Catalogue 11-001-XIF (English 11-001-XIE) ISSN 0380-6103

Le Quotidien

Statistique Canada

Le mercredi 30 mars 2005
Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués principaux

- **Indices des prix des produits industriels et des matières brutes,** février 2005 2
  Les prix à la sortie de l'usine des produits manufacturés ont augmenté en février pour un troisième mois consécutif, ayant affiché leur plus forte hausse mensuelle depuis mai 2004. Les prix des matières brutes étaient en hausse pour un deuxième mois d'affilée, entraînés par la progression continue des prix du pétrole brut.

- **Commerce de détail annuel,** 2003 7
  Les recettes d'exploitation des magasins de détail ont progressé à leur plus faible rythme en sept ans, après une série de chocs négatifs sur l'économie en 2003. Les recettes d'exploitation des magasins de détail n'ont augmenté que de 3,7 % par rapport à 2002.

Autres communiqués

Détaillants hors magasin, 2003 11

Restaurants, traiteurs et tavernes, janvier 2005 12

Pétrole brut et gaz naturel, janvier 2005 13

Indices des prix des ordinateurs et des périphériques, janvier 2005 14

Nouveaux produits 15

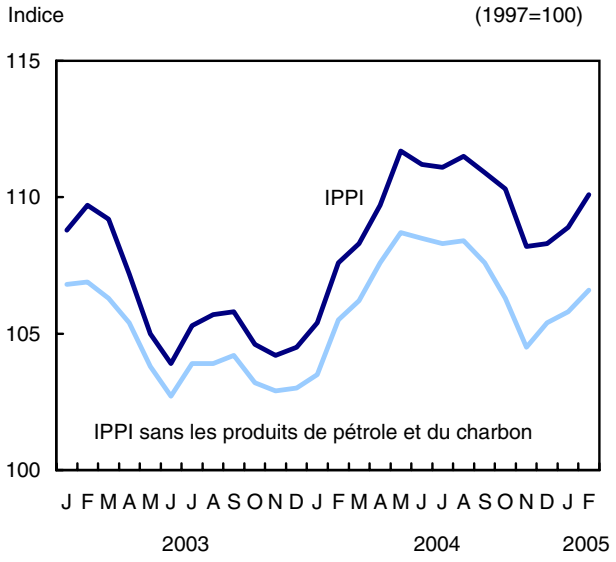
Communiqués principaux

Indices des prix des produits industriels et des matières brutes

Février 2005

Les prix à la sortie de l'usine des produits manufacturés ont augmenté en février pour un troisième mois consécutif, ayant affiché leur plus forte hausse mensuelle depuis mai 2004. Les prix des matières brutes étaient en hausse pour un deuxième mois d'affilée, entraînés par la progression continue des prix du pétrole brut.

Les prix des produits manufacturés continuent à augmenter



Les prix demandés par les fabricants, mesurés par l'Indice des prix des produits industriels (IPPI), se sont accrus de 1,1 % de janvier à février. Les hausses de prix des produits du pétrole, des produits de bois de construction, des véhicules automobiles, des métaux de première transformation et de la pâte de bois et des produits du papier ont été les principaux facteurs ayant contribué à la hausse mensuelle.

La variation sur 12 mois de l'IPPI a été de 2,3 %, soit moins que l'augmentation de 3,3 % observée en janvier.

L'Indice des prix des matières brutes (IPMB) a monté de 3,1 % de janvier à février, après avoir augmenté de 4,3 % le mois précédent. Des hausses de prix des combustibles minéraux, des métaux non ferreux, des substances végétales ainsi que des minéraux non métalliques ont aussi été observées.

Comparativement à février de l'an dernier, les matières brutes ont coûté 11,8 % plus cher aux usines. Ce taux était inférieur à la progression sur 12 mois de 12,4 % constatée en janvier, mais légèrement supérieur à celle de 11,2 % observée en décembre.

En février, l'IPPI (1997=100) s'établissait à 110,1, en hausse par rapport au niveau révisé de 108,9 en janvier. L'IPMB (1997=100) a atteint 135,4, en hausse par rapport au niveau révisé de 131,3 en janvier.

Note aux lecteurs

*L'**Indice des prix des produits industriels** (IPPI) reflète les prix que les producteurs reçoivent au moment où les produits franchissent les portes de l'usine. Il ne reflète pas ce que le consommateur paie. Contrairement à l'Indice des prix à la consommation, l'IPPI exclut les impôts indirects et tous les coûts qui surviennent entre le moment où un produit sort de l'usine et le moment où l'utilisateur final en prend possession, ce qui comprend les coûts du transport, du commerce de gros et du commerce de détail.*

Les producteurs canadiens exportent de nombreux biens. Ils indiquent souvent leurs prix en devises étrangères, en particulier dans le cas des véhicules automobiles, de la pâte de bois, du papier et des produits du bois. Les fluctuations du dollar canadien par rapport à la devise américaine se répercutent par conséquent sur l'IPPI.

