

N° 63-270-X au catalogue

# Commerce de détail annuel

2008



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## Comment obtenir d'autres renseignements

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

### Centre de contact national de Statistique Canada

Numéros sans frais (Canada et États-Unis) :

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

Appels locaux ou internationaux :

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

### Programme des services de dépôt

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

## Comment accéder à ce produit

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

## Normes de service à la clientèle

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

# Commerce de détail annuel

2008

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2010

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

Mars 2010

N° 63-270-X au catalogue

ISSN 1918-9982

Périodicité : annuelle

Ottawa

This publication is also available in English.

---

#### **Note de reconnaissance**

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

# Information pour l'utilisateur

---

## Signes conventionnels

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

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

# Table des matières

---

<b>Commerce de détail annuel 2008</b>	<b>4</b>
<b>Produits connexes</b>	<b>9</b>
<b>Tableaux statistiques</b>	
1 Statistiques sommaires pour le commerce de détail, 2008	11
2 Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail	12
3 Statistiques sommaires pour le commerce de détail hors magasin, 2008	13
4 Marge brute et bénéfices d'exploitation pour le commerce de détail hors magasin	14
<b>Qualité des données, concepts et méthodologie</b>	
Sources de données, définitions et méthodologie	15

## Commerce de détail annuel 2008

---

### Note aux lecteurs

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

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

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

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

Les bénéfices d'exploitation des détaillants canadiens comme proportion des recettes d'exploitation ont légèrement diminué, pour s'établir à 5,0 % en 2008, par rapport à 5,2 % en 2007. Les détaillants ont été touchés par l'évolution de la conjoncture économique en 2008, particulièrement tard dans l'année. Selon l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail, les ventes mensuelles des magasins de détail ont affiché une tendance à la hausse au cours des trois premiers trimestres de 2008 avant de dégringoler de 3,9% au dernier trimestre, sous l'effet du ralentissement économique et de la baisse des prix de l'essence.

Les détaillants, en magasin et hors magasin, ont déclaré des recettes d'exploitation de 468,5 milliards de dollars en 2008, en hausse de 4,5 %. Le total des dépenses a augmenté de 4,6 % pour atteindre 444,9 milliards de dollars.

Le coût des biens vendus, qui représentait un peu plus des trois quarts du total des dépenses, a progressé de 4,4 % pour se situer à 341,4 milliards de dollars en 2008. Les autres dépenses d'exploitation, dont la rémunération de la main-d'oeuvre fait partie, ont augmenté de 5,6 % pour s'établir à 103,5 milliards de dollars.

Les marges brutes pour tous les détaillants (la différence entre les recettes d'exploitation totales et le coût des biens vendus) comme proportion des recettes d'exploitation ont légèrement augmenté pour atteindre 27,1 % en 2008, par rapport à 27,0 %.

### Augmentation des recettes pour la plupart des détaillants

Parmi les 19 groupes de commerce (y compris les détaillants hors magasin) 16 ont vu leurs recettes d'exploitation augmenter en 2008 par rapport à l'année précédente et représentent 77 % du total des revenus. Les stations-service ont affiché la plus forte augmentation des recettes et représentaient plus du tiers de la croissance des recettes totales.

Le prix de l'essence, qui a suivi le mouvement mondial des prix du pétrole brut en 2008, a augmenté pendant la majeure partie de l'année, avant d'afficher une forte baisse au cours des derniers mois. En moyenne, les consommateurs ont payé 12,7 % de plus pour l'essence en 2008 que l'année précédente d'après l'Indice des prix à la consommation (IPC). Cette hausse de prix s'est traduite par une augmentation de 15,6 % des recettes d'exploitation totales pour ce groupe de commerce (54,2 milliards de dollars). Pour chaque tranche de 100 \$ déboursé chez un détaillant par les consommateurs en 2008, 11,60 \$ étaient dépensés à une station-service, en hausse par rapport à 10,50 \$ en 2007.

Les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont enregistré la deuxième croissance en importance des recettes d'exploitation, en hausse de 9,5 % pour se chiffrer à 31,5 milliards de dollars en 2008. Ces magasins représentaient un peu plus de 13 % de la croissance totale des recettes.

