux ménages, qui sont passées de 3,6 % en 1994 à 4,7 % en 1996. Cette hausse s'explique principalement par les ventes d'ordinateurs aux ménagers, qui se sont accrues, passant de 2,7 % en 1994 à 9,2 % en 1996. La proportion des recettes du commerce de gros dans le marché intérieur a augmenté par rapport aux recettes d'exportation; les ventes dans les marchés étrangers ont diminué, passant de 11,3 % des recettes d'exploitation totales en 1993 à 10,3 % en 1996. La diminution des recettes d'exportation a été compensée en partie par une diversification dans d'autres secteurs, de même que par l'expansion de l'économie intérieure.

L'augmentation des recettes d'exploitation totales des détaillants a été fortement stimulée par les gains annuels de 8,4 % que le secteur de l'automobile a connus en 1996, quatre des autres groupes majeurs connaissant des hausses plus modestes. Seuls les groupes majeurs des meubles et des médicaments ont reculé par rapport aux niveaux de 1995, soit de 4,2 % et de 0,4 % respectivement. Les magasins indépendants ont continué de dominer le secteur du commerce de détail, avec 60 % des recettes d'exploitation totales, même si cela représentait un recul de 2 % de leur part de marché au profit des magasins à succursales et des grands magasins par rapport à 1995.

Selon les régions, c'est l'Ontario qui a continué à dominer le secteur du commerce de gros, représentant près de la moitié des recettes d'exploitation totales. Les recettes du secteur du commerce de détail ont augmenté dans toutes les provinces et au Yukon en 1996, tandis que les Territoires du Nord-Ouest affichaient une baisse de 1,6 % par rapport à l'année précédente.

The wholesale trade sector contributed to Canada's growth in employment, adding 35,000 new jobs during 1996, a 5.4% increase over the 1995 level. The retail trade sector employment slipped by 1.3% following two consecutive yearly increases of 1.7% in 1995 and 2.6% in 1996.

Increased cost of goods sold in the wholesale sector squeezed the overall gross margin across all trade groups to 20.2% from just over 21%, where it had remained since 1993. Profitability, defined as total operating revenue minus total operating expenses, remained stable at 5% due to reduced operating expenses. On the other hand, retailers maintained their overall level of gross margin in 1996 at 27.1%, following 26.9% in 1995 and 27.3% in 1994. The retail sector overall profit margin earned in 1996 was 5.6%, a 1.1% increase over 1995, with positive profit margins realized in all trade groups. Nationally, the pressure to reduce operating expenses was particularly noticeable in the other operating expenses and employee earnings and benefits categories. Wholesalers reduced other operating expenses from 8.4% of total operating expenses in 1993 to 7.2% in 1996, with employee earnings and benefits reduced from 8.5% in 1993 to 7.8% in 1996. In the retail sector, employee earnings and benefits were 11.6% of total operating revenue, a drop of 0.5% from 1995 and the first reduction in the last three years.

Le secteur du commerce de gros a apporté une contribution à la croissance de l'emploi au Canada, avec 35 000 nouveaux emplois en 1996, soit une hausse de 5,4 % par rapport au niveau de 1995. Dans le secteur du commerce de détail, l'emploi a reculé de 1,3 %, après avoir connu des augmentations pendant deux années consécutives, soit de 1,7 % en 1995 et de 2,6 % en 1996.

L'augmentation du coût des marchandises vendues dans le secteur du commerce de gros a eu pour effet de réduire la marge brute de tous les groupes de commerce, qui a chuté à 20,2 % par rapport au niveau d'un peu plus de 21 % où elle se situait depuis 1993. La rentabilité, c'est-à-dire les recettes d'exploitation totales moins les dépenses d'exploitation totales, est demeurée stable à 5 % par suite de réductions dans les dépenses d'exploitation. Par ailleurs, le niveau global de la marge brute des détaillants s'est chiffré à 27,1 % en 1996, après avoir atteint 26,9 % en 1995 et 27,3 % en 1994. En 1996, la marge de profit pour l'ensemble du secteur du commerce de détail a été de 5,6 %, soit une hausse de 1,1 % par rapport à 1995, et tous les groupes de commerce ont affiché une marge de profit positive. À l'échelle nationale, les pressions qui s'exerçaient pour réduire les dépenses d'exploitation ont été particulièrement perceptibles dans les catégories des autres dépenses d'exploitation et de la rémunération et des avantages sociaux des employés. Les grossistes ont réduit les autres dépenses d'exploitation, qui sont passées de 8,4 % des dépenses d'exploitation totales en 1993 à 7,2 % en 1996; la rémunération et les avantages sociaux des employés, quant à eux, ont diminué, passant de 8,5 % en 1993 à 7,8 % en 1996. Dans le secteur du commerce de détail, la rémunération et les avantages des employés représentaient 11,6 % des recettes d'exploitation totales, soit une baisse de 0,5 % par rapport à 1995; c'était la première réduction en trois ans.

Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

Introduction

This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* (AWTS) and *Annual Retail Trade* (ARTS). Its objective is to present information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of wholesalers and independent retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

Comparability

Changes in concepts and methodology and revisions of data made by respondents may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWTS. The use of a sample-based survey also marks a break in the series from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by about 1%.

The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and

Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

Introduction

Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros* (EACG) et *Commerce de détail annuel* (EACD). Son objectif est de présenter des données sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimations préliminaires qui sont révisées à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail d'environ 1%.

Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des

foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

Revisions

1995 AWRTS data were not revised.

marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute. La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.

Révisions

Les données de 1995 de l'EACGD n'ont pas été révisées.

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

LECTURES SUGGÉRÉESChoisies parmi les publications de
Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	63-005-XPB/ 63-005-XIB	Commerce de détail, mensuel, bilingue.
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	63-007-XIB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual.	63-008-XIB	Commerce de gros, mensuel, bilingue.
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	63-210-XIB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.

To order a publication, you may telephone (613) 951-7277 or 1-800-700-1033 or fax (613) 951-1584 or 1-800-889-9734 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1-800-267-6677 (Canada and United States) toll free. If you order by telephone, written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou 1-800-700-1033 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou 1-800-889-9734 ou par internet: order@statcan.ca. Vous pouvez aussi appeler sans frais (Canada et États-Unis) au 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada published a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Annual review - Wholesale Trade

Overall, Canadian wholesalers enjoyed a fifth straight year of revenue expansion. Wholesale sector revenues, excluding the automotive group, climbed by 7.6% to \$301.2 billion, while including the auto group the total operating revenue increased to \$351.8 billion¹. The 7.6% increase falls below the percentage increases posted in 1994 (11.7%) and 1995 (8.7%).

The wholesale sector, which is composed of 13 broadly defined trade groups (see Appendix II), posted increases in 12 of the 13 groupings. Wholesalers in three groups (excluding the auto group) recorded annual increases in revenue in excess of 24%, those being Farm Machinery, Equipment and Supplies, Grain and Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery. The only group to record a drop in revenue from 1995 was wholesalers of Apparel and Dry Goods (-7.3%).

In Canada, 1996 was characterized by continued slow growth. Gross domestic product (GDP) increased by 1.5%, slightly above the average of the annual increases since 1990 (1.3%).

Manufacturing shipments rose a modest 2.6%, which followed large increases over the prior three years. At the same time, the annual increase in the value of total Canadian exports slowed to 5.3%. With GDP up during 1996 at a rate only slightly greater than that of the population, per capita income saw little increase. Nevertheless, a climate of low inflation and dropping interest rates during 1996 fostered an atmosphere of consumer confidence and a willingness to accumulate debt, pushing final domestic demand upward by 2.5%. The housing industry was an example of that with housing starts up 10% from 1995.

¹ During 1996, the wholesaling activity of several large enterprises was recognized and contributed an additional \$24 billion to total operating revenue in 1996, mainly within the automotive sector. It follows that an annual percentage increase calculated without the auto sector provides a more accurate measure of annual change, while the value of \$351.8 billion which includes the auto sector provides a more accurate measure of level.

Revue annuelle - Commerce de gros

Dans l'ensemble, les recettes des grossistes canadiens se sont accrues pour une cinquième année d'affilée. Les recettes du secteur du commerce de gros, à l'exclusion du groupe de l'automobile, ont augmenté de 7,6 %, pour atteindre 301,2 milliards de dollars; si l'on prend le groupe de l'automobile en considération, le total des recettes d'exploitation a augmenté pour se chiffrer à 351,8 milliards de dollars¹. Cette hausse de 7,6 % est inférieure aux augmentations en pourcentage affichées en 1994 (11,7 %) et en 1995 (8,7 %).

Parmi les 13 groupes de commerce au sens large qui constituent le secteur du commerce de gros (voir l'annexe II), 12 ont connu des augmentations. Dans trois groupes (à l'exclusion du groupe de l'automobile), les grossistes ont vu leurs recettes afficher des hausses annuelles supérieures à 24 %; il s'agit des grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles, des grossistes de céréales ainsi que des grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques. Le seul groupe dont les recettes ont diminué par rapport à 1995 est celui des grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (-7,3 %).

Au Canada, en 1996, la croissance a continué d'être lente. Le produit intérieur brut (PIB) s'est accru de 1,5 %, soit un peu plus que la moyenne des hausses annuelles depuis 1990 (1,3 %).

Les livraisons des fabricants ont connu une hausse modeste de 2,6 %, après avoir affiché d'importantes augmentations au cours des trois années précédentes. En même temps, l'augmentation annuelle de la valeur des exportations canadiennes totales a ralenti à 5,3 %. Comme, en 1996, le PIB a augmenté à un rythme à peine supérieur à celui de la population, le revenu par habitant n'a pratiquement pas bougé. Quoi qu'il en soit, un climat caractérisé par une faible inflation et des taux d'intérêt en baisse tout au long de 1996 a encouragé une atmosphère de confiance chez les consommateurs et une volonté d'endettement, de sorte que la demande intérieure finale a augmenté de 2,5 %. L'industrie de l'habitation en est un exemple, les mises en chantier ayant été de 10 % supérieures à celles de 1995.

¹ En 1996, on a commencé à tenir compte des activités de gros de plusieurs grandes entreprises et leur contribution a représenté 24 milliards de dollars de plus aux recettes d'exploitation totales cette année-là, principalement dans le secteur de l'automobile. Il s'ensuit qu'une augmentation annuelle de pourcentage calculée sans le secteur de l'automobile représente une mesure plus fidèle des variations annuelles, tandis que ce chiffre de 351,8 milliards de dollars, qui comprend le secteur de l'automobile, donne une mesure plus fidèle du niveau.

During 1996, in constant dollar terms (1992= 100), GDP increased 1.5% while the dollar contribution to GDP by wholesalers increased by 3.5% from its 1995 level. The effect is that the percentage contribution of wholesale trade to GDP has continued its slow but steady increase, moving from 4.9% in 1991 to 5.4% in 1996.

Canadian businesses are looking to maintain or possibly expand their role in a very global economy. Trade is expanding and borders are falling. Within this climate, businesses are continually restructuring and changing the way they operate to meet tomorrow's needs. These types of strategic adjustments partly contribute to the fluctuations that we observed in certain sectors during 1996.

Review by Trade Group

Across all groups, wholesalers of Motor Vehicles, Parts and Accessories account for the largest percentage of total operating revenue. Canadian wholesalers in the automotive sector were able to benefit from continued demand from a healthy U.S. economy along with strong domestic sales. Manufacturers' shipments of automotive products were up almost 6% in 1996 over the 1995 level. Domestic sales of new motor vehicles increased almost 12% from the 1995 level. The increased revenues in the auto sector have been accrued without incurring similar increases in total operating expenses, to leave operating profit as a percentage of total operating revenue up substantially from the 1.5% posted during 1995.

During 1996, wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies were the indirect beneficiaries of a healthy agricultural year in Canada, particularly for grains, posting a 32.1% gain in total operating revenue, substantially greater than the 6.8% increase posted during 1995. Farmers in western Canada were likely spending their crop receipts and other one-time payments to purchase new equipment. Despite the windfall in revenue, a larger than usual percentage of that revenue was spent on other operating expenses (6.3% compared to just over 5% in 1994 and 1995) pushing operating profit as a percent of total operating revenue down to 6.2% from over 7% during 1994 and 1995.

Similarly, wholesalers of Grain posted a strong 26.8% increase in total operating revenue in 1996, on the heels of a 13.9% increase in 1995. This reflected a bumper crop in grain along with worldwide shortages that pushed wheat prices to record highs. Across the sector, a drop in

En 1996, en dollars constants (1992 = 100), le PIB s'est accru de 1,5 %, tandis que la contribution monétaire des grossistes au PIB a été de 3,5 % supérieure à son niveau de 1995. Par conséquent, la contribution du commerce de gros au PIB a continué de suivre sa tendance à une croissance lente mais régulière, passant de 4,9 % en 1991 à 5,4 % en 1996.

Les entreprises canadiennes cherchent à préserver, voire même à élargir leur rôle dans une économie très mondialisée. Le commerce prend de l'expansion et les frontières disparaissent. Dans ce climat, les entreprises ne cessent de se restructurer et de modifier leur façon de faire des affaires pour répondre aux besoins de demain. Les rajustements stratégiques de cette nature sont l'une des raisons qui expliquent les fluctuations observées dans certains secteurs en 1996.

Revue par groupe de commerce

Dans l'ensemble des groupes, ce sont les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires qui représentent le pourcentage le plus important des recettes d'exploitation totales. Les grossistes canadiens du secteur de l'automobile ont su profiter d'une demande constante provenant d'une économie américaine dynamique, de même que de solides ventes dans le marché intérieur. Les livraisons des fabricants de produits automobiles se sont accrues de presque 6 % en 1996 par rapport à 1995. Les ventes de nouveaux véhicules automobiles dans le marché intérieur ont augmenté de presque 12 % par rapport au niveau de 1995. L'augmentation des recettes dans le secteur de l'automobile ne s'est pas accompagnée d'une hausse parallèle des dépenses d'exploitation totales, de sorte que le bénéfice d'exploitation en pourcentage des recettes d'exploitation représentent un accroissement important par rapport au pourcentage de 1,5 % de 1995.

En 1996, les grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles ont profité indirectement d'une campagne agricole dynamique au Canada, particulièrement dans le secteur des céréales, qui a connu des gains de 32,1 % au chapitre des recettes d'exploitation totales, soit une hausse beaucoup plus substantielle que l'augmentation de 6,8 % affichée en 1995. Les agriculteurs de l'Ouest canadien ont vraisemblablement utilisé leurs recettes agricoles et d'autres paiements ponctuels pour acheter du nouveau matériel. En dépit de recettes exceptionnelles, un pourcentage plus important que la normale de ces recettes a été consacré aux autres dépenses d'exploitation (6,3 % par rapport à un peu plus de 5 % en 1994 et en 1995), de sorte que le bénéfice d'exploitation en pourcentage des recettes d'exploitation totales avait diminué à 6,2 %, par rapport à 7 % en 1994 et en 1995.

Parallèlement, les grossistes de céréales ont connu une solide augmentation des recettes d'exploitation totales en 1996, soit 26,8 %, dans la foulée de la hausse de 13,9 % de 1995. Cela s'explique par des récoltes abondantes et des pénuries à l'échelle mondiale qui ont poussé les prix du blé à des sommets record. À

the cost of goods sold as a percent of revenue was offset by an increase in other operating expenses to leave operating profit at 5.6% in 1996 compared to 5.8% in 1995.

Wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery account for 7% of the revenue across all trade groups. They posted a dramatic 26.2 % increase in total operating revenue in 1996, on the heels of a 10.1% increase in 1995. As a percentage of total operating revenue, cost of goods sold went up 2.5 percentage points, while employee earnings and benefits and other operating expenses continued a downward trend since 1994, allowing operating profit to come in at 3.4%, between the 2.2% and 4.8% registered in 1994 and 1995 respectively. What makes this trade group unique is its relatively low percent of revenue from sales of goods purchased for resale, which over the last three years has ranged between 81 % and 86%. In comparison, the percent of revenue from sales of goods purchased for resale amongst wholesalers of Industrial Machinery has remained stable at 89% while the corresponding values across all other trade groups has not gone below 91% since 1993. This signals the increasing move by wholesalers in selected sectors to take advantage of supplementary or non-traditional markets to boost revenue generation. In fact over the last few years, wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery have consistently generated revenue from the sale of goods of their own manufacture, labor and rental activities, and from sources reported as other operating revenue.

Wholesalers of Food Products comprise the second largest trade group and posted a healthy 6.7% increase in total operating revenue during 1996, compared with a 1.8% increase during 1995. Most of the gain came from the catch-all Other Foods component which includes such products as flour and coffee. Due to the increased cost of goods sold, total operating expenses as a percentage of total operating revenue was up about 1.4 percentage points higher than normal, dragging operating profit down to 1.8% from 3.1% and 3.3% in 1994 and 1995 respectively. The revenue to inventory ratio has been declining from 17.3 in 1994 to 14.4 in 1996 due to building inventory levels.

Wholesalers of Other Products comprise the third largest trade group and after a healthy increase in 1995 of 18%, 1996 saw no increase in their sales from 1995. Wholesalers of agricultural supplies such as feeds, seeds

l'échelle du secteur, une diminution du coût des marchandises vendues en pourcentage des recettes a été contrebalancée par une augmentation des autres dépenses d'exploitation, de sorte que le bénéfice d'exploitation s'est établi à 5,6 % en 1996, par rapport à 5,8 % en 1995.