*L'**Indice des prix des matières brutes** (IPMB) est représentatif des prix que paient les fabricants canadiens pour les principales matières brutes. Un grand nombre de ces prix sont fixés sur le marché mondial. Contrairement à l'IPPI, l'IPMB comprend des biens qui ne sont pas produits au Canada.*

IPPI : la hausse mensuelle est en partie attribuable aux produits du pétrole, du bois et aux véhicules automobiles

D'un mois à l'autre, les prix des fabricants se sont accrus de 1,1 % après avoir monté de 0,6 % en janvier.

Les prix des produits du pétrole et du charbon ont augmenté de 4,0 % par rapport à janvier, entraînés par une progression des prix de l'essence et du mazout. Les prix du bois d'oeuvre et des autres produits du bois se sont accrus de 2,7 %, sous l'effet d'une demande vigoureuse et des incertitudes liées à l'approvisionnement en raison des grèves qui se sont poursuivies en Colombie-Britannique. Les prix des véhicules automobiles et d'autre matériel de transport ont augmenté de 0,7 %, surtout en raison de l'affaiblissement du dollar canadien. Les prix des

métaux de première transformation ont monté de 1,7 %, entraînés par les hausses observées dans le cas des produits du nickel, du cuivre, de l'aluminium et du zinc. Les prix de la pâte de bois et des produits du papier se sont accrus de 1,5 %, sous l'effet de l'augmentation de la demande et du resserrement des approvisionnements.

Les prix des produits chimiques, de la viande, du poisson et des produits laitiers, des produits électriques et de communication, ainsi que des fruits, des légumes et des aliments pour animaux ont aussi contribué à l'augmentation observée en février.

IPPI : Le pétrole et les métaux de première transformation demeurent les principaux facteurs de la variation sur 12 mois

Sur 12 mois, l'IPPI était en hausse de 2,3 % en février. Les prix des produits du pétrole et du charbon ont continué d'exercer une grande influence sur la variation sur 12 mois, ayant progressé de 18,1 % par rapport à février 2004. Si les prix des produits du pétrole et du charbon avaient été exclus, la progression de l'IPPI n'aurait été que de 1,0 % plutôt que de 2,3 %.

Les prix des produits métalliques de première transformation ont aussi eu un effet considérable sur la progression, ayant augmenté de 9,9 % par rapport à l'année précédente. L'acier de première transformation, le cuivre et les produits de l'aluminium ont été les principaux facteurs de cette augmentation.

Les prix des semi-produits métalliques ont progressé de 9,6 %, surtout en raison de l'augmentation des prix de l'acier. Les produits chimiques, la pâte de bois et les produits du papier, les produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique, ainsi que les meubles et les articles d'ameublement ont aussi contribué à la progression sur 12 mois de l'IPPI.

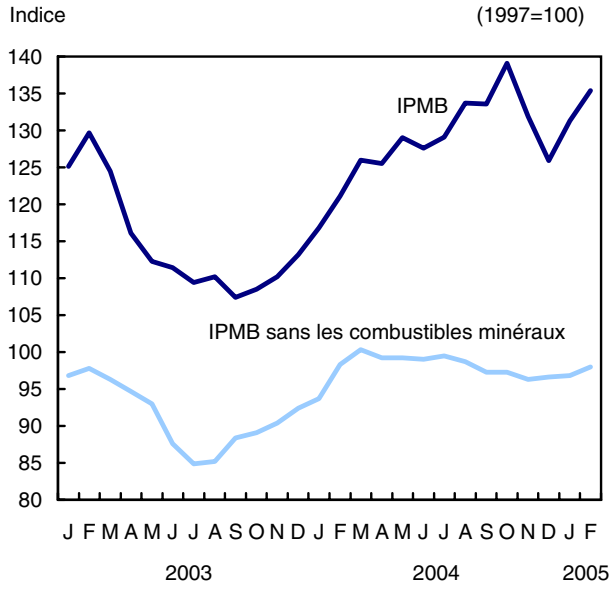
Ces hausses ont été partiellement effacées par la diminution des prix des véhicules automobiles et d'autre matériel de transport, qui ont reculé de 4,4 % par rapport à l'année précédente. D'une année à l'autre, on a aussi observé des baisses de prix des produits de bois de construction, des fruits, des légumes et des aliments pour animaux, de la viande, du poisson et des produits laitiers et des produits électriques et de communication.

IPMB : Les prix du pétrole brut font monter le coût des matières brutes

D'un mois à l'autre, les prix des matières brutes ont augmenté de 3,1 % en février. Les prix des combustibles minéraux ont monté comparativement à janvier, ceux du pétrole brut ayant augmenté de 6,3 %, conséquence d'une croissance de la demande et de températures plus froides.

Les prix des métaux non ferreux ont crû de 4,2 % par rapport à janvier, surtout en raison de l'accroissement des prix du zinc, du cuivre, du plomb, du nickel et de l'argent. Les prix des substances végétales ont aussi progressé de 2,3 %, entraînés par des hausses des prix du soya, du canola, du café et du caoutchouc.

Les prix des matières brutes augmentent encore



Les prix des matières ferreuses ont fléchi de 1,4 % par rapport à leur niveau du mois précédent, en raison d'une baisse de 2,7 % des prix des déchets de fer et d'acier. Les prix des produits du bois ont régressé de 0,1 % en raison d'une baisse de prix des billes et des billots. Les prix des animaux et des substances animales se sont repliés de 0,1 %, l'augmentation des prix des bovins d'abattage (+3,9 %) ayant été effacée par la diminution des prix des porcs d'abattage (-3,0 %), du poisson (-3,8 %) ainsi que de la volaille (-0,7 %).