Contrairement aux stations-service, la vigueur des ventes dans les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels n'étaient pas vraiment reliés à l'augmentation des prix. Selon IMS Canada, le volume des prescriptions au détail a augmenté de 7,1% en 2008. Les prix des produits de soins de santé ont crû de 0,5 %, tandis que ceux des articles et accessoires de soins personnels sont demeurés stables à +0,1 %. Ces deux groupes de produits représentaient environ 87 % du total des revenus des pharmacies et des magasins de produits de soins personnels en 2008, d'après l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail.

Les supermarchés ont affiché une croissance de leurs recettes de 4,9 % en 2008, y compris une hausse de 3,9 % du prix des aliments achetés au magasin. Les consommateurs ont consacré 15,4 % de l'argent qu'ils ont dépensé chez les détaillants dans les supermarchés.

### **Baisses des recettes dans trois groupes de commerce**

Les industries du commerce de détail n'ont pas toutes enregistré une hausse de leurs recettes en 2008 comparativement à l'année précédente. Les concessionnaires d'automobiles neuves, les magasins de vêtements et les magasins d'articles d'ameublement ont tous enregistré une baisse de leurs recettes. Certaines de ces baisses de recettes étaient attribuables à une diminution des prix des biens vendus.

Les recettes des concessionnaires de voitures neuves ont baissé de 2,0 % pour se situer à 81,2 milliards de dollars en 2008. Cette diminution est attribuable à une baisse de 6,9 % des prix des véhicules pour le transport des passagers (comme l'indice d'achat des véhicules des passagers). Les consommateurs ont consacré une plus grande partie de l'argent qu'ils ont dépensé chez les détaillants dans les concessionnaires de voitures neuves que dans tout autre type de magasin de détail. En 2008, les consommateurs ont dépensé 17,3% chez les concessionnaires de voitures neuves, en baisse de 1,1 point de pourcentage par rapport à 2007.

Les magasins de vêtements ont également enregistré une baisse de 1,1 % dans leurs recettes, qui se sont fixées à 18,7 milliards de dollars en 2008. Quant aux prix de l'habillement, ils ont chuté de 3,3 % en 2008. En tout, 4,0 % des dépenses des consommateurs pour des achats au détail ont été faits dans des magasins de vêtements.

Les recettes d'exploitation des magasins d'articles d'ameublement se sont repliées de 0,4 % par rapport à 2007 pour s'établir à 5,9 milliards de dollars. Ce type de magasin représente 1,3 % des dépenses totales chez les détaillants.

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

Les détaillants en magasin, à l'exclusion des détaillants hors magasin, sont répartis entre les magasins à succursales et les magasins n'appartenant pas à une chaîne de succursales. Les magasins à succursales est une organisation qui exploite quatre magasins ou plus appartenant à un même groupe industriel et à une même appartenance juridique. Les magasins à succursales ont enregistré des recettes d'exploitation de 213,8 milliards de dollars, en hausse de 5,8 % par rapport à 2007.

Les magasins à succursales ont progressivement accru leur proportion des recettes d'exploitation totales au détriment des magasins ne faisant pas partie d'une chaîne de succursales. En 2004, les magasins à succursales représentaient 43,1 % des recettes d'exploitation totales, tandis qu'en 2008, elles avaient augmenté à 47,0 %. Les magasins n'appartenant pas à une chaîne ont affiché une hausse de leurs recettes de 3,3 % pour atteindre 240,9 milliards de dollars en 2008.

Certains groupes de commerce tendent à être dominés par les magasins à succursales, comme les magasins de bière, de vin et de spiritueux. En 2008, dans cette catégorie, 90 % des recettes enregistrées provenaient de magasins à succursales.

Les magasins à succursales de vêtements ont progressivement accru leur domination du secteur de l'habillement. En 2008, ils représentaient 79 % des recettes d'exploitation de ce groupe de commerce, en hausse par rapport à 72 % en 2004.

En revanche, d'autres groupes, comme les concessionnaires de voitures neuves, tendent à être dominés par les magasins n'appartenant pas à une chaîne de succursales. Les concessionnaires de voitures neuves ayant moins de quatre points de vente représentaient 96 % de l'ensemble des recettes pour ce groupe de commerce en 2008. De plus, les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de loisir et de pièces ayant entre un et trois points de vente (n'appartenant pas à une chaîne) représentaient 89 % des recettes totales de cette industrie.

### **Augmentation des dépenses d'exploitation**

Les dépenses d'exploitation (à l'exclusion du coût des biens vendus) des détaillants en magasin et hors magasin ont augmenté pour se chiffrer à 103,5 milliards de dollars, en hausse de 5,6 % par rapport à l'année précédente. Les dépenses ont augmenté pour toutes les industries, sauf les magasins de bière, de vin et de spiritueux et les détaillants hors magasin.