Les grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques représentent 7 % des recettes de l'ensemble des groupes de commerce. Leurs recettes d'exploitation totales ont connu une hausse spectaculaire de 26,2 % en 1996, après avoir augmenté de 10,1 % en 1995. En pourcentage des recettes d'exploitation totales, le coût des marchandises vendues avait augmenté de 2,5 points, tandis que la rémunération et les avantages sociaux des employés ont continué de suivre la tendance à la baisse qu'ils affichent depuis 1994; ainsi, le bénéfice d'exploitation s'est chiffré à 3,4 %, soit entre les pourcentages de 2,2 % et de 4,8 % enregistrés en 1994 et en 1995 respectivement. Ce qui distingue ce groupe de commerce, c'est le pourcentage relativement faible de ses recettes qui provient des ventes de marchandises destinées à la revente, qui, au cours des trois dernières années, a oscillé entre 81 % et 86 %. Par comparaison, le pourcentage des recettes tirées de la vente de marchandises destinées à la revente chez les grossistes de machines industrielles est demeuré stable, à 89 %, tandis que les pourcentages correspondants dans tous les autres groupes de commerce ne sont pas tombés en-dessous de 91 % depuis 1993. Cela témoigne d'une tendance de plus en plus fréquente, chez les grossistes de certains secteurs, à exploiter des marchés supplémentaires ou de marchés non traditionnels pour stimuler les recettes. En fait, au cours des dernières années, les grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques sont régulièrement aller chercher des revenus de la vente de marchandises de production propre, des recettes de main-d'œuvre et d'activités locatives, et d'autres sources déclarées dans la catégorie des autres recettes d'exploitation.

Les grossistes de produits alimentaires, qui représentent le deuxième groupe de commerce en importance, ont affiché une hausse solide de 6,7 % au chapitre des recettes d'exploitation totales en 1996, par rapport à 1,8 % en 1995. La plus grande partie de ces gains proviennent de la catégorie polyvalente des autres aliments, qui comprend des produits comme la farine et le café. Étant donné l'accroissement du coût des marchandises vendues, les dépenses d'exploitation totales en pourcentage des recettes d'exploitation totales avaient augmenté d'environ 1,4 point de plus que la normale, ce qui s'est traduit par une baisse du bénéfice d'exploitation, qui s'est chiffré à 1,8 % par rapport à 3,1 % en 1994 et à 3,3 % en 1995. Le ratio des recettes aux stocks a suivi une tendance à la baisse, passant de 17,3 % en 1994 à 14,4 % en 1996, ce qui s'explique par une accumulation des stocks.

Les grossistes du groupe «Produits divers» représentent le troisième groupe de commerce en importance et après une solide augmentation de 18 % en 1995, leurs ventes sont demeurées stationnaires en 1996 par rapport à 1995; les grossistes de

and chemicals were the only component of this trade group to see a strong rise in revenue(+11.9%). All the others recorded very small increases or declines in revenue. Certain wholesalers in this group deal with commodities which suffered from lower prices in 1996, in particular those dealing with paper or paper products. Inconsistent with the trend across all trade groups combined, the level of opening and closing inventory as a percentage of total operating revenue has been increasing from 9.6% in 1994 to 11.2% in 1996 and similarly for closing inventory from 10.5% in 1994 to 12.4% in 1996. The revenue to inventory ratio also goes against the trend for all trade groups combined and has decreased from 7.7 in 1994 to 6.5% in 1996.

Wholesalers of Industrial and Other Machinery saw their total operating revenue rise 7.4% in 1996, not far below the 8.6% increase in 1995. During 1996, total Canadian exports of machinery and equipment to the U.S. were strong, reflecting robust business investment south of the border. This provided a healthy market for this group, likely contributing to the change in the percentage of sales going to other wholesalers and to foreign markets which together increased from 15.1% of sales in 1995 to 21.0% in 1996. As a percentage of total operating revenue, operating profit has been edging down from 7.1 % in 1994 to 5.4% in 1996.

After recording a large increase in sales during 1995 (15.2%), wholesalers of Petroleum Products registered a moderate 4.7% increase during 1996. Notable is the increasing revenue to inventory ratio that has moved from 12.9 in 1993 to 26.1 in 1996. This is due to the opposing influences of a reduction in levels of inventories since 1993 while the total operating revenue continues to grow.

Wholesale sales of Lumber and Building Materials during 1996 were up 5.0% over 1995 levels, more than sufficient to offset the 1.1% drop during 1995. This coincides with the increase in shipments of lumber by Canadian manufacturers and the increased housing starts during 1996, both domestically and in the U.S. . The Canada – U.S. softwood lumber agreement came into effect in April 1996 and this may have held back some producers to permit them to stay within their assigned quotas. Operating profit rebounded back up to its normal level of around 5%. Other operating expenses came back down to more normal levels.

fournitures agricoles comme les provendes, les semences et les produits chimiques représentent le seul élément de ce groupe de commerce à avoir connu une solide augmentation des recettes (+11,9 %). Tous les autres ont connu de très faibles hausses, voire même des diminutions, au chapitre des recettes. Certains grossistes de ce groupe vendent des produits dont les prix étaient en baisse en 1996, particulièrement le papier ou les produits du papier. Contrairement à la tendance qui se dessine dans l'ensemble des groupes de commerce, le niveau des stocks d'ouverture et des stocks de fermeture en pourcentage des recettes d'exploitation totales a augmenté, passant de 9,6 % en 1994 à 11,2 % en 1996; parallèlement, les stocks de clôture sont passés de 10,5 % en 1994 à 12,4 % en 1996. Le ratio des recettes aux stocks va également à l'encontre de la tendance de l'ensemble des groupes de commerce combinés, puisqu'il a connu une baisse, passant de 7,7 % en 1994 à 6,5 % en 1996.

Les grossistes de machines industrielles et autres ont vu leurs recettes d'exploitation totales s'accroître de 7,4 % en 1996, soit à peine un peu moins que l'augmentation de 8,6 % de 1995. En 1996, les exportations totales de machines et d'équipements du Canada à destination des États-Unis ont été dynamiques, ce qui reflète les solides investissements des entreprises chez notre voisin du Sud. Le marché de ce groupe a donc été vigoureux, ce qui explique vraisemblablement les variations dans les pourcentages des ventes qui vont à d'autres grossistes et aux marchés étrangers et qui, ensemble, sont passés de 15,1 % des ventes en 1995 à 21,0 % en 1996. En pourcentage des recettes d'exploitation totales, le bénéfice d'exploitation accuse une tendance à la baisse, étant passé de 7,1 % en 1994 à 5,4 % en 1996.

Après avoir affiché une forte hausse en 1995 (15,2 %), les ventes des grossistes de produits pétroliers ont enregistré un gain modéré de 4,7 % en 1996. Il convient de souligner l'augmentation du ratio des recettes aux stocks, qui est passé de 12,9 % en 1993 à 26,1 % en 1996, ce qui s'explique par des influences opposées, c'est-à-dire une réduction des niveaux des stocks depuis 1993 parallèlement à la tendance à la hausse qu'ont suivie les recettes d'exploitation totales.

Les ventes en gros de bois et de matériaux de construction étaient en hausse de 5,0 % en 1996 par rapport à 1995, augmentation plus que suffisante pour contrebalancer la baisse de 1,1 % enregistrée en 1995. Cela coïncide avec l'augmentation des livraisons de bois de la part des fabricants canadiens et la hausse des mises en chantier en 1996, tant dans le marché intérieur qu'aux États-Unis. L'accord canado-américain sur le bois d'œuvre est entré en vigueur en avril 1996, de sorte que certains producteurs ont peut-être limité leur production de façon à pouvoir respecter leurs contingents. Le bénéfice d'exploitation s'est rétabli à son niveau normal d'environ 5 %. Les autres dépenses d'exploitation sont redescendues à des niveaux plus normaux.

Wholesalers of Beverage, Drug and Tobacco products saw their total operating revenue increase a healthy 8.1 % in 1996, though less than the 14.6% increase posted during 1995. A 6.8% drop in sales of tobacco products is mostly responsible for the overall drop at the trade group level. Notable for this trade group is the decline in operating profit as a percentage of total operating revenue since 1994, from 10.7% to 4.9% in 1996. This reflects a general increase across the elements of total operating expenses (i.e. cost of goods, employee earnings and benefits and other operating expenses) as a percentage of total operating revenue.

Wholesalers of Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies saw their level of total operating revenue increase 2.8% during 1996, little changed from the 2.2% growth during 1995. Wholesalers of hardware, plumbing and heating products posted an annual increase of 6.2%, coincidental with the increases in residential housing starts during 1996. Meanwhile, this favorable result was offset to some extent by a 1.8% decrease in revenue amongst wholesalers of metals and metal products. Metals such as copper and aluminum saw the level of shipments and unit price decrease during 1996. Operating profit has shown a steady increase as a percent of total operating revenue from 4.7% in 1994, through 5.1% in 1995 to 5.6% in 1996.

Wholesalers of Household Goods posted an even weaker year in 1996 than in 1995, with revenue increasing only 1.4% compared to the 2.8% increase in 1995. There was very little change in the level of sales amongst the components of the trade group. Operating profit has rebounded back up again to 3.6% in 1996 after a drop in 1995 to 2.5% from 4.7% in 1994.

Wholesalers of Apparel and Dry Goods ended the year with total operating revenue down 7.3% from the level in 1995. This drop in revenue is indicative of the overall slowdown in movement of non-durable goods. Since the start of the economic recovery in 1992, shipments of non-durable goods have increased by half the rise of durables. There was also a drop in capacity utilization in that "manufacturing sector", down from 80% in 1994 to 73% in 1996, and imports of clothing and footwear fell during 1996. Despite the overall declines, as a percentage of revenue, operating profit was up slightly from 2.5% in 1995 to 3.6% in 1996.

Les grossistes de boissons, de médicaments et de tabac ont vu leurs recettes d'exploitation totales s'accroître d'un solide 8,1 % en 1996, même si ce niveau était inférieur à la hausse de 14,6 % enregistrée en 1995. La baisse de 6,8 % dans les ventes de produits du tabac est le principal facteur qui explique la diminution globale au niveau de ce groupe de commerce. Il convient de faire remarquer, s'agissant de ce groupe, la diminution du bénéfice d'exploitation en pourcentage des recettes d'exploitation totales depuis 1994, puisqu'il est passé de 10,7 % à 4,9 % en 1996. Ce phénomène reflète une augmentation générale de tous les éléments des dépenses d'exploitation totales (c'est-à-dire coût des marchandises, rémunération et avantages sociaux des employés et autres dépenses d'exploitation) en pourcentage des recettes d'exploitation totales.

Les grossistes de métaux, d'articles de quincaillerie et de matériel de plomberie et de chauffage ont affiché une hausse de 2,8 % des recettes d'exploitation totales en 1996, soit peu de changement par rapport à l'augmentation de 2,2 % enregistrée en 1995. Les grossistes d'articles de quincaillerie et de matériel de plomberie et de chauffage ont affiché une hausse annuelle de 6,2 %, qui coïncide avec les augmentations des mises en chantier de logements en 1996. Par ailleurs, ce résultat favorable a été en partie contrebalancé par une baisse de 1,8 % des recettes chez les grossistes de métaux et de produits métalliques. Il y a eu baisse du niveau des expéditions et du prix unitaire de métaux comme le cuivre et l'aluminium en 1996. Le bénéfice d'exploitation a affiché une augmentation régulière en pourcentage des recettes d'exploitation totales, passant de 4,7 % en 1994 à 5,1 % en 1995 puis à 5,6 % en 1996.

Pour les grossistes d'articles ménagers, 1996 a été encore plus faible que 1995, les recettes n'augmentant que de 1,4 % par rapport à la hausse de 2,8 % de 1995. Il y a eu très peu de changements dans le niveau des ventes parmi les différents éléments de ce groupe de commerce. Le bénéfice d'exploitation a remonté à 3,6 % en 1996, après avoir chuté à 2,5 % en 1995 par rapport au niveau de 4,7 % de 1994.

Chez les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie, l'année s'est terminée par une diminution de 7,3 % des recettes d'exploitation totales par rapport à 1995, ce qui s'explique par un ralentissement global au chapitre des produits non durables. Depuis le début du rétablissement économique en 1992, les livraisons de produits non durables n'ont augmenté que de moitié par rapport aux produits durables. On a également assisté à une baisse de l'utilisation de la capacité dans ce «secteur de fabrication», qui est passée de 80 % en 1994 à 73 % en 1996; de plus, les importations de vêtements et chaussures ont diminué en 1996. En dépit des baisses globales, le bénéfice d'exploitation en pourcentage des recettes a affiché une légère hausse, passant de 2,5 % en 1995 à 3,6 % en 1996.

Provincial Perspective

It is readily apparent that from region to region, the predominant economic activities vary greatly. Generally, both the manufacturing and retail sectors are influenced by the local population, access to materials, transportation links etc. However, wholesale sales can be recorded by a business well away from the manufacturing or retail locations that are its suppliers or customers. Thus for some wholesalers, there may be little association between their level of sales and the strength of the economic activity in their region. The 1996 Inter-provincial Wholesale Commodity Survey shows that generally customers are local but suppliers are more widely dispersed. Nevertheless, certain regional patterns are worth noting.

Wholesalers in Ontario continue to dominate the wholesale industry in Canada, accounting for 43% of overall wholesale revenue, followed by wholesalers in Quebec (18%) and with Alberta and B.C. both at 12%.

The western provinces have displayed the most consistent growth. This has been generally the case since the end of the recession in 1992. Amongst the western provinces, Saskatchewan and Manitoba lead the way during 1996 with increases of 18.3% and 15.8% respectively, both surpassing the national average of 14.6%. Much of the growth in these two provinces was due to the bumper crop of grain and associated sales of farm machinery, equipment and supplies. The grain sales in Saskatchewan were sufficient to offset the reduced demand for potash. Alberta also posted strong gains, up 11.6% lead by a strong petroleum sector and increased demands for industrial and other machinery. Wholesaling of food products and computers also contributed to Alberta's strong performance. Coincidental with this increased wholesale activity, the manufacturing sector posted increased shipments in 1996 over 1995 levels in Manitoba (+8%), Saskatchewan (+6%) and Alberta (+6%).

British Columbia wholesalers posted an overall gain in total operating revenue of 9.8%. Results were very mixed across B.C.'s four largest wholesale sectors. Increases were posted by B.C.'s wholesalers of Food Products(+14%) and Industrial and Other Machinery (+10%) and these were sufficient to offset decreases in revenue to wholesalers of Lumber and Building Materials (-1%) and Other Products (-10%). The overall increase in

Revue par province

Il est évident que les activités économiques prédominantes varient beaucoup d'une région à l'autre. En général, le secteur de la fabrication comme celui du commerce de détail sont influencés par la population locale, l'accès aux matériaux, les réseaux de transport, etc. Cependant, les ventes en gros d'une entreprise peuvent avoir lieu bien loin des centres de fabrication ou de vente au détail qui représentent ses fournisseurs ou ses clients. Ainsi, pour certains grossistes, il n'y aura peut-être pas beaucoup de rapport entre le niveau des ventes et le dynamisme de l'activité économique dans la région. Selon l'Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros de 1996, en général, les clients se trouvent localement, mais les fournisseurs sont plus dispersés sur le plan géographique. Quoi qu'il en soit, certaines tendances régionales sont dignes de mention.

Les grossistes de l'Ontario continuent de dominer l'industrie du commerce de gros au Canada, représentant 43 % des recettes du secteur du commerce de gros en général; viennent ensuite les grossistes du Québec (18 %) et ceux de l'Alberta et de la C.-B., à 12 % dans chaque cas.

Les provinces de l'Ouest ont affiché la croissance la plus régulière, et ce, de façon générale depuis la fin de la récession en 1992. Parmi ces provinces, ce sont la Saskatchewan et le Manitoba qui occupaient la tête de file en 1996, ayant connu des augmentations respectives de 18,3 % et de 15,8 %, soit dans les deux cas plus que la moyenne nationale de 14,6 %. Une bonne partie de la croissance de ces deux provinces s'explique par les récoltes exceptionnelles de céréales et les ventes connexes de machines, de matériel et de fournitures agricoles. Les ventes de céréales en Saskatchewan ont été suffisantes pour compenser la réduction de la demande de potasse. L'Alberta a également réalisé de solides gains, en hausse de 11,6 %, sous l'impulsion du dynamisme du secteur du pétrole et de la demande accrue de machines industrielles et autres. Les ventes en gros de produits alimentaires et d'ordinateurs ont également joué un rôle dans la solidité de la performance de l'Alberta. Parallèlement à cette hausse de l'activité dans le commerce de gros, le secteur manufacturier a affiché, en 1996, des augmentations au chapitre des livraisons par rapport aux niveaux de 1995, autant au Manitoba (+8 %) qu'en Saskatchewan (+6 %) et en Alberta (+6 %).

Les grossistes de la Colombie-Britannique ont affiché des gains globaux de 9,8 % au chapitre des recettes d'exploitation totales. Les résultats ont été cependant très mixtes dans les quatre plus grands secteurs du commerce de détail de la province. Les augmentations affichées par les grossistes de produits alimentaires (+14 %) et de machines industrielles et autres machines (+10 %) ont été suffisantes pour compenser les baisses de recettes chez les grossistes de bois et matériaux de

wholesale revenue is in contrast to the 5% drop in manufacturing shipments for B.C.. This is partly attributable to the tendency of wholesalers to be purchasing their product from outside the province.

Quebec wholesalers had a weak year, with total operating revenue off 0.7% from 1995. Much of the reduction came from the Apparel and Household Goods groups, down 20% and 14% respectively. This is again a sign of the movement by the consumers in recent years away from non-durable items. An additional spot of weakness for Quebec was that it was the only province to see a drop in revenue from wholesaling of computers. These were virtually offset by gains in revenue from the automotive and farm machinery sectors.