Sur 12 mois, le prix des matières brutes a progressé de 11,8 % en février. Les prix des combustibles minéraux ont grimpé de 26,8 %, entraînés par une augmentation de 35,2 % des prix du pétrole brut. Sans les combustibles minéraux, l'IPMB aurait diminué de 0,3 % plutôt que d'augmenter de 11,8 %.

Les prix des métaux non ferreux ont affiché une hausse de 7,5 %, surtout en raison de l'augmentation des prix des concentrés radioactifs, du zinc et du cuivre. Les prix des animaux et des substances animales étaient en hausse de 4,2 % par rapport à février de l'an dernier, conséquence d'augmentations de prix des bovins d'abattage, du lait entier non transformé, des porcs d'abattage et de la volaille. On a aussi observé des hausses des prix des produits minéraux

non métalliques, qui ont monté de 6,6 % par rapport à l'année précédente.

Ces hausses ont été partiellement effacées par la diminution des prix des substances végétales, des produits du bois ainsi que des matières ferreuses.

Impact du taux de change

De janvier à février, la valeur du dollar canadien a chuté par rapport à la devise américaine, ayant reculé de 1,2 %. Par conséquent, si l'effet du taux de change avait été exclu, l'IPPI aurait progressé de 0,8 %, comparativement à la hausse réelle de 1,1 %.

Sur 12 mois, le dollar canadien s'est apprécié de 7,2 % par rapport à la devise américaine. Si l'effet du taux de change avait été exclu, les prix à la production auraient augmenté de 4,2 % de février 2004 à février 2005, comparativement à leur augmentation réelle de 2,3 %.

Les prix des produits semi-finis continuent d'augmenter

Les prix des produits semi-finis ont augmenté de 1,2 % par rapport à janvier. Les hausses de prix des produits du pétrole, des produits de bois de construction, des produits métalliques de première transformation, de la pâte de bois et des produits du papier, des produits chimiques, des véhicules automobiles et de la viande, du poisson et des produits laitiers ont été les principaux facteurs à l'origine de cette augmentation.

Les producteurs de produits semi-finis ont touché 4,4 % de plus pour leurs produits en février 2005 qu'en février 2004, soit moins que l'augmentation de 5,9 % observée en janvier. Les hausses de prix des produits du pétrole, des produits métalliques de première transformation, des produits chimiques, des semi-produits métalliques, de la pâte de bois et des produits du papier, et des produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique ont été les principaux facteurs à l'origine de l'augmentation annuelle.

Ces hausses ont été partiellement effacées par les baisses de prix des fruits, des légumes et des aliments pour animaux, des produits de bois de construction, des véhicules automobiles, de la viande, du poisson et des produits laitiers et des produits du tabac.

Les prix des produits finis augmentent de nouveau

D'un mois à l'autre, les prix des produits finis ont monté de 0,7 % par rapport à janvier. Les hausses de prix des véhicules automobiles, des produits du pétrole, de la viande, du poisson et des produits laitiers, des produits électriques et de communication, des fruits, des légumes et des aliments pour animaux et des machines et du matériel étaient à l'origine de cette progression mensuelle.

Comparativement à février 2004, les prix des produits finis étaient en baisse de 0,8 %. Les diminutions de prix des véhicules automobiles, des produits électriques et de communication et des produits de bois de construction ont été les principaux facteurs ayant contribué au recul annuel.

Les hausses de prix des produits du pétrole, des meubles et des articles d'ameublement, des fruits, des légumes et des aliments pour animaux, des produits chimiques, des produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique, des machines et du matériel, et des produits du tabac ont épongé une partie de la diminution annuelle.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 329-0038 à 329-0049 et 330-0006.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2306 et 2318.

Le numéro de février 2005 de la publication *Indices des prix de l'industrie* (62-011-XIF, 19 $ / 175 $; 62-011-XPF, 24 $ / 233 $) paraîtra sous peu.

Les données de mars 2005 sur les Indices des prix des produits industriels et des matières brutes seront diffusées le 28 avril.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-9606 (*infounit@statcan.ca*) ou avec Danielle Gouin au (613) 951-3375 (*danielle.gouin@statcan.ca*), Division des prix. Télécopieur : (613) 951-1539.