Les coûts de main-d'oeuvre représentaient près de la moitié de ces dépenses d'exploitation en 2008. Les coûts de main-d'oeuvre les plus élevés comme proportion des dépenses d'exploitation ont été enregistrés par les concessionnaires de voitures neuves (58,3 %) et les magasins de bière, de vin et de spiritueux (55,9 %).

En revanche, les stations-service ont enregistré les plus faibles coûts de main-d'oeuvre comme proportion du total des dépenses, à 32,8 %. Suivaient les détaillants hors magasin, à 33,4 %.

En 2008, les dépenses d'exploitation comme proportion des recettes d'exploitation représentaient 22 %, une proportion semblable aux années précédentes. Les magasins de vêtements affichaient le plus fort ratio dépenses-recettes (43 %), suivis des magasins de chaussures, bijouteries et magasins de bagages (41 %) et des magasins d'articles d'ameublement (40 %). Les stations-service affichaient les plus faibles dépenses d'exploitation comme proportion des recettes d'exploitation (10 %), suivies des concessionnaires de voitures neuves (13 %) et des magasins de bière, de vin et de spiritueux (14 %).

### **Hausse des bénéfices d'exploitation pour les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels et les concessionnaires de voitures neuves**

Les bénéfices d'exploitation pour les détaillants en magasin et hors magasins comme ratio des recettes d'exploitation étaient de 5,0 % en 2008.

De tous les groupes de commerce, les magasins de bière, de vin et de spiritueux ont enregistré la plus forte proportion de bénéfices d'exploitation comme pourcentage des recettes d'exploitation à 29,5 %, la même proportion que l'année précédente. Les magasins de chaussures, bijouteries et magasins de bagages se classaient deuxième en importance en ce qui concerne leur part des bénéfices par rapport aux recettes (9,5 %), une proportion également inchangée par rapport à l'an dernier.

Les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont enregistré en 2008 le plus fort gain sur le plan des bénéfices d'exploitation, en hausse de 30,9 % pour atteindre 1,6 milliard de dollars. Le ratio par rapport aux recettes d'exploitation, se situait à 5,2 % en 2008, en hausse par rapport à 4,3 % en 2007. Cette croissance est attribuable au fait que les recettes augmentent plus rapidement que le coût des biens vendus et les autres dépenses.

En 2008, les concessionnaires de voitures neuves se sont classés au deuxième rang au chapitre de la croissance des bénéfices d'exploitation, ceux-ci ayant grimpé de 15,3 % pour s'établir à 2,0 milliards de dollars. Comme ratio des recettes d'exploitation, cela correspond à une hausse de 0,4 point de pourcentage, de 2,1 % en 2007 à 2,5 %. Cette croissance des bénéfices était attribuable à la forte baisse du coût des biens vendus (-3,4 %).

Les magasins d'ordinateurs et de logiciels ont enregistré le plus faible (1,4%) ratio bénéfices-recettes. Les bénéfices totaux des magasins d'ordinateurs et de logiciels ont également affiché le plus fort repli d'une année à l'autre, en



baisse de 33,4 % pour s'établir à 30,7 millions de dollars. (Ces magasins vendent principalement des ordinateurs et de l'équipement connexe et des logiciels, et non pas un large éventail de produits électroniques).

Les prix du matériel et des fournitures informatiques ont reculé de 13,3 % en 2008. Malgré cette baisse des prix, les recettes d'exploitation totales des magasins d'ordinateurs ont affiché une légère hausse de 0,2 %, tandis que le coût des biens vendus a diminué de 1,0 %.

Les magasins d'articles de sports, d'articles de passe-temps, de musique et de livres ont enregistré la deuxième plus forte diminution en importance des bénéfices d'exploitation, en baisse de 27,0 % comparativement à 2007, pour atteindre 441,3 millions de dollars. Le ratio bénéfices-recettes a chuté à 3,7 % en 2008 par rapport à 5,3 % en 2007. Dans ce groupe de commerce, les magasins d'articles de sports, d'articles de passe-temps, de jouets et de jeux représentaient collectivement 86 % de la variation nette des bénéfices.