In the Atlantic Provinces the fortunes were very mixed across provinces. Both Newfoundland and Nova Scotia saw decreases in revenue in the order of 7%. The year saw low prices for both pulp and paper and fish which are important to the economies of both provinces. Additionally, some of the drop is the result of a tailing off of activity concerning the Hibernia and fixed-link mega-projects. Both PEI and New Brunswick fared better with overall increases of 8.9% and 6.9% respectively with strength in the food and petroleum sectors in both provinces.

Class of Customer

Wholesalers continue to sell mainly to retail and industrial customers. Together, these two classes of customer have accounted for about 65% of revenue during each of the last four years. For all but two groups of wholesalers, sales to retail and industrial customers generate more than half of their revenue. The first exception is wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies who generate about 60% of their revenue from sales to farmers, while traditionally they receive between 15% and 25% of their revenue from sales to retail and industrial customers. The second exception is wholesalers of Grain who sell about half of their product to foreign markets and generally receive about 20% of their revenue from sales to retail and industrial customers.

As part of the ongoing adaptations by wholesalers to remain competitive, they are continuing to develop one of the smallest of their customer bases, that of the household consumer. Across all trade groups, wholesalers increased their sales to households from \$12.6 billion in 1995 to \$16.5 billion in 1996. These levels of sales accounted for 3.6% of their total revenue in 1994, increasing to 4.7% in

construction (-1%) et d'autres produits (-10%). L'augmentation globale des recettes des grossistes se compare à une baisse de 5% des livraisons des produits manufacturés pour la C.-B., ce qui s'explique en partie par la tendance des grossistes à acheter leurs produits à l'extérieur de la province.

L'année n'a pas été bonne pour les grossistes du Québec, dont les recettes d'exploitation totales ont été de 0,7% inférieures à celles de 1995. Une grande partie de ce recul provient des groupes des vêtements et des articles ménagers, qui ont accusé des baisses respectives de 20% et de 14%. C'est une autre manifestation de la tendance des consommateurs, ces dernières années, à ne pas acheter de produits non durables. Autre faiblesse : le Québec est la seule province dont les revenus des grossistes d'ordinateurs ont diminué. Cette baisse a cependant été pratiquement annulée par des gains des secteurs de l'automobile et des machines agricoles.

Dans les provinces de l'Atlantique, la situation variait beaucoup d'une province à l'autre. Terre-Neuve et la Nouvelle-Écosse ont accusé des baisses de l'ordre de 7% dans les recettes. Au cours de l'année, les prix dans le secteur des pâtes et papiers et dans celui du poisson ont été faibles, et il s'agit de deux secteurs importants pour l'économie de chaque province. De plus, une partie de cette baisse s'explique par la réduction des activités dans le cadre des méga-projets d'Hibernia et de la construction du pont. L'Î.-P.-É. et le Nouveau-Brunswick ont affiché un meilleur rendement, avec des hausses globales de 8,9% et de 6,9% respectivement; les secteurs des aliments et du pétrole ont été dynamiques dans les deux provinces.

Type de clientèle

Les grossistes continuent de traiter principalement avec des détaillants et des clients industriels. Ensemble, ces deux catégories de clientèle ont représenté environ 65% des recettes au cours des quatre dernières années. À deux exceptions près, dans tous les groupes de grossistes, les ventes aux détaillants et aux clients industriels représentent plus de la moitié des recettes. La première exception est celle des grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles, dont environ 60% des recettes proviennent de ventes aux agriculteurs, tandis que traditionnellement, entre 15% et 25% de leurs recettes proviennent de ventes à des détaillants et à des clients industriels. La deuxième exception est celle des grossistes de céréales, qui vendent environ la moitié de leurs produits dans les marchés étrangers et dont, en général, environ 20% des recettes proviennent de ventes à des détaillants et à des clients industriels.

Dans le cadre des mesures d'adaptation que les grossistes continuent de prendre pour demeurer concurrentiels, ils cherchent toujours à donner de l'expansion à l'une de leur clientèle les plus limitées, celle des ménages. Dans tous les groupes de commerce, les grossistes ont augmenté leurs ventes aux ménages, qui sont passées de 12,6 milliards de dollars en 1995 à 16,5 milliards en 1996. Ces ventes, qui représentaient 3,6% de leurs recettes

1996. This movement is being lead by wholesalers of Computers, who in 1996 generated 9.2% of their revenue from sales to households, up from 2.7% in 1994. Similarly, wholesalers of Lumber and Building Materials increased the percentage of their sales to households, rising from 14.6% in 1993 to 20.5% in 1996.

Exports

The value of exports by wholesalers amounted to \$36.2 billion in 1996, up 9% from 1995. This coincides with a 5% increase in total Canadian exports. In 1993, at \$28.7 billion, the percent of wholesale sales exported peaked at 11.3% and has been declining since then, to stand at 10.3% in 1996. Similarly, wholesalers in 1993 accounted for 15.3% of Canada's total exports and this percentage has decreased to 13.1% in 1996. This demonstrates that despite the increased value being exported by wholesalers, the share of their revenue that comes from exports is declining slightly. Since the 1990-91 recession, exports by wholesalers increased by 48% while during the same period total Canadian exports increased 69%. This may reflect a move on the part of wholesalers to take advantage of an expanding domestic market, while at the same time, a dropping Canadian dollar and the opening of trade agreements between Canada and other countries may have paved the way for exports from industries other than wholesalers.

In terms of both percentage and dollar value, Grain continues to lead all trade groups with 45% export (\$8.4 billion). Following Grain, other products with large proportions of revenue from export sales include Lumber & Building Materials (16%), Computers, Packaged Software and Other Electronic machinery (15%) and Other Products (14%).

Financial profile

Across all trade groups, gross margins slipped to 20.2% of total operating revenue, having been stable at just over 21% since 1993. This is mainly due to increases reported by wholesalers for their cost of goods sold, which is not unexpected given an increasing Industrial Product Price Index. As a percentage of total operating revenue, cost of goods sold has tended to rise since 1993 from 78.9% to 79.9% in 1996. Despite these increased costs, wholesalers have been able to maintain profitability at around 5% by decreasing certain expense items. Employee earnings and benefits were down from 8.5% in 1993 to 7.8% in 1996. Other Operating Expenses were similarly down from 8.4% in 1993 to 7.2% in 1996. Wholesalers during 1996 also reduced their outlay on capital and repair expenditures by 4% from their peak level in 1995. There may have been less of a need to spend in 1996 if the major investments were already committed in 1995 or this pullback could have been in

totales en 1994, en représentaient 4,7 % en 1996. Ce sont les grossistes d'ordinateurs qui ont mené ce mouvement; en effet, en 1996, 9,2 % de leurs recettes provenaient de ventes aux ménages, par rapport à 2,7 % en 1994. Parallèlement, les grossistes de bois et de matériaux de construction ont accru le pourcentage de leurs ventes aux ménages, qui est passé de 14,6 % en 1993 à 20,5 % en 1996.

Exportations

La valeur des exportations des grossistes a atteint 36,2 milliards de dollars en 1996, en hausse de 9 % par rapport à 1995. Cela coïncide avec une augmentation de 5 % du total des exportations canadiennes. En 1993, les ventes des grossistes dans les marchés d'exportation, qui se chiffraient à 28,7 milliards de dollars, avaient atteint un sommet de 11,3 % et ont diminué par la suite, pour atteindre 10,3 % en 1996. De même façon, en 1993, les grossistes représentaient 15,3 % des exportations totales du Canada et ce pourcentage avait chuté à 13,1 % en 1996. On peut en déduire qu'en dépit de la valeur accrue des exportations des grossistes, la part de leurs revenus qui provient des exportations a diminué légèrement. Depuis la récession de 1990-1991, les exportations des grossistes se sont accrues de 48 %, et pendant la même période, les exportations totales du Canada ont augmenté de 69 %. Cela peut s'expliquer par la tendance, chez les grossistes, à tirer profit d'un marché intérieur en expansion, tandis qu'en même temps, la chute du dollar canadien et la signature d'accords commerciaux entre le Canada et d'autres pays ont pu faciliter les exportations d'industries autres que celles des grossistes.

Le secteur des céréales continue d'occuper la tête de file de tous les groupes commerciaux, tant du point de vue du pourcentage que de celui de la valeur monétaire, avec 45 % des exportations (8,4 milliards de dollars). Parmi les autres produits dont une grande proportion des recettes proviennent de l'exportation, on retrouve le bois et les matériaux de construction (16 %), les ordinateurs, les logiciels et les autres équipements électroniques (15 %) ainsi que les produits divers (14 %).

Profil financier

Dans tous les groupes de commerce, la marge brute a chuté à 20,2 % des recettes d'exploitation totales, après avoir été stable à un peu plus de 21 % depuis 1993. Cette baisse s'explique principalement par les hausses signalées par les grossistes au chapitre du coût des marchandises vendues, et il fallait s'y attendre, étant donné la hausse de l'indice des prix des produits industriels. En pourcentage des recettes d'exploitation totales, le coût des marchandises vendues a eu tendance à s'accroître depuis 1993, passant de 78,9 % cette année-là à 79,9 % en 1996. En dépit de cette hausse des coûts, les grossistes ont réussi à maintenir leur rentabilité à environ 5 % en diminuant certaines dépenses. La rémunération et les avantages sociaux des employés ont baissé, passant de 8,5 % en 1993 à 7,8 % en 1996. D'autres dépenses d'exploitation ont elles aussi été réduites, passant de 8,4 % en 1993 à 7,2 % en 1996. En 1996, les grossistes ont également réduit de 4 % leurs dépenses en capital et leurs frais de réparation par rapport au sommet de 1995. Il se peut que les grossistes n'aient pas eu besoin de dépenser autant en 1996 si les

reaction to steadily increasing prices and a general need to retract spending.

Revenue to Inventory

The revenue to inventory ratio has risen for the fourth straight year, reaching 9.07, up from 8.57 in 1993. This means that wholesalers are replacing their inventory more frequently than in the past. The trade group with the highest sales to inventory ratio is Petroleum Products (26.1) followed by Grain (19.1). The trade groups with the two smallest sales to inventory ratios are Farm Machinery, Equipment and Supplies (4.00) and Apparel and Dry Goods (4.98).

From another perspective, opening and closing inventories, as a percentage of total operating revenue, have continued their downward trend. For opening inventories, that percentage has declined from 11.3% in 1993 to 10.8% in 1996 while for closing inventories the corresponding percentage has been reduced from 12.0% in 1993 to 11.3% in 1996. This parallels a tendency within the manufacturing sector where the inventory to shipment ratio has dropped during 1996 to approach the level reached late in 1994.

Other Aspects

The wholesale trade sector has been a major contributor to Canada's recent growth in employment. According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, there was a 5.4% annual increase in jobs in this sector, over the level as of 31 December, 1995. The share of wholesale employment to total Canadian employment has risen from 6.0% in 1995 to 6.2% in 1996. The Survey of Employment, Payroll and Hours also reports that the average weekly earnings (including overtime) in the wholesale sector dropped from \$633 in 1995 to \$630 in 1996, while average weekly earnings (excluding overtime), dropped from \$620 in 1995 to \$601 in 1996. In comparison, across all industries, the average weekly earnings (including overtime) increased from \$577 in 1995 to \$595 in 1996, while average weekly earnings (excluding overtime), increased from \$563 in 1995 to \$576 in 1996. This may reflect a movement on the part of wholesalers to hire more part-time employees in an attempt to stem the tide of increased costs by holding the line on payrolls.

grands investissements avaient déjà été engagés en 1995; ou encore, ce recul peut être une réaction à des prix sans cesse croissants et à la nécessité générale de réduire les dépenses.

Ratio des recettes aux stocks

Le ratio des recettes aux stocks a augmenté pour la quatrième année de suite, pour atteindre 9,07, par rapport à 8,57 en 1993. Cela signifie que les grossistes remplacent leurs stocks plus fréquemment que par le passé. Le groupe de commerce qui affiche le ratio des ventes aux stocks le plus élevé est celui des produits du pétrole (26,1); vient ensuite le groupe des céréales (19,1). Les deux groupes qui affichent les ratios des ventes aux stocks les plus faibles sont celui des machines, du matériel et des fournitures agricoles (4,00) et celui des vêtements et articles de mercerie (4,98).

Dans une autre perspective, les stocks d'ouverture et de clôture en pourcentage des recettes d'exploitation totales ont poursuivi leur tendance à la baisse. Pour les stocks d'ouverture, ce pourcentage est passé de 11,3 % en 1993 à 10,8 % en 1996, tandis que pour les stocks de clôture, il a chuté de 12,0 % en 1993 à 11,3 % en 1996. Cette tendance est semblable à celle qui se manifeste dans le secteur manufacturier, où le ratio des stocks aux livraisons a diminué en 1996 pour se rapprocher de son niveau de la fin de 1994.

Autres aspects

Le secteur du commerce de gros a apporté une contribution de premier plan à la récente croissance de l'emploi au Canada. Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, il y a eu une augmentation annuelle de 5,4 % des emplois dans ce secteur, par rapport au niveau du 31 décembre 1995. La part de l'emploi dans le secteur du commerce de gros par rapport à l'emploi total au Canada a augmenté, passant de 6,0 % en 1995 à 6,2 % en 1996. L'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail signale également que la rémunération hebdomadaire moyenne (y compris les heures supplémentaires) dans le secteur du commerce de gros a reculé, passant de 633 \$ en 1995 à 630 \$ en 1996, tandis que la rémunération hebdomadaire moyenne (à l'exclusion des heures supplémentaires) est passée de 620 \$ en 1995 à 601 \$ en 1996. Par comparaison, dans toutes les industries, la rémunération hebdomadaire moyenne (y compris les heures supplémentaires) s'est accrue, de 577 \$ en 1995 à 595 \$ en 1996, et la rémunération hebdomadaire moyenne (à l'exclusion des heures supplémentaires) a augmenté, de 563 \$ en 1995 à 576 \$ en 1996. Cela peut refléter une tendance, chez les grossistes, à recruter davantage d'employés à temps partiel, afin de limiter les augmentations des coûts en limitant la masse salariale.

* *Greg Parsons is an analyst for the Wholesale Trade Section of Distributive Trades Division at Statistics Canada ((613) 951-0062).*

* *Greg Parsons est un analyste de la section du Commerce de gros de la Division de la statistique du commerce de Statistique Canada ((613) 951-0062).*

Annual Review - Retail Trade

For the fifth consecutive year, the Retail Trade sector sustained a steady revenue increase, realizing a 3.8% rise over 1995, to \$225.5 billion (Text Table 1). The sector accounted for 46.9% of total consumer expenditures in 1996 (Table 1.2 page 25), compared to 47.0% in 1995 and contributed 5.8% to Canada's gross domestic product. Following two consecutive yearly increases in employment of 1.7% in 1994 and 2.6% in 1995, the sector experienced a decline of 1.3% in 1996.

The rise in Retailer's total operating revenue was buoyed largely by the 8.5% year over year revenue gain in 1996 by the automotive sector, with more modest increases attained by four of the remaining major groups. The other retail stores major group (which contains other semi-durable goods stores, other durable goods stores, liquor, wine and beer stores), increased 3.5%, followed by general merchandise stores (+2.2%), food (+1.1%) and clothing (+0.6%). Furniture and drugs major groups slipped from 1995 revenue levels by 4.2% and 0.4% respectively.

Revue annuelle - Commerce de détail

Pour la cinquième année consécutive, les recettes du secteur du commerce de détail ont suivi une tendance régulière à la hausse, augmentant de 3,8 % par rapport à 1995, pour un total de 225,5 milliards de dollars (voir le Tableau explicatif 1). Les recettes du secteur ont représenté 46,9 % des dépenses totales des consommateurs en 1996 (voir le Tableau 1.2 p. 25), par rapport à 47,0 % en 1995; la contribution du secteur au produit intérieur brut du Canada a été de 5,8 %. Après deux augmentations annuelles consécutives de l'emploi, soit de 1,7 % en 1994 et de 2,6 % en 1995, le secteur a accusé un recul de 1,3 % en 1996.

L'augmentation des recettes d'exploitation totales dans le secteur du commerce de détail s'explique en grande partie par les gains annuels de 8,5 % au chapitre des recettes que le secteur de l'automobile a connus en 1996, et des hausses plus modestes dans quatre des autres groupes majeurs. Le groupe des autres magasins de ventes au détail (qui comprend les autres magasins de produits semi durables, les autres magasins de produits durables, ainsi que les magasins de spiritueux, de vin et de bière) a connu une hausse de 3,5 %; venaient ensuite les magasins de marchandises diverses (+2,2 %), les magasins d'alimentation (+1,1 %) et les magasins de vêtements (+0,6 %). Les groupes majeurs des meubles et des médicaments ont accusé un recul par rapport à leurs recettes de 1995, qui ont chuté respectivement de 4,2 % et de 0,4 %.

Text Table 1
Tableau explicatif 1

Most major groups saw their revenues increase
La plupart des groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter

Major group Groupe majeur	1995	1996	% Change Chg en %
	millions of dollars - millions de dollars		
Food - Alimentation	54,428.8	55,035.4	1.1
Drugs - Médicaments	12,161.7	12,107.1	-0.4
Clothing - Vêtements	13,165.8	13,248.1	0.6
Furniture - Meubles	11,304.9	10,835.4	-4.2
Automotive - Automobiles	78,654.1	85,293.6	8.4
General Merchandise-Marchandises diverses	22,735.7	23,231.5	2.2
Other - Autres	24,902.2	25,786.0	3.5
Total All Groups - Total tous les groupes	217,353.2	225,537.1	3.8

Within the automotive sector, gasoline service stations represented the greatest increase over 1995 on a percentage basis (+15.2%), bolstered by the strong showings of motor vehicle and recreational vehicle dealers (+7.1%) and automotive parts, accessories and

Dans le secteur de l'automobile, les stations-service ont affiché la plus forte augmentation en pourcentage par rapport à 1995 (+15,2 %), stimulées par l'excellente performance des concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+7,1 %) et les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules

services (+5.1%). The automotive sector represented 37.8% of retailer's total operating revenue in Canada in 1996, compared with 36.1% in 1995.