□

Indices des prix des produits industriels
(1997=100)

	Importance relative	Février 2004	Janvier 2005[r]	Février 2005[p]	Février 2004 à février 2005	Janvier à février 2005
					var. en %	
Indices des prix des produits industriels (IPPI)	**100,00**	**107,6**	**108,9**	**110,1**	**2,3**	**1,1**
IPPI sans les produits de pétrole et du charbon	**94,32**	**105,5**	**105,8**	**106,6**	**1,0**	**0,8**
Agrégations par produits						
Viande, poisson et produits laitiers	5,78	109,1	107,1	108,1	-0,9	0,9
Fruits, légumes, aliments pour animaux et autres produits alimentaires	5,99	105,4	101,5	101,8	-3,4	0,3
Boissons	1,57	119,9	120,3	120,3	0,3	0,0
Tabac et produits du tabac	0,63	167,0	170,1	170,1	1,9	0,0
Produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique	3,30	105,6	111,4	111,6	5,7	0,2
Produits textiles	1,58	98,7	98,9	99,1	0,4	0,2
Produits en tricot et vêtements	1,51	104,3	104,2	104,2	-0,1	0,0
Bois d'oeuvre et autres produits de bois	6,30	101,6	95,0	97,6	-3,9	2,7
Meubles et articles d'ameublement	1,59	110,4	114,1	114,1	3,4	0,0
Pâte de bois et produits de papier	7,23	100,9	103,3	104,8	3,9	1,5
Impression et édition	1,70	112,9	114,9	115,1	1,9	0,2
Produits métalliques de première transformation	7,80	108,6	117,4	119,4	9,9	1,7
Semi-produits métalliques	4,11	110,2	120,8	120,8	9,6	0,0
Machines et matériel	5,48	105,4	106,2	106,4	0,9	0,2
Véhicules automobiles et autre matériel de transport	22,16	102,4	97,2	97,9	-4,4	0,7
Produits électriques et de communication	5,77	94,8	93,4	94,0	-0,8	0,6
Produits minéraux non métalliques	1,98	110,6	113,5	113,5	2,6	0,0
Produits du pétrole et du charbon[1]	5,68	146,7	166,6	173,3	18,1	4,0
Produits chimiques	7,07	110,3	116,5	117,4	6,4	0,8
Divers produits manufacturés	2,40	108,3	109,6	110,3	1,8	0,6
Divers produits non manufacturés	0,38	114,6	134,5	135,2	18,0	0,5
Produits semi-finis[2]	**60,14**	**106,9**	**110,3**	**111,6**	**4,4**	**1,2**
Produits semi-finis de première étape[3]	7,71	114,3	119,2	122,6	7,3	2,9
Produits semi-finis de deuxième étape[4]	52,43	105,8	108,9	110,0	4,0	1,0
Produits finis[5]	**39,86**	**108,6**	**107,0**	**107,7**	**-0,8**	**0,7**
Aliments de consommation et aliments pour animaux	8,50	111,3	111,3	111,8	0,4	0,4
Matériel capitalisé	11,73	104,9	102,1	102,7	-2,1	0,6
Tous les autres produits finis	19,63	109,7	108,0	109,0	-0,6	0,9

[r] *Données révisées.*
[p] *Données provisoires.*
1. *L'indice du mois courant est estimé.*
2. *Les produits semi-finis sont des produits qui servent principalement à la production d'autres biens.*
3. *Les produits semi-finis de première étape servent le plus souvent à produire d'autres produits semi-finis.*
4. *Les produits semi-finis de deuxième étape sont utilisés le plus souvent pour produire des produits finals.*
5. *Les produits finis sont le plus souvent utilisés pour la consommation immédiate ou les investissements.*

Indices des prix des matières brutes
(1997=100)

	Importance relative	Février 2004	Janvier 2005[r]	Février 2005[p]	Février 2004 à février 2005	Janvier à février 2005
					var. en %	
Indice des prix des matières brutes (IPMB)	**100,00**	**121,1**	**131,3**	**135,4**	**11,8**	**3,1**
Combustibles minéraux	35,16	170,6	205,8	216,3	26,8	5,1
Substances végétales	10,28	93,3	78,8	80,6	-13,6	2,3
Animaux et substances animales	20,30	100,3	104,6	104,5	4,2	-0,1
Bois	15,60	81,9	78,1	78,0	-4,8	-0,1
Matières ferreuses	3,36	128,7	119,0	117,3	-8,9	-1,4
Métaux non ferreux	12,93	105,4	108,7	113,3	7,5	4,2
Minéraux non métalliques	2,38	119,0	126,7	126,8	6,6	0,1
IPMB sans les combustibles minéraux	**64,84**	**98,3**	**96,8**	**98,0**	**-0,3**	**1,2**

[r] *Données révisées.*
[p] *Données provisoires.*

■

Commerce de détail annuel

2003

En 2003, les recettes d'exploitation des magasins de détail ont progressé à leur plus faible rythme en sept ans, résultat d'une série de chocs négatifs sur l'économie.

Un ralentissement de la croissance du revenu personnel disponible et les problèmes tels que la poussée épidémique du SRAS et la panne de courant en Ontario ont réduit les recettes, les marges et les bénéfices d'exploitation.

Les magasins de détail ont affiché des recettes d'exploitation de 356,3 milliards de dollars en 2003, en hausse de seulement 3,7 % par rapport à l'année précédente. Il s'agissait du taux de croissance annuel le plus faible depuis 1996, lorsque les ventes au détail ne s'étaient accrues que de 3,3 %. Le revenu personnel disponible a progressé à un rythme semblable (+3,0 %).

Parallèlement, les marges brutes exprimées en pourcentage des recettes d'exploitation totales sont demeurées stables, s'étant établies à 26 %, tandis que les bénéfices d'exploitation reculaient de 4,0 %.