Cependant, les détaillants de ce groupe de commerce n'ont pas tous affiché une baisse des bénéfices. Les magasins d'instruments et de fournitures de musique (+ 28,0 %) et les librairies (+ 22,5 %) ont déclaré des bénéfices plus élevés en 2008. Les librairies ont accru leurs bénéfices et leurs recettes d'exploitation totales (en hausse de 1,7 %) tandis que les consommateurs ont payé 9,4 % de moins pour les livres qu'ils ont achetés en 2008 comparativement à 2007.

### **Stocks en faible baisse**

Les niveaux de stocks étaient en faible baisse pour les détaillants en magasin en 2008. Les détaillants ont enregistré des niveaux de 65,8 jours de stocks disponibles en 2008, en baisse par rapport à 67,4 jours en 2007.

De tous les détaillants, les magasins de meubles ont affiché la plus forte baisse, le nombre de jours de stocks disponibles ayant dégringolé de 101,6 à 90,0. Les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage ont enregistré l'augmentation la plus prononcée du nombre de jours de stocks disponibles, qui est passé de 87,9 à 100,1.

En moyenne, les détaillants en magasin ont remplacé leur marchandise 5,5 fois en 2008, une proportion comparable à celle de 2007. La plupart des secteurs du commerce de détail ont maintenu des taux de remplacement de la marchandise semblables à ceux de 2007.

### **La Saskatchewan affiche les plus fortes hausses**

Les détaillants en magasin et hors magasin de la Saskatchewan ont bénéficié de la prospérité des ressources, affichant la plus forte hausse provinciale des recettes d'exploitation en 2008, en hausse de 11,4 % par rapport à 2007, pour atteindre 16,0 milliards de dollars. Le coût des biens vendus a augmenté de 11,0 % et les autres dépenses ont monté de 12,0 % par rapport à l'année précédente. Les autres dépenses comme proportion des recettes d'exploitation se sont chiffrées à 19,5 %, bien au-dessous de la proportion de 22,1 % pour l'ensemble des provinces. Les marges brutes comme proportion des recettes se situaient à 25,5 %, bien au-dessous de la moyenne nationale de 27,1 %. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes étaient les plus élevés de toutes les provinces (+6,0 %) et au-dessus de la moyenne provinciale (+5,0 %).

Parmi les provinces de l'Atlantique, les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador ont déclaré les plus importants gains en recettes, ceux-ci ayant augmenté de 7,3 % pour s'établir à 7,7 milliards de dollars. De plus, les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes se sont situés à 5,3 % en 2008, en hausse par rapport à 4,9 % en 2007, ce qui représente la plus forte progression en points de pourcentage de toutes les provinces. Les détaillants de Terre-Neuve-et-Labrador ont également affiché les dépenses les plus faibles comme proportion des recettes d'exploitation (19,1 %) comparativement à la moyenne nationale (22,1 %).

Les détaillants du Manitoba ont enregistré en 2008 une croissance de 7,0 % dans leurs recettes d'exploitation, qui se sont chiffrées à 16,3 milliards de dollars. Le coût des biens vendus a fait un bond de 7,7 %, la deuxième augmentation en importance de toutes les provinces. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes se sont établis à 5,3 % au-dessus de la moyenne canadienne.

En 2008, les détaillants du Québec, qui ont vu leurs recettes croître de 5,6 % et atteindre 103,0 milliards de dollars, représentaient 22,0 % de l'ensemble des recettes du commerce de détail au Canada. Comme proportion des recettes, les marges brutes (26,3 %) et les bénéfices d'exploitation (4,6 %) sont demeurés stables et au-dessous de la moyenne nationale en 2008.

Les détaillants de l'Ontario, qui représentaient 36,0 % de la proportion des recettes d'exploitation totales au Canada, ont connu en 2008 une hausse de 4,9 % dans leurs recettes, qui sont passés à 168,5 milliards de dollars. Les bénéfices d'exploitation comme proportion des recettes correspondaient à la moyenne nationale de 5,0 % en 2008, une baisse par rapport au taux de 5,2 % en 2007.

Bien que les recettes en Alberta aient augmenté de 3,3 % en 2008, elles étaient inférieures à la moyenne nationale. Cette province représentait 14,4 % de la proportion nationale des recettes d'exploitation. Comme proportion des recettes, les marges brutes (25,9 %) et les bénéfices d'exploitation (4,6 %) sont demeurés stables et au-dessous de la moyenne nationale en 2008.