The household furniture and appliance stores and other household furnishings stores, which comprise the furniture major group, both slipped from 1995 levels by 4.6% and 2.5% respectively.

Retailers continued to earn most of their revenue from goods purchased for resale (Chart 1), with less than 5% obtained from other sources. The automotive parts, accessories and services stores, however, increased their revenue generated by sources other than sales of goods

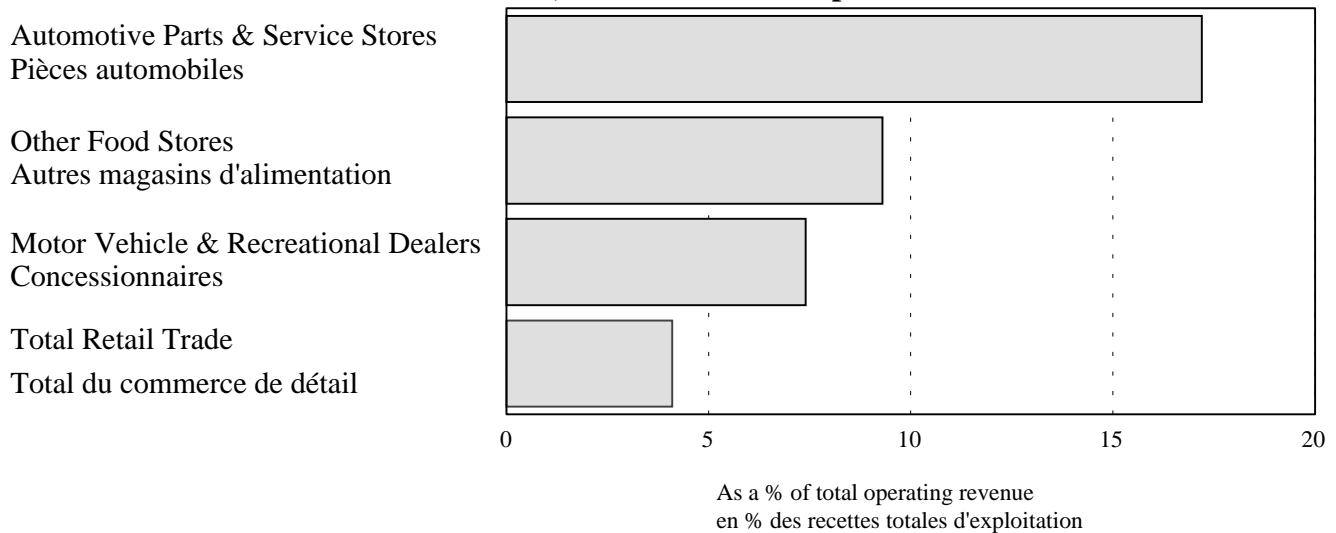
automobiles et services (+5,1 %). Le secteur de l'automobile représentait 37,8 % des recettes d'exploitation totales des détaillants au Canada en 1996, par rapport à 36,1 % en 1995.

Les magasins de meubles et d'appareils ménagers et les autres magasins d'accessoires d'ameublement, qui constituent le groupe majeur des meubles, ont connu des baisses par rapport aux niveaux de 1995, soit de 4,6 % et de 2,5 % respectivement.

Les détaillants ont continué de tirer la plus grande partie de leurs recettes de marchandises destinées à la revente (graphique 1), moins de 5 % provenant d'autres sources. Cependant, en ce qui concerne les recettes de sources autres que la vente de marchandises destinées à la revente, les magasins de pièces et

Chart 1
Graphique 1

Retail Trade, Other Operating Revenue
Commerce de détail, autres recettes d'exploitation



purchased for resale from 16.7% in 1995 to 17.2% in 1996. This revenue is primarily from labour receipts from the repair and installation of goods.

Independent Stores Still Dominate

Independent stores continue to dominate the retail trade sector with 60% of total retail operating revenue though this represented a 2% drop in market share from 1995. Chain and department stores gained share in the shoe stores and clothing stores (+5%), furniture (+4%) and in the food (+3%) sectors in 1996. Chain and department stores continue to dominate the shoe stores and clothing stores with 69% of the market in 1996, and have advanced to 50% share of the food sector, from 47% in 1995. This may indicate a changing market, as

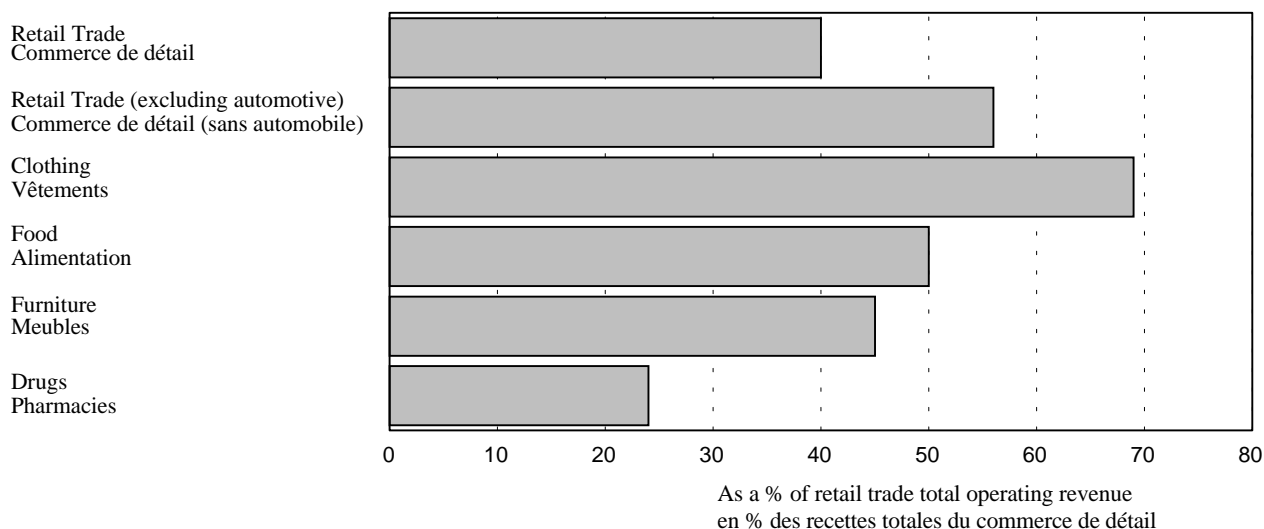
d'accessoires pour véhicules automobiles et services ont connu une hausse, de 16,7 % en 1995 à 17,2 % en 1996, qui s'explique surtout par les recettes de main-d'oeuvre que procurent les services de réparation et d'installation.

Les magasins indépendants dominent toujours

Les magasins indépendants continuent de dominer le secteur du commerce de détail, avec 60 % des recettes d'exploitation totales au détail, même si cela représentait une baisse de 2 % de la part de marché par rapport à 1995. Les magasins à succursales et les grands magasins ont élargi leur part dans les secteurs des magasins de chaussures et magasins de vêtements (+5 %), des magasins de meubles (+4 %) et des magasins d'alimentation (+3 %) en 1996. Les magasins à succursales et grand magasins continuent de dominer le secteur des magasins de chaussures et magasins de vêtements, occupant 69 % du marché en 1996, et leur part du secteur de l'alimentation est passée de 47 % en 1995

Chart 2 Graphique 2

Chain Stores Do Not Dominate All Sectors Les magasins à succursales ne dominent pas tous les secteurs



consumers made more of their purchases in non-specialty stores.

Regional Profile

Retailers' revenues rose in all provinces and the Yukon Territory during 1996, with the Northwest Territories slipping 1.6% from the previous year. The greatest gains were in the Yukon Territory (+19.4%), Saskatchewan (+10.6%) and Prince Edward Island (+9.9%). These increases were dominated by soaring sales in the automotive sector, in which the Yukon Territory led (+30.4%), followed by Saskatchewan (+26.7%) and Prince Edward Island (+15.6%). The lowest gains in the automotive sector were Ontario (+3.8%) and British Columbia (+9.0%). Alberta was the sole province in which automotive sector sales declined for 1996 (-0.6%).

Margins Steady

The retail sector maintained its overall level of gross margin in 1996, of 27.1% of total operating revenue, following 26.9% in 1995 and 27.3% in 1994. Within the shoe and clothing store sector, women's clothing stores attained a 45.6% gross margin, the highest of all trade groups, followed closely by the automotive parts, accessories and services trade group with 44.6%. These high-margin sectors continued to realize the highest expenses for employee earnings and benefits, as a percentage of total operating revenue, of 17.5% and 21.2% respectively. Nationally, employee earnings and

à 50 %. Cela peut s'expliquer par la transformation du marché, les consommateurs faisant plus d'achats dans les magasins non spécialisés.

Profil régional

Les recettes des détaillants ont augmenté dans toutes les provinces et au Yukon en 1996; dans les Territoires du Nord-Ouest, cependant, elles ont reculé de 1,6 % par rapport à l'année précédente. Les gains les plus importants ont été enregistrés au Yukon (+19,4 %), en Saskatchewan (+10,6 %) et dans l'Île-du-Prince-Édouard (+9,9 %). Ces augmentations ont été dominées par un accroissement spectaculaire des ventes dans le secteur de l'automobile, mené par le Yukon (+30,4 %), la Saskatchewan (+26,7 %) et l'Île-du-Prince-Édouard (+15,6 %). Les gains les plus faibles dans le secteur de l'automobile ont été enregistrés en Ontario (+3,8 %) et en Colombie-Britannique (+9,0 %). L'Alberta est la seule province dont les ventes ont diminué dans le secteur de l'automobile en 1996 (-0,6 %).

Des marges stables

En 1996, le niveau global de la marge brute du secteur du commerce de détail est demeuré stable, à 27,1 % des recettes d'exploitation totales, après s'être chiffré à 26,9 % en 1995 et à 27,3 % en 1994. Dans le secteur des magasins de chaussures et de vêtements, les magasins de vêtements pour femmes ont affiché une marge brute de 45,6 %, soit le niveau le plus élevé de tous les groupes de commerce; suivait de près le groupe des pièces et accessoires pour véhicules automobiles et services, à 44,6 %. Ces secteurs dont la marge est élevée ont continué d'afficher les dépenses les plus importantes au chapitre de la rémunération et des avantages sociaux des employés en pourcentage des recettes

benefits were 11.6% of total operating revenue, a drop of 0.5% from 1995, the first drop in the last three years.

Profitability

Canadian retailers earned an overall 5.6% profit margin in 1996, with positive profit margins realized in all trade groups. This represented a 1.1% increase over 1995. Excluding other retail stores trade group (which includes other semi-durable goods stores, other durable goods stores, liquor, wine and beer stores), gasoline service stations earned the highest operating profit for the year of 9.3%, followed by automotive parts, accessories and services (7.5%) and shoe stores (6.9%). Shoe stores, though reporting the third highest profit margin in 1996, actually declined 2.5 percentage points from 1995 as did the other members of the clothing major group, though to a lesser extent. Partially as a result of a shift in consumer buying pattern changes from specialty stores, general merchandise stores profit margins increased 5.4 percentage points.

Inventory Levels

Other durable goods retailers continue to hold the highest level of inventory with a revenue to inventory ratio of 2.8. Supermarkets and grocery stores and gasoline service stations all continue to turn over their inventory very quickly; more than 14 times in 1996.

Locations

There were 177,488 retail stores in Canada in 1996, with only supermarkets and grocery stores and automotive parts, accessories and services stores, with more than 20,000 retail outlets.

Employment

According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, at December 31, 1996, Retail Trade provided 13.0% of the total employment in Canada. Average weekly earnings in the Retail sector were \$354.20 (including overtime; \$341.08 excluding overtime), an increase over 1995 of 3.3% including overtime and 0.6% excluding overtime.

* *Robert Gervais is an analyst for the Retail Trade Section of Distributive Trades Division at Statistics Canada ((613) 951-5705).*

d'exploitation totales, soit 17,5 % et 21,2 %, respectivement. À l'échelle nationale, la rémunération et les avantages sociaux des employés représentaient 11,6 % des recettes d'exploitation totales, soit une baisse de 0,5 % par rapport à 1995, la première chute depuis les trois dernières années.

Rentabilité

Les détaillants canadiens ont affiché dans l'ensemble une marge de profit de 5,6 % en 1996, et tous les groupes de commerce ont connu une marge de profit positive. Cela représentait une augmentation de 1,1 % par rapport à 1995. À l'exclusion du groupe des autres magasins de ventes au détail (qui comprend les autres magasins de produits semi-durables, les autres magasins de produits durables et les magasins de spiritueux, de vin et de bière), les stations-service ont connu le bénéfice d'exploitation le plus élevé pour l'année, soit 9,3 %; venaient ensuite les magasins de pièces et accessoires pour véhicules automobiles et services (7,5 %) et les magasins de chaussures (6,9 %). Les magasins de chaussures, même s'ils venaient au troisième rang au chapitre de la marge de profit en 1996, ont en réalité accusé un recul de 2,5 points par rapport à 1995, tout comme les autres éléments du groupe majeur des vêtements, même si ce fut dans une moindre mesure. Les marges de profit des magasins de marchandises diverses se sont accrues de 5,4 points, ce qui s'explique en partie par une transformation des habitudes d'achat des consommateurs, qui ont délaissé les magasins spécialisés.

Niveaux des stocks

Les autres détaillants de produits durables continuent d'avoir les stocks les plus élevés, le ratio des recettes aux stocks s'élevant à 2,8. Les supermarchés et les épiceries de même que les stations-service ont tous continué de remplacer très rapidement leurs stocks, soit plus de 14 fois en 1996.

Emplacements

En 1996, le Canada comptait 177 488 magasins de ventes au détail. Les supermarchés et les épiceries ainsi que les magasins de pièces et accessoires pour véhicules automobiles et services étaient les deux seuls groupes ayant plus de 20 000 points de vente.

Emploi

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, le secteur du commerce de détail représentait, au 31 décembre 1996, 13,0 % de l'ensemble des emplois au Canada. La rémunération hebdomadaire moyenne dans ce secteur s'établissait à 354,20 \$ (si on inclut les heures supplémentaires; 341,08 \$ si on les exclut), ce qui représente, par rapport à 1995, une hausse de 3,3 % si on inclut les heures supplémentaires et de 0,6 % si on les exclut.

* *Robert Gervais est un analyste de la section du Commerce de détail de la Division de la Statistique du Commerce de Statistique Canada ((613) 951-5705).*

Text Table 2
Tableau explicatif 2

Percentage Change - Retail Trade Total Operating Revenue by Province or Territory (\$ Millions)
Commerce de détail par province ou territoire

	Retail Trade Commerce de détail	
	Market Prices 1996 Prix du marché 1996	Change 95/96 Variation 95/96
	millions of dollars - millions de dollars	%
Nfld. - T.-N.	3,654.2	3.4
P.E.I. - Î.-P.-É.	1,036.5	9.9
N.S. - N.-É.	6,975.4	7.5
N.B. - N.-B.	5,628.6	7.5
Que. -Qué.	54,102.2	5.0
Ont.	81,711.8	2.0
Man.	8,099.8	5.1
Sask.	7,390.7	10.6
Alta. - Alb.	23,615.8	2.3
B.C. - C.-B.	32,509.6	3.9
Yuk.	290.6	19.4
N.W.T. - T.-N.-O.	521.9	-1.6
Canada	225,537.1	3.8

Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1986-1996
Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1986-1996

Year	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures ¹ (in millions of current dollars)	Total Canadian Exports ² (in millions of current dollars)	Percent of Wholesale Sales Exported	Wholesale Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars) (1992 Base Year)	Wholesale Trade as a % of GDP	Employment in Wholesale Trade ⁴ at Dec 31/96
Année	Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars courants)	Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations ¹ (en millions de dollars courants)	Exportations ² totales du Canada (en millions de dollars courants)	Pourcentage des ventes du commerce de gros en exportation	Contribution du commerce de gros au PIB ³ (en millions de dollars constants) (Année de base 1992)	Commerce de gros en % du PIB	Emploi dans le commerce de gros ⁴ le 31 Déc/96
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,845	4.3	549,718
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,790	4.5	578,854
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	28,377	4.8	599,596
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	30,124	5.0	605,101
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	29,819	4.9	631,916
1991	232,412	2,339	146,006	10.7	29,435	4.9	587,170
1992	237,468	2,752	162,823	10.9	30,892	5.1	591,057
1993 ⁵	253,956	2,583	187,515	11.3	31,421	5.1	581,214
1994	282,438	2,570	226,495	10.9	34,167	5.3	611,592
1995	307,043	3,424	264,306	10.8	34,996	5.3	647,410
1996 ⁶	351,829	3,284	275,789	10.3	36,234	5.4	682,582

¹ Source: Private and Public Investment in Canada (61-205).

² Source: Summary of Canadian International Trade (65-001).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

⁵ Since 1993, data are not comparable to previous years.

⁶ See footnote 1, page 11.

¹ Source: Investissements publics et privé au Canada (61-205)

² Source: Sommaire du commerce international du Canada (65-001).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

⁵ Depuis 1993, les données ne sont pas comparable aux années précédentes.

⁶ Voir note de bas de page no. 1, page 11.

Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1986-1996
Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1986-1996

Year	Population of Canada ¹ (in thousands)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Consumer Expenditures ² (in millions of current dollars)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures	Retail Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars) (1992 Base Year)	Retail Trade as a % of GDP	Employment in Retail Trade ⁴ at Dec 31/96
Année	Population du Canada ¹ (en milliers)	Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars courants)	Dépenses des consommateurs ² (en millions de dollars courants)	Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Contribution du commerce de détail au PIB ³ (en millions de dollars constants) (Année de base 1992)	Commerce de détail en % du PIB	Emploi dans le commerce de détail ⁴ le 31 Déc/96
1986	26,101	152,880	289,559	52.8	36,900	6.7	1,380,592
1987	26,450	167,339	313,419	53.4	38,357	6.7	1,408,588
1988	26,798	180,545	339,728	53.1	38,737	6.5	1,440,597
1989	27,286	188,160	366,851	51.3	39,052	6.4	1,509,944
1990	27,701	192,555	386,913	49.8	37,142	6.1	1,532,020
1991	28,031	181,209	399,932	45.3	34,924	5.8	1,412,591
1992	28,377	185,049	412,940	44.8	35,262	5.8	1,367,780
1993	28,703	195,608	430,162	45.5	36,065	5.8	1,383,860
1994	29,036	208,856	447,748	46.7	38,145	5.9	1,407,055
1995	29,354	217,353	462,976	47.0	38,385	5.9	1,444,087
1996	29,672	225,537	480,956	46.9	38,608	5.8	1,425,194

¹ Source: Quarterly Demographic Statistics (91-002).

² Source: National Income and Expenditure Accounts (13-201).

³ Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

⁴ Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

¹ Source: Statistiques démographiques trimestrielles (91-002).

² Source: Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201).

³ Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

⁴ Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1996
Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food Products - Produits alimentaires	47,077	13.38
Beverage, Drug and Tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	19,544	5.55
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,600	1.59
Household Goods - Articles ménagers	7,991	2.27
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	50,614	14.39
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	19,455	5.53
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	23,159	6.58
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	8,429	2.40
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	40,906	11.63
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	25,645	7.29
Other Products - Produits divers	45,129	12.83
Grain - Céréales	18,673	5.31
Petroleum Products - Produits pétroliers	39,607	11.26
All Groups - Tous les groupes	351,829	100.00

Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1996
Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	50,797	22.52	20,919
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,238	1.88	11,551
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,107	5.37	7,097
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,675	0.74	3,432
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,549	0.69	2,790
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,275	1.90	9,671
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,751	2.55	8,517
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,477	3.76	9,521
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,358	1.05	4,297
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	54,393	24.12	8,123
Gasoline Service Stations - Stations-service	18,185	8.06	15,779
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,715	5.64	24,044
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	23,231	10.30	6,563
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	8,174	3.62	16,893
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,769	2.56	11,431
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,842	5.25	16,860
All Stores - Total, ensemble des magasins	225,537	100.00	177,488

Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1996
Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	334,172	94.98
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	713	0.20
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	9,055	2.57
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	5,410	1.54
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2,479	0.70
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	17,657	5.02
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	351,829	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	280,950	79.85
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	37,846	10.76
Add: Purchases - Plus: Achats	282,838	80.39
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	39,734	11.29
Gross Margin - Marge brute	70,880	20.15
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	27,522	7.82
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	25,244	7.17
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	333,716	94.85
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	18,113	5.15

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	1,072	2,930	2,355	575	218
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	328	795	611	184	67
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,997	6,590	5,185	1,406	551
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,319	4,729	3,573	1,155	405
Quebec - Québec	13,641	64,048	50,446	13,602	5,749
Ontario	20,126	152,928	120,906	32,022	12,780
Manitoba	2,613	20,412	17,102	3,311	920
Saskatchewan	2,527	14,699	12,018	2,681	782
Alberta	7,352	43,817	36,074	7,743	2,899
British Columbia - Colombie-Britannique	8,231	40,321	32,283	8,038	3,088
Yukon Territory - Territoire du Yukon	92	273	193	80	30
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	158	288	205	84	33
Total Canada	59,456	351,829	280,950	70,880	27,522

Table 3.2. Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1996
Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	45,907	97.51
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	100	0.21
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	965	2.05
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	40	0.08
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	65	0.14
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,170	2.49
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	47,077	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	40,725	86.51
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,124	6.64
Add: Purchases - Plus: Achats	41,028	87.15
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,427	7.28
Gross Margin - Marge brute	6,352	13.49
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,742	5.82
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,742	5.82
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	46,209	98.16
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	868	1.84

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	100	889	788	101	47
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	57	285	233	51	14
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	266	1,721	1,451	270	95
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	119	901	734	167	49
Quebec - Québec	1,459	13,109	11,725	1,384	744
Ontario	1,421	16,913	14,357	2,555	1,069
Manitoba	139	1,849	1,599	249	74
Saskatchewan	105	1,884	1,628	256	85
Alberta	276	5,010	4,371	639	246
British Columbia - Colombie-Britannique	737	4,495	3,820	675	317
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,692	47,077	40,725	6,352	2,742

Table 3.3. Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1996
Tableau 3.3. Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	18,584	95.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	56	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	842	4.31
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	6	0.03
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	56	0.29
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	960	4.91
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	19,544	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,926	76.37
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,786	9.14
Add: Purchases - Plus: Achats	14,983	76.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,843	9.43
Gross Margin - Marge brute	4,617	23.63
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,579	8.08
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,083	10.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	18,588	95.11
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	956	4.89

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	65	320	276	44	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	27	584	458	126	64
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	33	192	164	28	9
Quebec - Québec	331	4,291	3,245	1,047	367
Ontario	470	7,810	5,677	2,133	760
Manitoba	66	728	599	130	34
Saskatchewan	32	519	440	79	31
Alberta	28	2,321	1,917	404	111
British Columbia - Colombie-Britannique	248	2,726	2,115	611	186
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	6	21	14	7	3
Total Canada	1,313	19,544	14,926	4,617	1,579

Table 3.4. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1996
Tableau 3.4. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,336	95.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	23	0.41
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	226	4.03
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	5	0.10
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	10	0.18
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	264	4.71
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	5,600	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,107	73.35
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,096	19.57
Add: Purchases - Plus: Achats	4,164	74.36
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,153	20.58
Gross Margin - Marge brute	1,493	26.65
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	568	10.15
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	724	12.93
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,400	96.42
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	200	3.58

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	8	7	5	2	1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	13	8	5	2	1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	881	2,414	1,789	625	252
Ontario	723	2,584	1,877	707	247
Manitoba	35	82	61	21	8
Saskatchewan	10	10	7	3	2
Alberta	83	143	106	37	15
British Columbia - Colombie-Britannique	183	335	245	90	40
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	1,953	5,600	4,107	1,493	568

Table 3.5. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1996
Tableau 3.5. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,824	97.91
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	7	0.09
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	107	1.34
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	45	0.56
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	8	0.10
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	167	2.09
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	7,991	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,050	75.71
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,494	18.69
Add: Purchases - Plus: Achats	5,907	73.93
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,351	16.90
Gross Margin - Marge brute	1,941	24.29
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	746	9.33
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	906	11.34
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,702	96.39
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	289	3.61

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	-	-	-	-	-
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	14	39	30	10	5
Quebec - Québec	374	1,896	1,429	467	183
Ontario	782	4,063	3,061	1,002	384
Manitoba	38	112	77	34	12
Saskatchewan	53	120	95	25	7
Alberta	180	676	513	163	65
British Columbia - Colombie-Britannique	350	966	760	207	82
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest
Total Canada	1,868	7,991	6,050	1,941	746

Table 3.6. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1996
Tableau 3.6. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	49,310	97.42
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	8	0.02
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	455	0.90
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	767	1.52
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	73	0.14
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,304	2.58
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	50,614	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	41,285	81.57
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	4,867	9.62
Add: Purchases - Plus: Achats	41,408	81.81
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,989	9.86
Gross Margin - Marge brute	9,329	18.43
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,025	5.98
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,361	4.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	46,671	92.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	3,944	7.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	115	146	95	51	20
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	41	32	22	10	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	175	605	503	102	29
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	151	523	396	127	58
Quebec - Québec	1,239	6,356	5,024	1,332	509
Ontario	1,739	35,639	29,629	6,010	1,661
Manitoba	291	1,086	838	248	112
Saskatchewan	183	511	358	153	66
Alberta	712	2,477	1,843	634	305
British Columbia - Colombie-Britannique	661	3,227	2,568	659	256
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	5,316	50,614	41,285	9,329	3,025

Table 3.7. Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1996
Tableau 3.7. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	18,871	96.99
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	29	0.15
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	448	2.31
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	57	0.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	50	0.26
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	585	3.01
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	19,455	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	15,238	78.32
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,945	15.14
Add: Purchases - Plus: Achats	15,185	78.05
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,893	14.87
Gross Margin - Marge brute	4,218	21.68
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,841	9.46
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,296	6.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	18,375	94.45
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,080	5.55

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	33	59	49	11	6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	92	308	240	68	32
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	109	248	189	59	28
Quebec - Québec	576	4,448	3,638	810	351
Ontario	1,579	8,999	6,901	2,098	922
Manitoba	111	540	407	133	49
Saskatchewan	134	406	307	100	43
Alberta	393	1,849	1,414	434	196
British Columbia - Colombie-Britannique	537	2,565	2,069	496	212
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	15	9	6	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	3,582	19,455	15,238	4,218	1,841

Table 3.8. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1996
Tableau 3.8. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	22,273	96.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	28	0.12
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	736	3.18
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	76	0.33
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	46	0.20
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	886	3.83
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	23,159	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	18,448	79.66
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,244	14.01
Add: Purchases - Plus: Achats	18,660	80.57
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,457	14.93
Gross Margin - Marge brute	4,712	20.34
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,117	9.14
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,551	6.70
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,116	95.50
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,043	4.50

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	158	270	210	60	28
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	30	68	53	15	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	182	629	494	135	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	120	435	358	77	41
Quebec - Québec	967	4,067	3,228	840	469
Ontario	1,611	7,800	6,008	1,792	780
Manitoba	198	796	594	202	78
Saskatchewan	242	546	426	120	54
Alberta	565	2,517	1,965	552	217
British Columbia - Colombie-Britannique	656	5,954	5,060	895	379
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,750	23,159	18,448	4,712	2,117

Table 3.9. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1996
Tableau 3.9. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	8,097	96.06
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	27	0.32
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	38	0.45
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	241	2.86
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	26	0.31
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	332	3.94
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	8,429	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,752	80.11
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,087	24.76
Add: Purchases - Plus: Achats	6,793	80.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,128	25.25
Gross Margin - Marge brute	1,677	19.89
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	623	7.39
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	530	6.29
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,905	93.78
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	524	6.22

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	23	67	55	12	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	48	103	77	26	10
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	495	1,038	745	292	122
Ontario	499	2,017	1,596	421	154
Manitoba	173	1,482	1,244	238	83
Saskatchewan	338	2,085	1,723	363	100
Alberta	370	1,212	996	216	103
British Columbia - Colombie-Britannique	72	381	281	101	41
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	2,040	8,429	6,752	1,677	623

Table 3.10. Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1996
Tableau 3.10. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	36,211	88.52
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	72	0.18
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,930	4.72
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2,009	4.91
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	684	1.67
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	4,695	11.48
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	40,906	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	29,066	71.05
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	7,356	17.98
Add: Purchases - Plus: Achats	29,612	72.39
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	7,902	19.32
Gross Margin - Marge brute	11,841	28.95
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,508	13.47
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,138	10.12
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	38,712	94.64
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,195	5.36

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	244	326	234	92	42
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	43	69	46	23	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	444	945	706	239	133
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	215	606	446	160	75
Quebec - Québec	2,820	7,658	5,317	2,341	1,107
Ontario	4,243	17,965	12,847	5,118	2,456
Manitoba	524	1,023	706	317	148
Saskatchewan	387	963	684	279	120
Alberta	1,525	5,904	4,250	1,654	719
British Columbia - Colombie-Britannique	1,668	5,330	3,760	1,570	679
Yukon Territory - Territoire du Yukon	19	56	34	22	9
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	22	62	36	26	11
Total Canada	12,154	40,906	29,066	11,841	5,508

Table 3.11. Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1996
Tableau 3.11. Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	22,213	86.62
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	116	0.45
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	652	2.54
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,806	7.04
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	858	3.34
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,432	13.38
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	25,645	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	19,237	75.01
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,381	9.29
Add: Purchases - Plus: Achats	19,265	75.12
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,410	9.40
Gross Margin - Marge brute	6,408	24.99
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,535	13.79
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,014	7.85
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	24,786	96.65
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	859	3.35

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	68	57	39	17	7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	20	14	10	4	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	157	244	185	59	29
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	92	189	140	48	25
Quebec - Québec	1,041	3,949	2,790	1,159	549
Ontario	2,053	15,902	12,180	3,722	2,271
Manitoba	186	313	232	81	45
Saskatchewan	95	184	134	50	24
Alberta	700	2,180	1,479	701	304
British Columbia - Colombie-Britannique	827	2,583	2,026	558	276
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	17	12	4	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	12	14	10	4	2
Total Canada	5,258	25,645	19,237	6,408	3,535

Table 3.12. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1996
Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	42,155	93.41
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	134	0.30
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	2,408	5.34
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	191	0.42
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	241	0.53
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	2,974	6.59
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	45,129	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	34,834	77.19
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	5,055	11.20
Add: Purchases - Plus: Achats	35,383	78.40
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	5,604	12.42
Gross Margin - Marge brute	10,295	22.81
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,651	8.09
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,316	9.56
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	42,800	94.84
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,329	5.16

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	148	292	226	66	25
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	53	58	39	19	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	317	459	346	112	43
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	276	282	213	69	31
Quebec - Québec	2,652	9,407	7,309	2,098	848
Ontario	4,092	19,578	14,977	4,601	1,700
Manitoba	471	1,890	1,466	425	137
Saskatchewan	569	2,622	1,893	729	95
Alberta	1,694	4,084	2,947	1,137	348
British Columbia - Colombie-Britannique	1,867	6,431	5,403	1,028	416
Yukon Territory - Territoire du Yukon	10	12	8	4	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	17	14	7	7	2
Total Canada	12,166	45,129	34,834	10,295	3,651

Table 3.13. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1996
Tableau 3.13. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	18,208	97.51
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	7	0.04
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	191	1.03
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	64	0.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	203	1.09
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	465	2.49
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,673	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	16,800	89.97
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	845	4.53
Add: Purchases - Plus: Achats	17,063	91.38
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,107	5.93
Gross Margin - Marge brute	1,873	10.03
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	353	1.89
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	484	2.59
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	17,637	94.45
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,036	5.55

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	-	-	-	-	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	28	462	426	36	15
Ontario	62	1,638	1,483	155	64
Manitoba	168	9,842	8,752	1,090	108
Saskatchewan	73	3,986	3,621	365	98
Alberta	43	1,763	1,578	186	45
British Columbia - Colombie-Britannique	19	956	917	39	23
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	399	18,673	16,800	1,873	353

Table 3.14. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1996
Tableau 3.14. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	39,185	98.93
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	106	0.27
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	56	0.14
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	102	0.26
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	158	0.40
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	422	1.07
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	39,607	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	33,482	84.53
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,565	3.95
Add: Purchases - Plus: Achats	33,386	84.29
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,470	3.71
Gross Margin - Marge brute	6,125	15.47
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,234	3.11
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,099	5.30
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	36,814	92.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,793	7.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	123	533	406	127	27
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	169	127	41	13
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	223	898	661	237	54
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	153	1,234	838	396	79
Quebec - Québec	778	4,953	3,783	1,170	232
Ontario	852	12,020	10,311	1,709	310
Manitoba	213	670	527	143	34
Saskatchewan	306	862	701	161	59
Alberta	783	13,682	12,696	986	225
British Columbia - Colombie-Britannique	406	4,370	3,261	1,109	182
Yukon Territory - Territoire du Yukon	29	112	91	21	11
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	51	104	80	24	7
Total Canada	3,965	39,607	33,482	6,125	1,234

Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1996
Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	127,953	56.73
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7,927	3.51
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	135,880	60.25
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	89,657	39.75
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	225,537	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	164,431	72.91
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	30,434	13.49
Add:Purchases - Plus:Achats	166,359	73.76
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	32,362	14.35
Gross Margin - Marge brute	61,106	27.09
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	26,126	11.58
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	22,319	9.90
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	212,876	94.39
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	12,661	5.61

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	3,805	3,654	2,714	941	377
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	1,064	1,036	757	279	106
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	5,907	6,975	5,191	1,785	776
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	5,051	5,629	4,195	1,434	588
Quebec - Québec	51,847	54,102	39,865	14,237	6,044
Ontario	58,792	81,712	59,145	22,567	9,743
Manitoba	5,848	8,100	5,955	2,145	905
Saskatchewan	6,275	7,391	5,478	1,913	794
Alberta	15,959	23,616	17,539	6,077	2,648
British Columbia - Colombie-Britannique	22,420	32,510	23,061	9,449	4,050
Yukon Territory - Territoire du Yukon	221	291	203	88	35
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	299	522	330	192	60
Total Canada	177,488	225,537	164,431	61,106	26,126

Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1996
Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	23,794	46.84
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	289	0.57
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	24,083	47.41
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	26,714	52.59
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	50,797	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	39,543	77.85
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,632	5.18
Add:Purchases - Plus:Achats	39,628	78.01
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	2,717	5.35
Gross Margin - Marge brute	11,254	22.15
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,633	11.09
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	4,108	8.09
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	49,285	97.02
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,512	2.98

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	1,005	1,112	877	235	100
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	150	260	206	54	20
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	894	1,944	1,564	381	207
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	744	1,388	1,125	263	131
Quebec - Québec	6,529	12,808	10,049	2,759	1,234
Ontario	5,940	16,291	12,494	3,797	1,840
Manitoba	872	2,098	1,669	429	244
Saskatchewan	920	1,813	1,439	374	200
Alberta	1,522	5,754	4,560	1,195	670
British Columbia - Colombie-Britannique	2,269	7,128	5,413	1,715	965
Yukon Territory - Territoire du Yukon	23	96	71	25	11
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	51	106	77	29	12
Total Canada	20,919	50,797	39,543	11,254	5,633

Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1996
Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,386	79.90
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	317	7.49
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,704	87.39
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	534	12.61
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,238	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,672	63.05
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	255	6.01
Add: Purchases - Plus: Achats	2,683	63.30
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	265	6.26
Gross Margin - Marge brute	1,566	36.95
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	699	16.48
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	615	14.51
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	3,985	94.04
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	253	5.96

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Note: Not reliable for this trade group. - **Nota:** Ne sont pas fiables pour ce groupe de commerce.

Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1996
Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,173	75.77
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	74	0.61
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	9,248	76.38
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,859	23.62
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,107	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,821	15.04
Add:Purchases - Plus:Achats	8,735	72.15
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	1,892	15.62
Gross Margin - Marge brute	3,443	28.43
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,679	13.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,342	11.09
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,686	96.52
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	421	3.48

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	161	247	179	68	34
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	40	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	203	503	365	138	69
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	187	370	263	107	46
Quebec - Québec	1,951	2,955	2,149	806	339
Ontario	2,565	4,544	3,193	1,351	658
Manitoba	198	271	192	79	39
Saskatchewan	250	268	187	82	41
Alberta	850	1,203	908	295	187
British Columbia - Colombie-Britannique	680	1,648	1,160	488	254
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	6	x	x	x	x
Total Canada	7,097	12,107	8,665	3,443	1,679

Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1996
Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	426	25.47
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3	0.17
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	429	25.64
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1245	74.36
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,675	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	942	56.27
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	467	27.87
Add: Purchases - Plus: Achats	941	56.17
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	465	27.77
Gross Margin - Marge brute	732	43.73
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	287	17.13
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	329	19.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,558	93.06
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	116	6.94

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	45	21	12	9	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	97	39	22	17	6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	70	29	17	12	5
Quebec - Québec	1,254	587	328	259	113
Ontario	1,144	583	327	256	93
Manitoba	117	55	32	23	8
Saskatchewan	73	36	21	16	6
Alberta	252	127	73	54	20
British Columbia - Colombie-Britannique	365	191	106	85	31
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	2	x	x	x	x
Total Canada	3,432	1,675	942	732	287

Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1996
Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	587	37.91
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	12	0.80
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	599	38.71
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	949	61.29
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,549	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	865	55.84
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	382	24.68
Add: Purchases - Plus: Achats	869	56.13
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	387	24.96
Gross Margin - Marge brute	684	44.16
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	274	17.71
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	330	21.30
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,469	94.84
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	80	5.16

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	21	11	6	5	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	9	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	44	29	18	11	4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	55	27	16	11	4
Quebec - Québec	729	387	219	168	67
Ontario	1,105	634	339	296	123
Manitoba	61	40	22	18	6
Saskatchewan	78	36	21	15	5
Alberta	245	173	99	74	27
British Columbia - Colombie-Britannique	437	203	121	82	36
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	2	x	x	x	x
Total Canada	2,790	1,549	865	684	274

Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1996
Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,317	30.82
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	14	0.34
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,332	31.16
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,943	68.84
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,275	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	700	16.37
Add: Purchases - Plus: Achats	2,426	56.75
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	802	18.76
Gross Margin - Marge brute	1,951	45.64
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	748	17.51
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,007	23.55
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,079	95.42
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	196	4.58

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	120	56	30	26	10
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	28	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	286	111	62	49	18
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	230	95	53	42	15
Quebec - Québec	2,998	1,156	625	532	230
Ontario	3,211	1,697	925	772	288
Manitoba	241	108	58	50	15
Saskatchewan	314	98	56	42	16
Alberta	854	364	194	170	58
British Columbia - Colombie-Britannique	1,375	571	312	259	95
Yukon Territory - Territoire du Yukon	8	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	6	x	x	x	x
Total Canada	9,671	4,275	2,324	1,951	748

Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1996
Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,692	29.43
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	24	0.42
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,716	29.85
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	4,034	70.15
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,751	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,243	21.61
Add:Purchases - Plus:Achats	3,396	59.05
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	1,240	21.56
Gross Margin - Marge brute	2,352	40.90
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	928	16.13
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,130	19.66
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,457	94.90
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	294	5.10

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	109	60	37	24	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	59	21	12	9	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	257	144	86	58	21
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	257	132	79	53	18
Quebec - Québec	2,768	1,693	1,006	687	309
Ontario	2,554	1,976	1,148	828	328
Manitoba	290	194	115	79	25
Saskatchewan	341	162	95	67	21
Alberta	839	667	397	270	90
British Columbia - Colombie-Britannique	1,022	687	415	271	102
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	12	x	x	x	x
Total Canada	8,517	5,751	3,399	2,352	928

Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1996
Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,668	43.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	294	3.47
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,962	46.74
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	4,515	53.26
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,477	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,626	66.37
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,725	20.34
Add:Purchases - Plus:Achats	5,669	66.88
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	1,768	20.85
Gross Margin - Marge brute	2,851	33.63
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,327	15.65
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,356	16.00
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,309	98.02
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	168	1.98

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	164	95	66	30	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	25	21	14	7	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	280	149	92	57	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	257	176	116	60	28
Quebec - Québec	2,549	2,283	1,525	759	341
Ontario	3,385	2,762	1,820	942	448
Manitoba	380	310	198	112	47
Saskatchewan	262	206	137	69	36
Alberta	972	1,026	687	339	150
British Columbia - Colombie-Britannique	1,226	1,428	959	470	231
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	10	x	x	x	x
Total Canada	9,521	8,477	5,626	2,851	1,327

Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1996
Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,855	78.66
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	105	4.46
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,961	83.13
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	398	16.87
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	2,358	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	1,401	59.41
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	528	22.40
Add:Purchases - Plus:Achats	1,448	61.40
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	575	24.39
Gross Margin - Marge brute	957	40.59
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	405	17.18
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	428	18.13
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	2,234	94.72
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	125	5.28

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	32	12	7	5	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	26	9	5	4	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	93	38	22	16	7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	98	52	32	20	9
Quebec - Québec	1,232	542	324	218	103
Ontario	1,463	881	516	365	153
Manitoba	105	64	39	25	10
Saskatchewan	131	80	49	31	12
Alberta	373	248	154	94	37
British Columbia - Colombie-Britannique	738	430	251	178	70
Yukon Territory - Territoire du Yukon	1	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	x	x	x	x
Total Canada	4,297	2,358	1,401	957	405

Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1996
Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	49,912	91.76
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,992	7.34
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	53,905	99.10
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	488	0.90
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	54,393	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	8,507	15.64
Add:Purchases - Plus:Achats	46,696	85.85
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	9,557	17.57
Gross Margin - Marge brute	8,747	16.08
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,700	6.80
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,525	4.64
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	51,871	95.36
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,522	4.64

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	128	693	590	102	50
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	63	223	175	48	15
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	416	1,442	1,188	254	106
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	293	1,335	1,143	192	89
Quebec - Québec	2,661	13,004	10,866	2,138	947
Ontario	2,352	19,529	16,542	2,987	1,250
Manitoba	321	1,917	1,604	313	124
Saskatchewan	338	2,028	1,660	368	133
Alberta	609	5,845	4,876	969	383
British Columbia - Colombie-Britannique	920	8,255	6,902	1,352	590
Yukon Territory - Territoire du Yukon	10	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	12	x	x	x	x
Total Canada	8,123	54,393	45,646	8,747	3,700

Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1996
Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	8,490	46.69
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	326	1.79
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	8,816	48.48
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	9,369	51.52
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	18,185	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	414	2.28
Add:Purchases - Plus:Achats	14,224	78.22
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	443	2.44
Gross Margin - Marge brute	3,990	21.94
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,137	6.25
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,171	6.44
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	16,504	90.75
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,682	9.25

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	499	372	284	89	25
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	128	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	603	646	509	136	45
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	476	454	353	101	34
Quebec - Québec	5,017	4,587	3,547	1,040	293
Ontario	4,682	6,636	5,367	1,269	355
Manitoba	627	719	602	117	51
Saskatchewan	679	714	597	117	53
Alberta	1,420	1,586	1,255	331	108
British Columbia - Colombie-Britannique	1,601	2,285	1,537	748	157
Yukon Territory - Territoire du Yukon	29	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	18	x	x	x	x
Total Canada	15,779	18,185	14,195	3,990	1,137

Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1996
Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,761	76.77
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2056	16.17
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	11,817	92.94
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	898	7.06
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,715	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	7,045	55.40
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,334	18.35
Add:Purchases - Plus:Achats	7,133	56.09
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	2,422	19.04
Gross Margin - Marge brute	5,671	44.60
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,700	21.24
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,014	15.84
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,759	92.48
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	957	7.52

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	446	192	119	72	35
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	132	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	684	338	223	115	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	739	345	217	128	62
Quebec - Québec	7,059	3,314	2,032	1,282	605
Ontario	8,279	4,855	2,555	2,300	1,094
Manitoba	702	439	227	213	95
Saskatchewan	860	424	243	180	84
Alberta	2,162	1,132	624	508	254
British Columbia - Colombie-Britannique	2,932	1,592	754	838	399
Yukon Territory - Territoire du Yukon	26	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	23	x	x	x	x
Total Canada	24,044	12,715	7,045	5,671	2,700

Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1996
Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,710	7.36
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	27	0.12
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,737	7.48
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	21,494	92.52
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	23,231	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	16,809	72.36
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,799	16.35
Add:Purchases - Plus:Achats	16,981	73.09
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	3,971	17.09
Gross Margin - Marge brute	6,422	27.64
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,706	11.65
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,103	9.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	21,619	93.06
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,613	6.94

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	273	463	341	122	48
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	40	89	65	24	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	300	754	574	179	80
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	263	602	419	184	60
Quebec - Québec	1,361	4,701	3,417	1,284	526
Ontario	2,516	8,586	6,147	2,439	1,117
Manitoba	227	971	673	298	110
Saskatchewan	352	825	598	227	90
Alberta	560	2,567	1,879	688	263
British Columbia - Colombie-Britannique	588	3,445	2,567	878	379
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	74	x	x	x	x
Total Canada	6,563	23,231	16,809	6,422	2,706

Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1996
Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,534	67.70
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	89	1.09
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	5,623	68.78
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,552	31.22
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,174	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,925	60.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,994	24.39
Add: Purchases - Plus: Achats	4,993	61.09
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,062	25.22
Gross Margin - Marge brute	3,249	39.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,279	15.64
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,492	18.26
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,697	94.15
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	478	5.85

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	337	107	65	42	18
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	166	58	38	20	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	691	204	119	85	35
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	540	193	121	73	31
Quebec - Québec	3,704	1,730	1,138	592	257
Ontario	6,050	3,375	2,003	1,372	530
Manitoba	624	246	150	96	37
Saskatchewan	573	193	110	83	32
Alberta	1,672	783	436	347	117
British Columbia - Colombie-Britannique	2,469	1,256	728	528	206
Yukon Territory - Territoire du Yukon	36	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	31	x	x	x	x
Total Canada	16,893	8,174	4,925	3,249	1,279

Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1996
Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,021	52.36
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	154	2.68
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,175	55.04
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,594	44.96
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,769	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,442	59.66
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,022	35.04
Add:Purchases - Plus:Achats	3,470	60.15
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	2,050	35.53
Gross Margin - Marge brute	2,327	40.34
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	994	17.23
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,004	17.40
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,440	94.29
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	329	5.71

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	145	45	26	18	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	40	15	9	6	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	309	140	84	57	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	255	92	56	36	16
Quebec - Québec	2,844	1,136	681	455	195
Ontario	3,984	2,212	1,320	892	393
Manitoba	316	200	119	81	34
Saskatchewan	336	156	92	64	24
Alberta	1,325	728	435	293	115
British Columbia - Colombie-Britannique	1,841	1,026	608	418	175
Yukon Territory - Territoire du Yukon	19	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	17	x	x	x	x
Total Canada	11,431	5,769	3,442	2,327	994

Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1996
Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de vente au détail, Canada, 1996

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,624	30.60
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	149	1.26
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,772	31.86
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	8,070	68.14
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,842	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,613	13.62
Add:Purchases - Plus:Achats	7,068	59.68
Deduct:Closing Inventory - Moins:Stocks de fermeture	1,749	14.77
Gross Margin - Marge brute	4,911	41.47
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,630	13.76
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,363	11.51
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	9,925	83.81
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,918	16.19

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	201	132	51	81	15
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	93	48	24	24	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	579	426	217	209	55
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	403	285	154	130	29
Quebec - Québec	3,218	1,760	981	779	267
Ontario	6,710	5,433	3,346	2,087	796
Manitoba	510	361	193	169	44
Saskatchewan	532	288	134	154	32
Alberta	1,782	1,284	895	389	144
British Columbia - Colombie-Britannique	2,788	1,782	918	864	238
Yukon Territory - Territoire du Yukon	19	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	25	x	x	x	x
Total Canada	16,860	11,842	6,932	4,911	1,630

Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1996
Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Food Products - Produits alimentaires	14.37	12.43	13.49	1.84
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	10.77	8.22	23.63	4.89
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	4.98	3.65	26.65	3.58
Household Goods - Articles ménagers	5.62	4.25	24.29	3.61
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	10.27	8.38	18.43	7.79
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.67	5.22	21.68	5.55
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	6.91	5.51	20.34	4.50
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	4.00	3.20	19.89	6.22
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5.36	3.81	28.95	5.37
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10.71	8.03	24.99	3.35
Other Products- Produits divers	8.47	6.54	22.81	5.16
Grain - Céréales	19.13	17.21	10.03	5.55
Petroleum Products - Produits pétroliers	26.10	22.07	15.47	7.05
All Groups - Tous les groupes	9.07	7.24	20.15	5.15

Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1996
Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	18.99	14.79	22.15	2.98
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	16.30	10.28	36.95	5.96
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.52	4.67	28.43	3.48
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.60	2.02	43.73	6.94
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	4.03	2.25	44.16	5.16
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	5.69	3.10	45.64	4.58
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4.63	2.74	40.90	5.10
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.86	3.22	33.63	1.98
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	4.28	2.54	40.59	5.28
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	6.02	5.05	16.08	4.64
Gasoline Service Stations - Stations-service	42.41	33.10	21.94	9.25
Automotive Parts, Accessories and Service Stores - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	5.35	2.96	44.60	7.52
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.98	4.33	27.64	6.94
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.03	2.43	39.75	5.85
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	2.83	1.69	40.34	5.71
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	7.05	4.12	41.47	16.19
All Stores - Ensemble des magasins	7.18	5.24	27.09	5.61

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1996
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1996

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
501	Farm Products - Produits agricoles	22,167
5011	Livestock - Bétail	1,007
5012	Grain - Céréales	18,673
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	2,487
511	Petroleum Products - Produits pétroliers	39,607
521	Food - Produits alimentaires	47,077
5211	Confectionery - Confiseries	...
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	1,649
5213	Dairy Products - Produits laitiers	1,841
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	489
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	2,668
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	3,795
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	2,908
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	33,097
522	Beverages - Boissons	5,366
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	1,064
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	4,302
523	Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette	10,297
5231	Drugs - Médicaments	7,214
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,728
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,355
524	Tobacco Products - Produits du tabac	3,881
531	Apparel - Vêtements	4,010
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons	690
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	664
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	483
5314	Footwear - Chaussures	868
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,305
532	Dry Goods - Tissus et articles de mercerie	1,589
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,370
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	219
541	Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareils ménagers électriques et électroniques et leurs pièces	4,909
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,657
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,252
542	Household Furniture - Meubles de maison	583
543	Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement	2,499
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	422
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,444
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	254
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	...
551	Motor Vehicles - Véhicules automobiles	34,287
5511	Automobiles - Automobiles	28,835
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	3,866
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,586
552	Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles	16,327
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	2,677
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles	13,650

See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1996 - Continued
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1996 - suite

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
561	Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal	7,888
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier	3,306
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	2,640
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	897
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	1,045
562	Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	11,568
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	5,851
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	5,717
563	Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	23,159
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	12,905
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	956
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	9,298
571	Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	8,429
572	Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction	6,289
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,982
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	3,307
573	Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels	10,815
574	Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	32,375
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	5,321
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	696
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	5,048
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et logiciels	20,597
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	713
579	Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	17,072
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	6,994
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,929
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	5,291
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.	2,858
591	Waste Materials - Matières de rebut	4,974
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	...
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	4,417
592	Paper and Paper Products - Papier et produits du papier	5,136
5921	Newsprint - Papier journal	-
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,707
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	3,429
593	Agricultural Supplies - Fournitures agricoles	7,973
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	2,227
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	...
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	4,613
594	Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport	2,626
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	...
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	1,757

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1996 - Concluded
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1996 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
595	Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments et accessoires de musique	2,174
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	705
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,469
596	Jewellery and Watches - Bijoux et montres	...
597	Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel	6,480
598	General Merchandise - Marchandise générale	727
599	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	10,664
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,433
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	x
5993	Forest Products - Produits forestiers	x
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	8,543

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1996
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1996

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
601	Food Stores - Magasins d'alimentation	55,036
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	40,369
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	10,428
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	...
6014	Candy and Nut Stores - Confiseries et magasins de noix	...
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	...
6016	Meat Markets - Marchés de viande	...
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.	...
602	Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière	6,515
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	...
6022	Wine Stores - Magasins de vin	...
6023	Beer Stores - Magasins de bière	...
603	Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnance et de médicaments brevetés	12,107
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,385
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	...
611	Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,675
612	Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,549
613	Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames	4,275
614	Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.c.a.	5,137
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	443
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	108
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a.	4,586
615	Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés	614
621	Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison	4,349
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,638
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,602
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	109
622	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	4,127
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	654
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	3,012
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	461
623	Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,358
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,164
6232	Drapery Stores - Magasins de tentures	219
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	975