On peut catégoriser les magasins de détail en deux grands groupes, soit les magasins à succursales (y compris les grands magasins) et les magasins indépendants. Un magasin à succursales est un organisme exploitant quatre points de vente au détail ou plus qui font partie de la même classe industrielle et qui appartiennent juridiquement à un même propriétaire, à n'importe quel moment de l'année d'enquête.

Les magasins de détail ont représenté 42 %, ou 150,1 milliards de dollars, des recettes d'exploitation totales du commerce de détail en 2003. Un peu plus des deux tiers (67,6 %) des succursales étaient situées dans des grands centres urbains. Ces magasins représentaient 73,3 % des recettes d'exploitation totales des magasins à succursales.

Les magasins à succursales de 22 des 27 régions urbaines de recensement ont enregistré une augmentation de leurs recettes d'exploitation en 2003. Les magasins à succursales d'Oshawa venaient en tête avec une progression de 9,5 %, suivis de ceux de Toronto et de Sherbrooke, avec des hausses de 8,6 %.

Les magasins à succursales de Toronto représentaient 22 % du total des recettes d'exploitation, soit la plus importante proportion, suivis des magasins de Montréal (à presque 13 %) et de ceux de Vancouver (12 %).

Ralentissement du rythme de croissance des recettes de la plupart des groupes de commerce

Les recettes d'exploitation de la majorité des groupes de commerce au détail ont affiché des progressions en 2003, mais elles étaient inférieures à celles observées en 2002.

Note aux lecteurs

Le présent communiqué combine les données de deux enquêtes : l'Enquête annuelle sur le commerce de détail en magasin, qui couvre les points de vente au détail indépendants, et l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales, qui couvre les détaillants à succursales.

Les magasins de détail peuvent être classés en deux grands groupes : les magasins à succursales (y compris les grands magasins) et les détaillants indépendants. Un ***magasin à succursales*** *est un organisme exploitant quatre points de vente au détail ou plus qui font partie de la même classe industrielle et qui appartiennent également à un même propriétaire, à n'importe quel moment de l'année de l'enquête, tandis qu'un* ***détaillant indépendant*** *exploite moins de quatre emplacements. Cette catégorisation diffère du concept d'exploitation franchisée ou sous marque, où l'entreprise (parfois un magasin à succursales mais plus souvent un détaillant indépendant) est autorisée à vendre un produit ou un service particulier sous une appellation commerciale annoncée.*

Les données du présent communiqué sont fondées sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN).

On obtient la ***marge brute*** *en soustrayant le coût des ventes du total des revenus d'exploitation. Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage du total des revenus d'exploitation. Cette mesure s'appelle également la rentabilité d'exploitation.*

On obtient le ***bénéfice d'exploitation*** *en soustrayant du total des revenus d'exploitation le total des dépenses d'exploitation, majorées pour tenir compte du coût des ventes (les stocks d'ouverture, plus les achats et les coûts directs moins les stocks de fermeture). Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage du total des revenus d'exploitation.*

On obtient le ***ratio des dépenses aux recettes d'exploitation*** *en divisant le total des dépenses d'exploitation par le total des revenus d'exploitation. Ce rapport s'exprime sous forme de pourcentage.*

On obtient ***le ratio des stocks aux recettes d'exploitation*** *en divisant les stocks à la fin de l'exercice par le total des recettes moyennes mensuelles d'exploitation. On obtient les recettes moyennes mensuelles en divisant les recettes annuelles par douze.*

Les groupes de commerce de détail liés aux mises en chantier et à la rénovation résidentielle ont enregistré de bonnes augmentations. Les recettes d'exploitation se sont accrues de 14,3 % dans les centres de rénovation et les quincailleries, et de 8,5 % dans les magasins d'accessoires de maison. Les augmentations ont été légèrement inférieures dans le cas des magasins de matériaux de construction spécialisés et d'articles de jardinage, ainsi que des magasins de meubles.

Les seuls groupes de magasins de détail à avoir affiché des reculs de leurs recettes d'exploitation étaient les concessionnaires de véhicules automobiles neufs (-2,1 %) ainsi que les magasins de chaussures et d'accessoires vestimentaires et les bijouteries (-1,9 %).

À l'échelon provincial, les taux de croissance des recettes des Territoires du Nord-Ouest, de la Saskatchewan et de l'Alberta étaient largement supérieurs à la moyenne nationale. Les recettes des

magasins de détail de l'Ontario, qui a été touchée par le SRAS et une grave panne de courant, ont augmenté de 3,6 %.

La proportion représentée par les marges brutes demeure essentiellement inchangée pour la troisième année consécutive

Les marges brutes des magasins de détail ont représenté 26,1 % des recettes totales d'exploitation en 2003, pourcentage légèrement en baisse par rapport à celui de 26,2 % relevé en 2002. Il s'agissait de la troisième année d'affilée pendant laquelle les marges sont demeurées stables.

Les marges sur les ventes au détail varient considérablement selon le groupe de commerce. En 2003, elles étaient comprises entre 46,6 % pour les magasins de bière, de vin et de spiritueux, et 12,3 % chez les concessionnaires d'automobiles neuves.