La Colombie-Britannique est la seule province à avoir enregistré une croissance nulle des recettes d'une année à l'autre (+0,2 %). En 2008, cette province représentait 13,2% des recettes d'exploitation totales. Comme proportion des recettes, les marges brutes (29,2 %) et les bénéfices d'exploitation (5,9 %) se situaient au-dessus de la moyenne nationale en 2008, mais ces deux proportions étaient légèrement inférieures par rapport à 2007. Les dépenses représentaient 23,3 % des recettes d'exploitation le ratio le plus élevé de toutes les provinces, au-dessus de la moyenne nationale de 22,1 %.

Les territoires (Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut) ont affiché une croissance de 8,1 % des recettes d'exploitation en 2008. Les marges brutes (29,8 %) et les bénéfices d'exploitation (6,8 %), comme proportions des recettes, ont augmenté par rapport à l'année précédente et se situaient bien au-dessus de la moyenne canadienne.

## Produits connexes

---

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

---

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

---

### Choisis parmi les enquêtes de Statistique Canada

---

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

---

### Choisis parmi les tableaux sommaires de Statistique Canada

---

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

## **Tableaux statistiques**

---

---

**Tableau 1**  
**Statistiques sommaires pour le commerce de détail, 2008**

	Total des revenus d'exploitation	Coûts des biens vendus	Total de la rénumération du travail	Total des dépenses d'exploitation <sup>1</sup>	
	répartition en pourcentage	millions de dollars			
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
Concessionnaires d'automobiles neuves	17,9	81 161,5	68 796,1	6 042,9	10 373,4
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	5,0	22 657,8	16 734,9	2 720,6	5 070,0
Stations-service	11,9	54 196,0	45 497,0	1 822,8	5 553,7
Magasins de meubles	2,2	10 050,8	6 018,3	1 597,3	3 557,4
Magasins d'accessoires de maison	1,3	5 877,6	3 225,8	1 064,4	2 335,3
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	0,5	2 162,2	1 553,2	313,5	578,3
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	3,1	13 925,9	9 804,5	1 767,2	3 466,8
Centres de rénovation et quincailleries	4,8	21 949,8	15 048,9	3 110,0	5 993,0
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	1,5	6 745,8	4 255,6	1 171,2	2 223,1
Supermarchés	15,9	72 136,0	54 892,2	8 349,0	15 753,9
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	3,1	13 908,0	10 007,4	1 648,6	3 487,4
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	3,7	16 754,1	9 433,8	1 325,6	2 373,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	6,9	31 546,5	21 117,9	4 656,5	8 799,5
Magasins de vêtements	4,1	18 650,5	9 121,5	3 269,2	7 951,6
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	1,4	6 156,5	3 019,6	1 124,5	2 549,4
Magasins de marchandises diverses	11,6	52 632,2	38 313,6	5 798,1	11 536,2
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les libraires	2,6	11 853,8	7 370,0	1 846,2	4 042,5
Magasins de détail divers	2,7	12 277,0	7 080,7	2 058,9	4 564,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>454 642,1</b>	<b>331 290,9</b>	<b>49 686,5</b>	<b>100 208,9</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	1,6	7 298,1	5 475,7	735,3	1 423,2
Île-du-Prince-Édouard	0,4	1 745,1	1 295,6	185,5	371,8
Nouvelle-Écosse	2,8	12 599,2	9 240,4	1 353,0	2 654,7
Nouveau-Brunswick	2,2	10 010,9	7 488,0	1 001,8	1 963,4
Québec	22,1	100 437,0	73 919,3	11 060,5	21 913,5
Ontario	35,7	162 475,7	117 447,1	17 062,4	36 738,9
Manitoba	3,5	15 815,7	11 600,5	1 805,0	3 359,0
Saskatchewan	3,4	15 435,5	11 460,2	1 622,2	3 030,8
Alberta	14,6	66 209,2	49 012,9	7 444,5	14 189,6
Colombie-Britannique	13,4	60 899,7	43 157,0	7 204,1	14 161,6
Yukon	0,1	585,0	422,4	63,5	129,2
Territoires du Nord-Ouest	0,2	776,2	537,7	92,7	164,7
Nunavut	0,1	354,8	234,1	56,0	108,5