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1996 - Continued
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1996 - suite

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
631	Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles	49,968
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles neuves	47,250
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	2,718
632	Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir	4,426
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	682
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	1,944
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
633	Gasoline Service Stations - Stations-service	18,185
634	Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles	5,531
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,453
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	2,078
635	Motor Vehicle Repair Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles	6,662
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	3,251
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,916
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	516
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	432
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	394
639	Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles	522
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.c.a.	...
641	General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	23,232
6411	Department Stores - Magasins à rayons	13,862
6412	General Stores - Magasins généraux	5,980
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,390
651	Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries	1,905
652	Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage	1,228
6521	Florist Shops - Fleuristes	558
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	670
653	Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint	2,993
6531	Hardware Stores - Quincailleries	2,283
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	710
654	Sporting Goods and Bicycle Shops - Magasins d'articles de sport et bicyclettes	2,926
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,709
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	...
655	Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques	1,094
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	287
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	807

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1996 - Concluded
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1996 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
656	Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,257
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	1,133
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	...
657	Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	493
658	Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs	2,049
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	750
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,299
659	Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	5,330
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.c.a.	544
6592	Opticians' Shops - Opticiens	726
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	...
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	196
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	...
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	493
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	188
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.c.a.	2,754

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1996
Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Household Consumers for Personal Use Consommateurs ménagers pour usage personnel	Retailers for Resale Détailants pour la revente	Industrial, Commercial and Other Non-Household Users Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Other Wholesalers for Resale Autres grossistes pour la revente	Farmers for Use in Farm Production Agriculteurs pour la production agricole	Foreign Markets Marchés étrangers
				percentage - pourcentage			
Food Products - Produits alimentaires	47,077	0.9	67.5	9.0	18.9	0.2	3.5
Beverage, Drug and tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	19,544	1.4	74.7	8.5	14.4	0.1	0.9
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,600	1.6	62.2	11.8	19.4	0.1	4.9
Household Goods - Articles ménagers	7,991	2.9	62.3	17.9	16.2	0.1	0.6
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	50,614	3.5	36.2	24.9	25.3	0.8	9.3
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	19,455	1.4	22.3	59.6	10.8	1.0	4.9
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	23,159	20.5	21.6	31.0	9.4	1.4	16.1
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	8,429	2.8	14.6	9.6	8.3	59.0	5.7
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	40,906	2.2	13.9	61.9	15.1	1.0	5.9
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	25,645	9.2	13.1	46.6	15.4	0.7	15.0
Other Products - Produits divers	45,129	2.0	22.2	40.0	13.5	8.2	14.1
Grain - Céréales	18,673	0.1	1.9	19.2	21.7	12.0	45.1
Petroleum Products - Produits pétroliers	39,607	10.0	19.2	33.1	25.4	5.9	6.4
All Groups - Tous les groupes	351,829	4.7	31.0	32.3	17.3	4.4	10.3

Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1996
Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue Contribution aux recettes d'exploitation totales		Number of Locations Nombre d'emplacements	
		Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants	Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants
		percentage - pourcentage	percentage - pourcentage	number - nombre	number - nombre
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	50,797	52.59	47.41	4,290	16,629
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,238	12.61	87.39	777	10,774
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,107	23.62	76.38	788	6,309
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,675	74.36	25.64	2,016	1,416
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,549	61.29	38.71	1,059	1,731
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,275	68.84	31.16	5,125	4,546
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,751	70.15	29.85	3,734	4,783
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,477	53.26	46.74	1,936	7,585
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,358	16.87	83.13	508	3,789
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	54,393	0.90	99.10	37	8,086
Gasoline Service Stations - Stations-service	18,185	51.52	48.48	6,496	9,283
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,715	7.06	92.94	988	23,056
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	23,231	92.52	7.48	3,484	3,079
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	8,174	31.22	68.78	2,775	14,118
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,769	44.96	55.04	2,914	8,517
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,842	68.14	31.86	5,945	10,915
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	225,537	39.75	60.25	42,872	134,616

Table 9.0. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada¹, 1990-1996 (base year 1992 = 100)
Tableau 9.0. Commerce de détail - Indices de prix divers¹, Canada, 1990-1996 (année de base 1992 = 100)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	93.3	98.5	100.0	101.8	102.0	104.2	105.9
Food Purchased from Stores Price Index - Indice des prix des aliments achetés au magasin	95.8	100.4	100.0	101.7	102.1	104.5	105.9
Clothing & Footwear Price Index - Indice des prix des vêtements et des chaussures	90.6	99.1	100.0	101.0	101.8	101.7	101.4
Household Furnishings Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement	95.8	99.5	100.0	101.0	101.2	103.1	105.3
Gasoline Price Index - Indice de prix de l'essence	105.3	103.7	100.0	98.5	97.3	101.9	106.4
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	98.0	96.1	100.0	104.4	111.2	117.7	122.5
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	93.6	99.3	100.0	101.6	97.3	98.8	100.6
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	90.9	99.4	100.0	101.0	101.9	102.7	103.2
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	99.0	98.9	100.0	102.4	106.2	109.5	111.6

¹ Source: Prices Division.

¹ Source: Division des prix.

Note: There are no comparable Price Indices for Wholesale Trade.

Nota: Il n'y a pas d'indices de prix comparable pour le commerce de gros.

Methodology

Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Distributive Trades Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

A. Populations

Target Population

The AWRTS target population consists of all Canadian domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

Survey Population

The survey population is the collection of all units from which the survey can realistically obtain information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

Méthodologie

Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division de la statistique du commerce de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

A. Populations

Population cible

La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada. L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournie auparavant.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all Wholesale companies and a subset of retail companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the five Statistics Canada regional offices, or the Operations & Integration Division in Ottawa. Sampled companies provide data by diskette, mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analysed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies de gros et une portion (sous-ensemble) des compagnies du commerce de détail échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quel moment pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuer un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimations pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confiée un poids d'échantillon de cinq.

C. La collecte des données

Les cinq bureaux régionaux de Statistique Canada ainsi que la Division des opérations et de l'intégration à Ottawa font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. Les entreprises échantillonnées fournissent leurs données soit sur disquette, par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmises à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.

D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection manuelle

priority decided by the size of the deviation from average behaviour. These outliers are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

Estimates are imputed for companies who were unable to respond on time, provided some unreliable reported values or ceased their activities during the year. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. There are three methods of imputation: deterministic (when only one value will satisfy the validity rules), imputation by estimation (for example, using the mean value for the trade group by province) or donor (when data from other companies of a similar profile provide the basis for imputing estimates). Imputation by estimation often makes use of historical annualized MWRTS or AWRTS data. If there are insufficient data for an imputation cell (e.g. trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells. Donor imputation is only used as a last resort.

E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of the businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

selon un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui ont des valeurs aberrantes ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

Des estimations sont imputées pour les compagnies qui n'ont pas pu répondre à temps, fournissent des valeurs douteuses ou ont cessé leurs activités durant l'année. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Il existe trois méthodes d'imputation: déterministe (lorsqu'une seule valeur satisfait les règles de validité), par estimation (par exemple, en utilisant une valeur moyenne pour le groupe de commerce par province) ou par donneur (lorsque des données d'autres compagnies avec un profil similaire ont servi de base pour des estimations à imputer). L'imputation par estimation requiert souvent des données historiques annuelles provenant de l'EMCGD ou de l'EACGD. S'il y a un nombre insuffisant de données pour une cellule d'imputation (exemple, un groupe de commerce dans une région géographique), la cellule est automatiquement gonflée en l'associant avec d'autres cellules semblables. L'imputation par donneur est utilisée en dernier ressort.

E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subséquentement pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faites à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacement. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 1.0%	Very good
B -	1.1% - 2.5%	Good
C -	2.6% - 5.0%	Good
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreur, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basés sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'une enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimation à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimation est l'écart-type estimation (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimatione comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimations sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 1.0%	Très bonne
B -	1.1% - 2.5%	Bonne
C -	2.6% - 5.0%	Bonne
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rates can be used as indicators of the potential level of nonsampling errors.

Some nonsampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (under coverage), or counted more than once (over coverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (over coverage).

Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimations de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.

Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité des données fournissent les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de \$10 millions, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation est bas et que la fraction de réponse est élevée, meilleure est l'estimation publiée.

Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1996
Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Food Products - Produits alimentaires	83.35	82.53	865	2.5 (B)
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	75.40	77.00	309	3.2 (C)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	76.98	86.87	808	6.2 (D)
Household Goods - Articles ménagers	82.91	89.75	392	4.3 (C)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	85.20	94.34	608	3.1 (C)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	81.87	84.73	546	5.0 (C)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	85.44	89.13	769	4.3 (C)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	86.69	91.71	646	5.2 (D)
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	80.74	84.57	1,485	2.8 (C)
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	75.53	89.01	703	4.1 (C)
Other Products - Produits divers	77.97	86.70	2,111	2.8 (C)
Grain - Céréales	77.78	90.80	99	2.0 (B)
Petroleum Products - Produits pétroliers	75.88	71.78	340	3.8 (C)
All Groups - Tous les groupes	80.51	85.26	9,681	1.0 (A)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1996
Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoires, 1996

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	82.00	78.31	311	3.2 (C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	86.46	95.72	229	2.0 (B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	80.50	85.33	441	2.8 (C)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	79.70	60.11	335	2.4 (B)
Quebec - Québec	82.17	84.64	1,929	1.9 (B)
Ontario	79.00	88.01	3,310	1.7 (B)
Manitoba	76.60	92.21	705	1.3 (B)
Saskatchewan	83.60	93.57	445	1.9 (B)
Alberta	82.24	73.83	912	3.4 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	82.15	88.56	913	2.9 (C)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	73.53	65.71	68	0.8 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	68.67	89.64	83	7.8 (D)

¹ See "Data Quality" for description..

¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1996
Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1996

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	82.12	89.51	2,338	1.6 (B)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	81.28	88.66	1,127	7.3 (D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	84.50	88.69	1,387	2.9 (B)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	80.95	92.89	315	2.4 (B)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	82.01	88.79	339	5.4 (D)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	80.36	95.49	616	6.0 (D)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	79.90	90.40	836	3.4 (C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	81.15	85.46	1,369	2.4 (B)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	81.56	91.43	1,074	4.6 (C)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	90.11	95.01	1,618	3.7 (C)
Gasoline Service Stations - Stations-service	79.94	83.33	1,311	2.9 (C)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	73.61	84.32	2,569	3.3 (C)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	79.35	86.51	489	2.9 (C)
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	82.07	88.96	2,276	3.1 (C)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	83.58	90.37	1,504	3.0 (C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	79.95	76.51	2,274	3.0 (C)
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	81.24	88.78	21,442	1.1 (B)

¹ See "Data Quality" for description..

¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, By Province or Territory, 1996
Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1996

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	85.39	93.50	1,232	2.9 (C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	87.91	92.47	513	2.9 (C)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	85.60	94.88	1,285	4.3 (C)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	84.38	91.88	1,261	2.5 (B)
Quebec - Québec	78.95	87.65	4,342	2.1 (B)
Ontario	79.07	88.30	4,315	2.4 (B)
Manitoba	78.31	86.04	1,494	3.2 (C)
Saskatchewan	83.36	92.17	1,058	2.5 (B)
Alberta	81.09	84.37	2,321	2.6 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	83.32	93.41	3,159	1.9 (B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	78.17	84.25	229	0.5 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	71.67	91.01	233	2.2 (B)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Client Services Unit (613) 951-3549; 1-877-421-3067; retailinfo@statcan.ca; wholesaleinfo@statcan.ca).

Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification type des industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la sous-section du service à la clientèle au 613-951-3549 ou composez sans frais le 1-877-421-3067; (detaillantsinfo@statcan.ca; grossistesinfo@statcan.ca).

Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recoupements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.

Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

Wholesale Trade - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers. Excludes agents and brokers.

Retail Trade - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Reporting period - The 1996 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1996 and March 31, 1997.

Kind-of-business - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

Sales - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Sales by class of customer - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers

Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

Commerce de gros - La vente de marchandises à son propre compte aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi 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. Sont exclus les activités d'agents et de courtiers.

Commerce de détail - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail. Ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail: par exemple, les ventes directes par démarchage; les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs; les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques; et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Période de déclaration - L'année civile 1996 ou tout exercice financier se terminant entre le 1^{er} avril 1996 et le 31 mars 1997.

Genre de commerce - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

Ventes - Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de vente directes sont exclues.

Ventes par type de clientèle - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux

(not for business use); retailers; wholesalers; industrial, commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

Sales of goods purchased for resale on own account - Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

Commission revenue - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

Sales of goods of own manufacture - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

Labour receipts from installation and repair of goods - Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

Revenues from rental and leasing of goods and equipment - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

Other operating revenue - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

Total operating revenue - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

Non-operating revenue - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

Purchases - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents, import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

Cost of goods sold - This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing

ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte - Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Commissions - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

Ventes de produits de propre fabrication - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

Recettes provenant de la location de biens et de matériel - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

Autres recettes d'exploitation - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toutes autres recettes d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

Recettes d'exploitation totales - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

Recettes hors exploitation - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

Achats - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

Prix de revient - On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

inventory.

Gross margin - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

Employee earnings and benefits - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Other operating expenses - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

Opening and closing inventories - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded. Inventory data can be reported at cost price, market price (current replacement cost), lower of cost or market price, or selling.

Retail location - A business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc..

Chain organization - An organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an **independent organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

Number of Locations - Locations that contributed to the total operating revenue during the reporting period irrespective of the length of time they were opened.

Marge brute - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

Rémunération et avantages sociaux des employés - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages imposables. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Autres dépenses d'exploitation - Inclus le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

Stocks d'ouverture et de fermeture - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses. Les données sur les stocks peuvent être déclarées au prix coûtant, au prix du marché (au coût courant de remplacement), plus bas que le prix coûtant ou du marché et au prix de vente.

Point de vente au détail - Un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc..

Entreprise de magasins à succursales - Toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des **entreprises indépendantes**. Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales.

Nombre de locaux d'affaires - Locaux qui ont contribué aux recettes d'exploitation totales durant la période de déclaration sans égard à la durée de leur contribution.

Operating Profit - This value is obtained by calculating:
Total operating revenue - total operating expenses.

Profit Margin - This value is obtained by calculating:
Operating profit \div total operating revenue.

Operating Revenue to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Total operating revenue \div ((Opening Inventory + Closing Inventory) \div 2).

Cost of Goods Sold to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: Cost of Goods Sold \div ((Opening Inventory + Closing Inventory) \div 2).

Employee - Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

Bénéfice d'exploitation - On obtient cette donnée en calculant:
recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

Marge de profit - On obtient cette donnée en calculant:
Bénéfice d'exploitation \div recettes d'exploitation totales.

Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Recettes d'exploitation totales \div ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) \div 2).

Ratio du prix de revient aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: Prix de revient \div ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) \div 2).

Salarié - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.



Industry Division

Annual Wholesale and Retail Trade Survey 1996

Si vous préférez recevoir ce questionnaire en français, veuillez téléphoner au numéro approprié indiqué dans la section 2.

Confidential when completed

Correct pre-printed information if necessary using the corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business Name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal code
Contact	
Telephone no. Area code	Extension
Facsimile no. Area code	

1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING

AUTHORITY

Collected under the authority of the Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

PURPOSE OF THE SURVEY

Data collected by this survey are used to provide aggregated industry information required by governments to develop national and regional economic programs and policies. This information is also used by the private sector to assist in decision making and to assess business conditions. The results of this survey are published in Statistics Canada catalogue number 63-236-XPB.

CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information obtained from this survey that relate to any identifiable business without the previous written consent of that business. The data reported

on this questionnaire will be treated in strict confidence. They will be used exclusively for statistical purposes and will be published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

DATA SHARING AGREEMENTS

To avoid duplication of enquiry and to provide consistent statistics, agreements have been made under Section 11 of the Statistics Act, to exchange information collected by this survey with the Bureaus of Statistics of Alberta (for retail trade data) and Manitoba (for retail and wholesale trade data). Agreement has also been made under Section 12 of the Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics for the sharing of information from this survey. Under Section 12, you may refuse to share your information with the Northwest Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician and returning your letter of objection along with the completed questionnaire.

2 - INQUIRIES

The questionnaire should be completed and returned in the postage paid envelope **within 30 days** of receipt. If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please call the nearest Statistics Canada Regional Office.