C'est le secteur des magasins d'accessoires de maison qui a relevé la plus importante hausse de ses marges sur les ventes au détail, qui sont passées de 38,3 % en 2002 à 39,7 % en 2003.

Les autres secteurs ayant affiché des hausses, quoique faibles, sont les centres de rénovation et les quincailleries ainsi que les supermarchés. Les secteurs ayant affiché des replis notables comprennent les dépanneurs et les magasins d'alimentation spécialisés, les magasins de bière, de vin et de spiritueux et les magasins de détail divers. En ce qui concerne les magasins de bière, de vin et de spiritueux, les marges ont chuté en raison d'une évolution des goûts des consommateurs qui sont passés de produits plus rentables, tels que les spiritueux, à des produits moins rentables, soit la bière, les panachés et le vin.

Bénéfices d'exploitation : les concessionnaires d'automobiles neuves sont les plus touchés

Les bénéfices d'exploitation de tous les grands groupes de magasins de détail sont passés de 21,1 milliards de dollars en 2002 à 20,2 milliards de dollars en 2003, en baisse de 4,0 %.

Les concessionnaires d'automobiles neuves ont été les plus touchés, leurs bénéfices d'exploitation ayant chuté de 43,2 % pour s'établir à 1,1 milliard de dollars, ayant ainsi effacé les gains enregistrés en 2002. Les recettes d'exploitation totales des concessionnaires d'automobiles neuves, qui étaient de 77,2 milliards de dollars en 2002, sont tombées à 75,6 milliards de dollars en 2003.

Les autres secteurs ayant accusé une forte baisse de leurs bénéfices d'exploitation ont été les dépanneurs et les magasins d'alimentation spécialisés, dont les bénéfices d'exploitation ont reculé de 31,5 %. Les bénéfices ont chuté de 20,1 % dans les magasins de chaussures et d'accessoires vestimentaires et les bijouteries, et de 19,6 % dans les magasins d'ordinateurs et de logiciels.

Sur une note plus positive, six des 18 grands groupes ont constaté un accroissement de leurs bénéfices d'exploitation. Ce sont les magasins de détail divers qui ont affiché la plus grande augmentation des bénéfices d'exploitation (+42,4 %).

Ils étaient suivis des groupes liés au secteur de l'habitation, tels que les magasins de matériaux de construction spécialisés et d'articles de jardinage (+42,0 %), les magasins d'accessoires de maison (+30,3 %) et les centres de rénovation et les quincailleries (+16,8 %).

Parmi les autres secteurs dont les bénéfices d'exploitation ont augmenté, il faut citer les stations-service (+16,7 %) ainsi que les magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies (+8,2 %).

Les détaillants maîtrisent leurs stocks

Les magasins de détail ont généralement maîtrisé leurs stocks en 2003, ceux-ci ayant progressé à un taux légèrement plus élevé (+5,3 %) que les bénéfices d'exploitation (+3,7 %).

Dans l'ensemble, le ratio annuel moyen des stocks aux bénéfices d'exploitation est demeuré pratiquement inchangé, étant passé de 1,67 en 2002 à 1,69 en 2003. Le ratio variait de 3,90 pour les magasins de chaussures et d'accessoires vestimentaires ainsi que les bijouteries à 0,31 pour les stations-service en 2003.

Légère augmentation des dépenses d'exploitation

Dans l'ensemble, les dépenses d'exploitation des magasins de détail ont grimpé de 5,2 %, étant passées de 69,1 milliards de dollars en 2002 à 72,7 milliards de dollars en 2003.

Les dépenses d'exploitation de tous les grands groupes ont progressé légèrement. Les seules exceptions étaient les magasins de détail divers, dont les dépenses ont diminué de 4,0 %, et les magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies, dont les dépenses sont demeurées inchangées.

Le ratio des dépenses d'exploitation aux recettes d'exploitation s'est accru légèrement en 2003, étant passé de 20,1 % en 2002 à 20,4 %. En tout, 12 des 18 grands groupes ont affiché des valeurs supérieures au ratio national, avec en tête les détaillants de chaussures et d'accessoires vestimentaires et les bijouteries (39,9 %) ainsi que les magasins de vêtements (39,8 %).

Parmi les détaillants, ce sont les concessionnaires d'automobiles neuves et les stations-service qui ont enregistré le plus faible ratio des dépenses aux recettes d'exploitation, soit de 10,7 % et de 12,2 %, respectivement.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2446 et 2447.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*detaillantsinfo@statcan.ca*). Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Augustine Akuoko-Asibey au (613) 951-7330 (*augustine.akuoko-asibey@statcan.ca*), Division de la statistique du commerce.