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

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

	Marge brute				Bénéfices d'exploitation			
	2007		2008		2007		2008	
	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu
<b>Groupe de commerce - Canada</b>								
Concessionnaires d'automobiles neuves	11 608,8	14,0	12 365,5	15,2	1 727,9	2,1	1 992,1	2,5
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	5 502,7	24,8	5 922,9	26,1	767,2	3,5	852,9	3,8
Stations-service	7 598,0	16,2	8 699,0	16,1	2 764,6	5,9	3 145,4	5,8
Magasins de meubles	4 026,7	40,3	4 032,5	40,1	564,3	5,6	475,1	4,7
Magasins d'accessoires de maison	2 543,1	43,1	2 651,8	45,1	316,7	5,4	316,5	5,4
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	588,2	27,3	609,0	28,2	46,2	2,1	30,7	1,4
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	3 937,6	29,6	4 121,5	29,6	734,1	5,5	654,7	4,7
Centres de rénovation et quincailleries	6 465,9	31,1	6 900,9	31,4	1 242,3	6,0	907,9	4,1
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	2 253,2	36,3	2 490,2	36,9	248,1	4,0	267,1	4,0
Supermarchés	17 167,2	25,0	17 243,8	23,9	1 534,4	2,2	1 489,9	2,1
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	3 542,8	26,8	3 900,6	28,0	376,5	2,8	413,2	3,0
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	7 169,2	44,8	7 320,2	43,7	4 718,6	29,5	4 947,3	29,5
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	9 128,2	31,7	10 428,6	33,1	1 244,8	4,3	1 629,1	5,2
Magasins de vêtements	9 465,7	50,2	9 529,0	51,1	1 640,6	8,7	1 577,4	8,5
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	3 057,0	50,1	3 136,9	51,0	576,9	9,4	587,5	9,5
Magasins de marchandises diverses	14 036,7	27,8	14 318,6	27,2	2 750,1	5,4	2 782,4	5,3
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les libraires	4 360,2	38,0	4 483,8	37,8	604,7	5,3	441,3	3,7
Magasins de détail divers	4 847,8	42,2	5 196,3	42,3	710,6	6,2	631,9	5,1
<b>Total</b>	<b>117 298,9</b>	<b>26,9</b>	<b>123 351,2</b>	<b>27,1</b>	<b>22 568,6</b>	<b>5,2</b>	<b>23 142,4</b>	<b>5,1</b>
<b>Régions</b>								
Terre-Neuve-et-Labrador	1 668,0	24,6	1 822,4	25,0	340,8	5,0	399,2	5,5
Île-du-Prince-Édouard	447,1	26,2	449,4	25,8	88,0	5,2	77,7	4,5
Nouvelle-Écosse	3 158,8	26,4	3 358,8	26,7	670,7	5,6	704,1	5,6
Nouveau-Brunswick	2 404,1	24,9	2 522,9	25,2	501,0	5,2	559,5	5,6
Québec	25 043,7	26,3	26 517,7	26,4	4 378,3	4,6	4 604,2	4,6
Ontario	43 156,2	27,9	45 028,6	27,7	8 060,7	5,2	8 289,7	5,1
Manitoba	3 974,5	27,0	4 215,2	26,7	855,8	5,8	856,3	5,4
Saskatchewan	3 525,0	25,4	3 975,3	25,8	831,3	6,0	944,5	6,1
Alberta	16 365,3	25,5	17 196,3	26,0	3 002,9	4,7	3 006,7	4,5
Colombie-Britannique	17 077,5	28,1	17 742,7	29,1	3 730,9	6,1	3 581,1	5,9
Yukon	150,6	27,5	162,6	27,8	25,7	4,7	33,4	5,7
Territoires du Nord-Ouest	223,4	30,0	238,6	30,7	65,8	8,8	73,9	9,5
Nunavut	104,6	34,3	120,7	34,0	16,7	5,5	12,2	3,4