Halifax
Montréal
Toronto
Edmonton
Vancouver

LOCAL

426 - 5662
283 - 5724
954 - 9069
495 - 4627
666 - 2100

TOLL FREE

1 - 800 - 565 - 1685
1 - 800 - 363 - 6720
1 - 800 - 263 - 3072
1 - 800 - 661 - 9884
1 - 800 - 663 - 0172

FAX

902 - 426 - 8292
514 - 283 - 7969
416 - 973 - 6524
403 - 495 - 4788
604 - 666 - 6495

3 - REPORTING PERIOD

Please report for your 1996 fiscal year (*normal business year*) ending any time between April 1, 1996 and March 31, 1997

FROM

D	M	Y

 TO

D	M	Y

4 - KIND OF BUSINESS

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the estimated percentage of total operating revenue

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - REVENUE BY CLASS OF CUSTOMER

Indicate the estimated percentage of total operating revenue:

5.1	Made to households or individuals for personal use		%
5.2	Made to retail businesses		%
5.3	Made to wholesale businesses		%
5.4	Made to industrial, commercial and other business users		%
5.5	Made to farmers, for farm operations		%
5.6	Made to clients outside Canada (exports)		%
5.7	Total	100	%

6 - REVENUE (Canadian dollars)

6.1	Sales of goods purchased for resale (Report gross sales of new and/or used goods less returns, discounts, provincial sales taxes and GST. Do <u>not</u> deduct the value of trade-ins)	\$.00
6.2	Revenue from gross commissions earned from buying and/or selling merchandise on account of others	\$.00
6.3	Sales of products manufactured at your company facilities and included in your total revenue	\$.00
6.4	Labour receipts from installation and repair of goods (Report parts in (6.1) above)	\$.00
6.5	Revenue from rental and leasing of goods and equipment	\$.00
6.6	Other operating revenue (such as rental from real estate, food serving and other activities; if a grain wholesaler, include revenue from handling, storage, drying and other charges)	\$.00
6.7	Total Operating Revenue (Sum of 6.1 to 6.6 above)	\$.00
6.8	Non-operating revenue (such as subsidies, interest, dividends and gains on disposal of investments and capital assets)	\$.00
6.9	Total Revenue (Sum of 6.7 and 6.8)	\$.00

7 - COST OF GOODS SOLD (Canadian dollars)

7.1	Opening inventory	\$.00
7.2	Purchases of new and used goods for resale (Include freight-in and the value of goods taken in trade, less returns and discounts.)	\$.00
7.3	Closing inventory	\$.00
7.4	Cost of goods sold (Sum of 7.1 and 7.2) less 7.3	\$.00

8 - EXPENSES (Canadian dollars)

8.1	Salaries, wages and benefits: (Include bonuses, commissions and any other payments to employees. Report gross payments before deductions for such items as income tax, pension plans, U.I. premiums)	\$.00
8.2	Depreciation on buildings and other fixed assets	\$.00
8.3	Interest expenses	\$.00
8.4	Other expenses (Exclude income taxes, cost of goods sold and purchases of new and used goods for resale)	\$.00
8.5	Total expenses (Sum of 8.1 to 8.4)	\$.00

9 - LOCATIONS AND PROVINCIAL DISTRIBUTION

9.1	Indicate the number of trading locations (if retail) or distribution centres/sales offices (if wholesale) operated in Canada during your reporting period, irrespective of the length of time they were open. ➔	
9.2	Do you operate your trading locations (if retail) or distribution centres/sales offices (if wholesale) in more than one province? <input type="checkbox"/> No ➔ Skip to 10 <input type="checkbox"/> Yes ➔ If yes, report the following items.	

Province / Territory	Trading Locations (if retail) or distribution centres/sales offices (if wholesale) (9.1)	Operating Revenue (6.7)	Salaries, Wages and Benefits (8.1)	Cost of Goods Sold (7.4)
	Number	\$ or %	\$ or %	\$ or %
Newfoundland				
Prince Edward Island				
Nova Scotia				
New Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
British Columbia				
Yukon Territory				
Northwest Territories				
Canada				

10 - CERTIFICATION

I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief.

Signature of authorized person	Title	Date
Name of contact for further information (please print)	Telephone no. Area code: _____ Extension: _____	Facsimile no. Area code: _____

**Thank you for completing this survey. Please maintain a copy for your records.
You may be called at a later date to verify the data.**





Division de l'industrie

Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1996

If you prefer this questionnaire in English, please call the appropriate number indicated in section 2.

Document confidentiel une fois rempli

Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal
Point de contact	
N° de téléphone Indicatif	Poste
N° de télécopieur Indicatif	

1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE

AUTORITÉ

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

BUT DE L'ENQUÊTE

Les données recueillies par cette enquête sont requises par les différents paliers de gouvernements pour élaborer des programmes économiques nationaux et régionaux. Le secteur privé se sert de ces données pour élaborer des décisions d'affaires et pour évaluer les conditions du marché. Les résultats de cette enquête sont publiés dans le catalogue 63-236-XPB de Statistique Canada.

CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques qui pourraient divulguer tout renseignement permettant d'identifier une entreprise sans que celle-ci en ait donné l'autorisation par écrit au préalable. Les données du questionnaire demeureront confidentielles. Elles ne serviront

qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme agrégée seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer l'uniformité des données, Statistique Canada a conclu une entente en vue de l'échange des données de la présente enquête, avec les bureaux de la statistique de l'Alberta (pour les données du commerce de détail) et du Manitoba (pour les données du commerce de gros et de détail), aux termes de l'article 11 de la Loi sur la statistique et avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest, aux termes de l'article 12, de la Loi sur la statistique. En vertu de l'article 12, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest en informant par écrit le statisticien en chef et en retournant votre lettre et le questionnaire dûment rempli.

2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

Ce questionnaire devrait être rempli et retourné, dans l'enveloppe affranchie, dans les 30 jours suivant sa réception. Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou si vous avez des questions concernant l'enquête, adressez-vous au bureau régional de Statistique Canada le plus près.

Halifax
Montréal
Toronto
Edmonton
Vancouver

APPEL LOCAL

426 - 5662
283 - 5724
954 - 9069
495 - 4627
666 - 2100

SANS FRAIS

1 - 800 - 565 - 1685
1 - 800 - 363 - 6720
1 - 800 - 263 - 3072
1 - 800 - 661 - 9884
1 - 800 - 663 - 0172

TÉLÉCOPIEUR

902 - 426 - 8292
514 - 283 - 7969
416 - 973 - 6524
403 - 495 - 4788
604 - 666 - 6495

3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION

Veillez déclarer votre année financière de 1996 (*année d'affaire*) se terminant à n'importe quelle date entre le 1er avril 1996 et le 31 mars 1997.

DU

J	M	A

 AU

J	M	A

4 - GENRE D'EXPLOITATION

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales.

4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE

Indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales:

5.1	Faites aux ménages et individus pour usages personnels		%
5.2	Faites aux détaillants		%
5.3	Faites aux grossistes		%
5.4	Faites aux industriels, commerçants et autres consommateurs		%
5.5	Faites aux agriculteurs pour la production agricole		%
5.6	Faites aux exportateurs		%
5.7	Total	100	%

5-3100-1887.2: 1996-01-15 SQC/IND-375-75008

6 - RECETTES (dollars canadiens)

6.1	Ventes de marchandises achetées pour la revente (<i>Déclarez les ventes brutes de marchandises neuves ou d'occasion, moins les rendus, les ajustements, les taxes de vente provinciales et la TPS. Ne déduisez pas la valeur des reprises.</i>)	\$.00
6.2	Recettes de commissions brutes provenant de l'achat ou de la vente de marchandises pour le compte d'autrui	\$.00
6.3	Ventes de produits manufacturés aux installations de votre compagnie et incluses dans vos recettes totales	\$.00
6.4	Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens (<i>Déclarez les pièces au point (6.1) ci-dessus</i>)	\$.00
6.5	Recettes provenant de la location de biens et de matériel	\$.00
6.6	Autres recettes d'exploitation (<i>Ex. location de biens immobiliers, prestation de services de restauration et d'autres services; si vous êtes un grossiste en grains, inclure vos recettes provenant de la manutention, nettoyage, séchage, entreposage et autres services</i>)	\$.00
6.7	Recettes d'exploitation totales (Somme de 6.1 à 6.6)	\$.00
6.8	Recettes hors exploitation (<i>Ex. subventions, intérêts, dividendes et gains résultant de la vente de biens immobiliers et de placements</i>)	\$.00
6.9	Recettes totales (Somme de 6.7 et 6.8)	\$.00

7 - COÛT DES MARCHANDISES VENDUES (dollars canadiens)

7.1	Stocks d'ouverture	\$.00
7.2	Achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente (<i>Inclure les frais de transport, la valeur des reprises, moins les rendus, les ajustements et les rabais.</i>)	\$.00
7.3	Stocks de fermeture	\$.00
7.4	Coût des marchandises vendues (Somme de 7.1 plus 7.2) moins 7.3	\$.00

8 - DÉPENSES (dollars canadiens)

8.1	Salaires, traitements et avantages sociaux (<i>Inclure les primes, commissions et autres paiements versés aux employés. Déclarez les paiements bruts avant les retenues tels que l'impôt sur le revenu, les régimes de pensions, les primes d'assurance-chômage</i>)	\$.00
8.2	Dépenses d'amortissement sur les immobilisations	\$.00
8.3	Dépenses d'intérêts	\$.00
8.4	Autres dépenses (<i>Exclure les impôts, le coût des marchandises vendues et les achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente</i>)	\$.00
8.5	Dépenses totales (Somme de 8.1 à 8.4)	\$.00

9 - EMBLEMES ET RÉPARTITION PROVINCIALE

9.1 Indiquez le nombre d'emplacements (si vous êtes un détaillant) ou de centres de distribution/bureaux de vente (si vous êtes un grossiste) exploités au Canada durant votre période de déclaration, peu importe la durée d'ouverture de ces emplacements. ➔

9.2 Exploitez-vous vos emplacements (si vous êtes un détaillant) ou vos centres de distribution/bureaux de vente (si vous êtes un grossiste) dans plus d'une province? Non ➔ Passez à 10 Oui ➔ Si oui, fournissez les données suivantes:

Province / Territoire	Emplacements (si vous êtes un détaillant) ou centres de distribution/bureaux de vente (si vous êtes un grossiste) (9.1)	Recettes d'exploitation totales (6.7)	Salaires, traitements et avantages sociaux des employés (8.1)	Coût des marchandises vendues (7.4)
	Nombre	\$ ou %	\$ ou %	\$ ou %
Terre-Neuve				
Île-du-Prince-Édouard				
Nouvelle-Écosse				
Nouveau-Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
Colombie-Britannique				
Territoire du Yukon				
Territoires du Nord-Ouest				
Canada				

10 - ATTESTATION

Au meilleur de ma connaissance, j'atteste que les renseignements fournis ici sont complets et exacts.

Signataire autorisé	Fonction	Date
Pour plus de renseignements, contactez	N° de téléphone (Indicatif) _____ Poste _____	N° de télécopieur (Indicatif) _____

Nous vous remercions d'avoir complété ce questionnaire. Veuillez en garder une copie dans vos dossiers car vous pourriez être contacté(e) pour vérifier des données à une date ultérieure.



Appendix II**Trade Group Coverage
Wholesale Trade, 1996**

011	Food Products
5211	Confectionery
5212	Frozen Foods (Packaged)
5213	Dairy Products
5214	Poultry and Eggs
5215	Fish and Seafood
5216	Fresh Fruit and Vegetables
5217	Meat and Meat Products
5219	Other Foods
012	Beverage, Drug and Tobacco Products
5221	Non-Alcoholic Beverages
5222	Alcoholic Beverages
5231	Drugs
5232	Toilet Soaps and Preparations
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
5241	Tobacco Products
020	Apparel and Dry Goods
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
5314	Footwear
5319	Other Apparel
5321	Piece Goods
5329	Notions and Other Dry Goods
030	Household Goods
5411	Electrical Household Appliances
5412	Electronic Household Appliances
5421	Household Furniture
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery
5432	Floor Coverings
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
5439	Other Household Furnishings
040	Motor Vehicles, Parts and Accesories
5511	Automobiles
5512	Trucks and Buses
5519	Other Motor Vehicles and Trailers
5521	Tires and Tubes
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accesories
050	Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
5612	Other Iron and Steel Products
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products
5619	Combination Metal and Metal Products
5621	Hardware
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies
060	Lumber and Building Materials
5631	Lumber, Plywood and Millwork
5632	Paint, Glass and Wallpaper
5639	Other Building Materials

Appendice II**Couverture des groupes de commerce Commerce de
gros, 1996**

011	Produits alimentaires
5211	Confiseries
5212	Produits alimentaires congelés (emballés)
5213	Produits laitiers
5214	Volaille et oeufs
5215	Poisson 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 poterie
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 quincaillerie
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	Farm Machinery, Equipment and Supplies	070	Machines, matériel et fournitures agricoles
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies	5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
081	Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies	081	Machines, matériel et fournitures industriels et autres
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies	5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies	5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies	5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material	5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies	5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies	5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies	5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies	5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies	5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.	5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
082	Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery	082	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)	5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software	5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels
090	Other Products	090	Produits divers
5011	Livestock	5011	Bétail
5019	Other Farm Products	5019	Autres produits agricoles
5911	Automobile Wrecking	5911	Démontage d'automobiles
5919	Other Waste Materials	5919	Autres matières de rebut
5921	Newsprint	5921	Papier journal
5922	Stationery and Office Supplies	5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Other Paper and Paper Products	5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Agricultural Feeds	5931	Aliments pour animaux
5932	Seeds and Seed Processing	5932	Semences et traitement des semences
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies	5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Toys, Novelties and Fireworks	5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Amusement and Sporting Goods	5942	Articles de loisir et de sport
5951	Photographic Equipment and Supplies	5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Musical Instruments and Accessories	5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Jewellery and Watches	5961	Bijoux et montres
5971	Industrial and Household Chemicals	5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	General Merchandise	5981	Marchandise générale
5991	Books, Periodicals and Newspapers	5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)	5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Forest Products	5993	Produits forestiers
5999	Other Products n.e.c.	5999	Autres produits n.c.a.
100	Grain	100	Céréales
5012	Grain	5012	Céréales
110	Petroleum Products	110	Produits Pétroliers
5111	Petroleum Products	5111	Produits pétroliers

Appendix III

Trade Group Coverage Retail Trade, 1996

010 Supermarkets and Grocery Stores

- 6011 Supermarkets
6012 Grocery Stores (Excluding Supermarkets)

020 All Other Food Stores

- 6013 Bakery Products Stores
6014 Candy and Nut Stores
6015 Fruit and Vegetable Stores
6016 Meat Markets
6019 Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.

030 Drug and Patent Medicine Stores

- 6031 Pharmacies
6032 Patent Medicine and Toiletries Stores

040 Shoe Stores

- 6111 Shoe Stores

050 Men's Clothing Stores

- 6121 Men's Clothing Stores

060 Women's Clothing Stores

- 6131 Women's Clothing Stores

070 Other Clothing Stores

- 6141 Children's Clothing Stores
6142 Fur Stores
6149 Other Clothing Stores, n.e.c.
6151 Fabric and Yarn Stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

- 6211 Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
6212 Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
6213 Furniture Refinishing and Repair Shops
6221 Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
6222 Television, Radio and Stereo Stores
6223 Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops

090 Household Furnishings Stores

- 6231 Floor Covering Stores
6232 Drapery Stores
6239 Other Household Furnishings Stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

- 6311 Automobile (New) Dealers
6312 Automobile (Used) Dealers

Appendice III

Couverture des groupes de commerce Commerce de détail, 1996

010 Supermarchés d'alimentation et épiceries

- 6011 Supermarchés d'alimentation
6012 Épiceries (sauf supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

- 6013 Boulangeries - pâtisseries
6014 Confiseries et magasins de noix
6015 Magasins de fruits et légumes
6016 Marchés de viande
6019 Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

- 6031 Pharmacies
6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

- 6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

- 6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

- 6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

- 6141 Magasins de vêtements pour enfants
6142 Magasins de fourrures
6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

- 6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213 Ateliers de réparation de meubles
6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

- 6231 Magasins de revêtements de sol
6232 Magasins de tentures
6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

- 6311 Concessionnaires d'automobiles neuves
6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Motor Home and Travel Trailer Dealers
 6322 Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers
 6323 Motorcycle and Snowmobile Dealers
 6329 Other Recreational Vehicle Dealers

110 Gasoline Service Stations

6331 Gasoline Service Stations

120 Automotive Parts, Accessories and Services

6341 Home and Auto Supply Stores
 6342 Tire, Battery, Parts and Accessories Stores
 6351 Garages (General Repairs)
 6352 Paint and Body Repair Shops
 6353 Muffler Replacement Shops
 6354 Motor Vehicle Glass Replacement Shops
 6355 Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops
 6359 Other Motor Vehicle Repair Shops
 6391 Car Washes
 6399 Other Motor Vehicle Services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores

6411 Department Stores
 6412 General Stores
 6413 Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores

6511 Book and Stationery Stores
 6521 Florist Shops
 6522 Lawn and Garden Centres
 6531 Hardware Stores
 6532 Paint, Glass and Wallpaper Stores
 6581 Toy and Hobby Stores
 6582 Gift, Novelty and Souvenir Stores

150 Other Durable Goods Stores

6541 Sporting Goods Stores
 6542 Bicycle Shops
 6551 Musical Instrument Stores
 6552 Record and Tape Stores
 6561 Jewellery Stores
 6562 Watch and Jewellery Repair Shops
 6571 Camera and Photographic Supply Stores

160 Other Retail Stores

6021 Liquor Stores
 6022 Wine Stores
 6023 Beer Stores
 6591 Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.
 6592 Opticians' Shops
 6593 Art Galleries and Artists' Supply Stores
 6594 Luggage and Leather Goods Stores
 6595 Monument and Tombstone Dealers
 6596 Pet Stores
 6597 Coin and Stamp Dealers
 6598 Mobile Home Dealers
 6599 Other Retail Stores, n.e.c.

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage
 6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
 6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges
 6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Stations-service

6331 Stations-service

120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services

6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
 6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
 6351 Garages (réparations générales)
 6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
 6353 Ateliers de remplacement de silencieux
 6354 Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
 6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
 6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
 6391 Lave-autos
 6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses

6411 Magasins à rayons
 6412 Magasins généraux
 6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables

6511 Librairies et papeteries
 6521 Fleuristes
 6522 Centres de jardinage
 6531 Quincailleries
 6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
 6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
 6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables

6541 Magasins d'articles de sport
 6542 Magasins de bicyclettes
 6551 Magasins d'instruments de musique
 6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
 6561 Bijouteries
 6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
 6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail

6021 Magasins de spiritueux
 6022 Magasins de vin
 6023 Magasins de bière
 6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
 6592 Opticiens
 6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
 6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
 6595 Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales
 6596 Magasins d'animaux de maison
 6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
 6598 Marchands de maisons mobiles
 6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.