Commerce de détail selon la province et le territoire
2003

	Nombre de magasins	Recettes d'exploitation	Marge brute	Recettes d'exploitation, 2002 à 2003	Recettes d'exploitation
		en millions de dollars		var. en %	répartition en %
Canada	**199 952**	**356 256**	**92 865**	**3,7**	**100,0**
Terre-Neuve-et-Labrador	3 761	5 622	1 345	4,3	1,6
Île-du-Prince-Édouard	1 020	1 408	360	0,5	0,4
Nouvelle-Écosse	5 993	10 311	2 697	2,9	2,9
Nouveau-Brunswick	4 945	8 120	1 940	0,6	2,3
Québec	48 955	80 364	19 939	4,2	22,6
Ontario	74 706	135 118	36 997	3,6	37,9
Manitoba	6 352	12 397	3 045	3,8	3,5
Saskatchewan	6 351	10 708	2 669	4,6	3,0
Alberta	20 311	44 007	10 761	4,4	12,4
Colombie-Britannique	27 020	46 967	12 748	2,7	13,2
Yukon	221	427	125	2,8	0,1
Territoires du Nord	240	566	150	5,8	0,2
Nunavut	77	242	88	4,3	0,1

Commerce de détail selon le groupe de commerce
2003

	Recettes d'exploitation	Dépenses d'exploitation	Marge brute	Bénéfices d'exploitation	Recettes d'exploitation, 2002 à 2003
	en millions de dollars				var. en %
Total	**356 256**	**72 654**	**92 865**	**20 210**	**3,7**
Concessionnaires d'automobiles neuves	75 610	8 117	9 266	1 149	-2,1
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	15 698	2 962	3 457	495	0,9
Stations-service	31 969	3 913	7 616	3 703	8,8
Magasins de meubles	8 373	2 776	3 243	467	6,0
Magasins d'accessoires de maison	4 740	1 599	1 883	284	8,5
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	2 439	564	602	37	0,1
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	9 080	2 501	2 786	285	11,3
Centres de rénovation et quincailleries	15 571	2 890	4 435	1 545	14,3
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	5 124	1 311	1 514	203	6,7
Supermarchés	56 776	11 518	13 911	2 393	4,4
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	12 818	2 812	3 201	389	5,4
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	13 106	1 931	6 108	4 177	6,0
Pharmacies et magasins de produits de soins personnels	23 128	6 071	7 065	994	5,3
Magasins de vêtements	15 528	6 176	6 922	746	3,4
Magasins de chaussures, bagages et bijouteries	5 030	2 007	2 329	322	-1,9
Magasins de marchandises diverses	40 688	8 533	10 443	1 910	4,0
Magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et librairies	9 401	3 053	3 475	422	1,0
Magasins de détail divers	11 176	3 920	4 609	689	3,8

■

Autres communiqués

Détaillants hors magasin
2003

Dans l'ensemble, les détaillants hors magasin ont affiché une augmentation vigoureuse de leurs revenus en 2003, mais leur part du marché canadien de détail est demeurée pratiquement inchangée.

Les détaillants hors magasins commercialisent leurs produits et services autrement que par des points de vente fixe. Ils rejoignent plutôt leurs clients par l'entremise de diverses méthodes, dont l'infopublicité à la radio ou à la télévision, la publicité directe, la publication de catalogues imprimés et électroniques, le porte-à-porte, les démonstrations à domicile, les expositions temporaires de marchandises (stands et kiosques) et les distributeurs automatiques. Ce sous-secteur comprend aussi des établissements de livraison à domicile tels que ceux qui livrent le mazout et les journaux.

En 2003, les détaillants hors magasins ont fourni 12,1 milliards de dollars en biens et services, soit une hausse considérable de 7,8 % par rapport à 2002. Malgré cette progression, ce type de vente au détail n'a réalisé qu'une modeste percée sur le marché canadien du commerce de détail, ayant représenté 3,3 % de la part de marché en 2003.

Les marchands de combustibles, qui représentaient 43,5 % des recettes totales d'exploitation hors magasin, ont rapporté une hausse de 12,4 %. Ce gain est le résultat de fortes augmentations du prix du mazout en 2003, comparativement à 2002, lorsque les prix étaient à la baisse. Les entreprises de télémagasinage et de vente par correspondance, soit le deuxième groupe le plus important (36,3 %), ont déclaré une hausse de 7,0 % des recettes d'exploitation. Pour une deuxième année consécutive, ces gains étaient attribuables à une forte poussée des ventes des pharmacies canadiennes sur Internet à des clients américains. Les établissements de vente directe, le troisième groupe par ordre d'importance (14,3 %), ont affiché une baisse de 0,4 % des recettes, tandis que les exploitants de distributeurs automatiques, le plus petit groupe de l'industrie (6,0 %), ont enregistré une modeste hausse de 1,3 %.

Combinées, les marges bénéficiaires brutes des détaillants hors magasins ont accusé une baisse, étant passées de 38,3 % en 2002 à 35,0 % en 2003. Cette diminution est attribuable à une concurrence croissante et à l'incapacité de la part des détaillants hors magasins à transférer aux consommateurs les coûts accrus des achats de biens pour la revente. Cela a été le cas notamment, de la part des marchands de combustibles et des entreprises de télémagasinage et de vente par correspondance. Les exploitants de distributeurs automatiques et de service de café ont enregistré la plus importante marge bénéficiaire brute en 2003 (51,3 %), suivis des établissements de vente directe (49,7 %) et des entreprises de télémagasinage et de vente par correspondance (38,1 %). Les marchands de combustibles ont déclaré la plus faible marge bénéficiaire brute (25,3 %), en baisse par rapport à 2002 (28,1 %).