**Tableau 3**  
**Statistiques sommaires pour le commerce de détail hors magasin, 2008**

	Total des revenus d'exploitation		Coûts des biens vendus	Total de la rémunération du travail	Total des <sup>1</sup> dépenses d'exploitation
	répartition en pourcentage	millions de dollars			
<b>Industrie - Canada</b>					
Entreprise de télémagasinage et de vente par correspondance	27,0	3 744,6	2 240,8	301,6	1 369,6
Exploitants de distributeurs automatiques	4,7	646,6	286,0	148,9	322,2
Marchands de combustible	57,6	7 995,9	6 934,0	393,8	918,2
Autres établissements de vente directe	10,8	1 500,3	698,2	245,6	655,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>13 887,3</b>	<b>10 159,0</b>	<b>1 089,9</b>	<b>3 265,7</b>
<b>Régions</b>					
Terre-Neuve-et-Labrador	2,9	405,6	345,8	20,3	50,6
Ile-du-Prince-Édouard	1,6	215,4	185,4	11,3	27,7
Nouvelle-Écosse	5,2	723,5	604,0	39,1	104,2
Nouveau-Brunswick	3,4	471,3	401,5	27,4	68,0
Québec	18,4	2 557,7	1 957,9	173,9	504,1
Ontario	43,1	5 989,2	4 050,1	507,0	1 769,0
Manitoba	3,6	498,0	367,9	47,6	113,8
Saskatchewan	4,3	598,5	489,6	43,6	88,8
Alberta	9,3	1 290,9	986,9 <sup>E</sup>	97,7	226,9
Colombie-Britannique	7,4	1 023,0	679,7	116,2	293,4
Yukon	0,2	32,3	x	2,3	8,6
Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Nunavut	x	x	x	x	x

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

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

	Marge brute				Bénéfices d'exploitation			
	2007		2008		2007		2008	
	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu	millions de dollars	en pourcentage du revenu
<b>Industrie - Canada</b>								
Enterprise de télémagasinage et de vente par correspondance	1 580,7	39,1	1 503,8	40,2	161,8	4,0	134,2	3,6
Exploitants de distributeurs automatiques	347,5	54,7	360,5	55,8	31,4	4,9	38,4	5,9
Marchands de combustible	1 047,0	15,7	1 061,9	13,3	209,2	3,1	143,7	1,8
Autres établissements de vente directe	853,8	53,4	802,1	53,5	130,6	8,2	146,4	9,8
<b>Total</b>	<b>3 829,0</b>	<b>29,6</b>	<b>3 728,3</b>	<b>26,8</b>	<b>532,9</b>	<b>4,1</b>	<b>462,6</b>	<b>3,3</b>
<b>Régions</b>								
Terre-Neuve-et-Labrador	64,9	16,7	59,8	14,7	13,0	3,3	9,2	2,3
Ile-du-Prince-Édouard	30,9	17,9	30,1	14,0	4,8	2,8	2,3	1,1
Nouvelle-Écosse	126,9	20,6	119,5	16,5	20,7	3,3	15,3	2,1
Nouveau-Brunswick	82,6	19,2	69,9	14,8	11,5	2,7	1,8	0,4
Québec	623,2	26,9	599,8	23,5	79,8	3,4	95,7	3,7
Ontario	1 944,9	33,6	1 939,1	32,4	240,6	4,2	170,1	2,8
Manitoba	157,1	31,4	130,1	26,1	15,0	3,0	16,4	3,3
Saskatchewan	109,5	21,3	108,8	18,2	18,7	3,6	20,1	3,4
Alberta	322,0	27,9	304,0	23,5	76,6	6,6	77,1	6,0
Colombie-Britannique	349,8	35,9	343,3	33,6	51,5	5,3	49,9	4,9
Yukon	x	x	x	x	x	x	x	x
Territoires du Nord-Ouest	7,3	12,7	x	x	-1,2	-2,0	x	x
Nunavut	x	x	x	x	x	x	x	x



# Sources de données, définitions et méthodologie

---

## Aperçu

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

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

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

## Population cible

La population cible pour l'Enquête annuelle sur le commerce de détail comprend tous les établissements de détail exploités au Canada pendant au moins un jour durant l'année entre janvier et février. Les entreprises de vente directe et les exploitants de distributeurs automatiques sont exclus de la population cible de l'enquête.

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

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

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

## Définitions

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Les **salaires et traitement des employés** correspondent au total des salaires et traitements versés à tous les employés pendant l'année (y compris le personnel du siège social et de l'entrepôt), avant retenues au titre de

l'impôt sur le revenu, de l'assurance-emploi, de la sécurité sociale, etc. Sont exclus tous les paiements et toutes les dépenses liés à des contrats de l'extérieur et à des bureaux de placement ou à des services de location de personnel.

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

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

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

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

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

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

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

## Échantillonnage

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

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

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

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

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

classe industrielle, et ce, en tout temps durant l'année d'enquête) sont tous inclus dans une strate à tirage complet (recensement).

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

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

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

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

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

### Sources des données

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

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

### Exactitude des données

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

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

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