Dans l'ensemble, les bénéfices d'exploitation des détaillants hors magasin ont aussi reculé, s'étant établis à 7,0 % en 2003, alors qu'ils étaient de 8,3 % en 2002. En dépit de leur marge brute élevée, les exploitants de distributeurs automatiques et de service de café ont accusé le plus faible taux de rendement, leurs bénéfices d'exploitation n'ayant représenté que 1,4 % des revenus d'exploitation en 2003. Les marchands de combustible ont déclaré les plus importants bénéfices d'exploitation, (9,7 %), suivis des établissements de vente directe (6,4 %). Quant aux établissements de télémagasinage et de vente par correspondance, ils ont enregistré des bénéfices d'exploitation de 4,9 %.

Cinq des dix grands groupes de marchandises du commerce de détail hors magasin ont affiché des hausses de leurs ventes. La plus forte augmentation a été observée dans la catégorie des articles de santé et de soins personnels (+33,2 %), un gain attribuable à l'accroissement des ventes de médicaments par ordonnance par les pharmacies canadiennes sur Internet. Le carburant domestique et le carburant, l'huile et les additifs pour véhicules automobiles ont aussi enregistré une importante hausse (+14,3 %), due à l'augmentation du prix du mazout en 2003. La baisse la plus importante a été enregistrée dans la catégorie des vêtements, des chaussures et des accessoires (-13,0 %).

Nota : L'information dont fait état le présent communiqué est fondée sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Le rapport couvre les établissements dont l'activité principale est la vente au détail hors magasins et porte sur toutes les ventes et les autres recettes d'exploitation de ces établissements.

On obtient la marge brute en soustrayant le coût des ventes (le stock d'ouverture plus les achats et les coûts directs moins le stock de clôture) du total des revenus d'exploitation. Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage du total des revenus d'exploitation. Cette mesure s'appelle également la rentabilité d'exploitation.

On obtient le bénéfice d'exploitation en soustrayant du total des revenus d'exploitation le total des dépenses

d'exploitation. Le ratio s'exprime sous forme de pourcentage du total des revenus d'exploitation.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2448.

Pour obtenir des données ou des renseignements généraux, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-3549 ou composez sans frais le 1 877 421-3067 (*detaillantsinfo@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité de données, communiquez avec Serge Gervais au (613) 951-9218 (*serge.gervais@statcan.ca*), Division de la statistique du commerce.

Ventes de marchandises du commerce de détail hors magasin
2003

Marchandises	Ventes de biens et services	Ventes de biens et services, 2002 à 2003	Ventes de biens et services
	en milliers de dollars	var. en %	répartition en %
Total	**11 979 320**	**7,8**	**100,0**
Aliments et boissons (excl. repas et repas légers)	1 009 939	-0,5	8,4
Articles de santé et de soins personnels	1 425 532	33,2	11,9
Vêtements, chaussures et accessoires	683 273	-13,0	5,7
Articles et fournitures (non-électriques) pour la maison	247 462	8,0	2,1
Articles d'ameublement et appareils électroniques	1 342 581	2,2	11,2
Quincaillerie, matériel de rénovation et produits pour pelouse et jardin	345 611	-8,0	2,9
Articles de sport et loisirs	1 061 850	-2,2	8,9
Carburant domestique et carburant, huile et additifs pour véhicules automobiles	4 928 861	14,3	41,1
Services (incl. repas et repas légers, réparations et location)	315 949	9,5	2,6
Autres biens	618 263	-2,5	5,2

Commerce de détail hors magasin par industrie
2003

	Revenus d'exploitation	Marge brute	Bénéfice d'exploitation	Revenus d'exploitation, 2002 à 2003	Revenus d'exploitation
	en milliers de dollars			var. en %	répartition en %
Total	**12 087 666**	**4 227 208**	**847 506**	**7,8**	**100,0**
Entreprises de télémagasinage et de vente par correspondance	4 382 214	1 668 328	216 304	7,0	36,3
Exploitants de distributeurs automatiques et de service de café	721 029	369 879	10 115	1,3	6,0
Marchands de combustible	5 261 341	1 333 038	511 746	12,4	43,5
Établissements de vente directe	1 723 082	855 963	109 341	-0,4	14,3

■

Restaurants, traiteurs et tavernes
Janvier 2005 (données provisoires)

Les ventes totales de l'industrie des restaurants, des traiteurs et des tavernes ont atteint près de 2,7 milliards de dollars en janvier, en hausse de 3,6 % par rapport au même mois de l'année précédente (données non désaisonnalisées et non ajustées pour tenir compte de l'inflation).

Toutes les provinces, sauf le Nouveau-Brunswick (-3,1%) et la Nouvelle-Écosse (-2,5%), ont bénéficié d'une augmentation des ventes totales d'une année à l'autre. L'Ontario a affiché l'augmentation la plus

importante pour janvier, soit 4,8%, suivie de l'Alberta (+3,9%) et de l'Île-du-Prince-Édouard (+3,6%).

Nota : L'Enquête mensuelle des restaurants, traiteurs et tavernes a subi des changements importants. L'enquête a été restratifiée à partir du mois de référence d'avril 2004 et un nouvel échantillon a été sélectionné. De plus, à partir du mois de référence de mai 2004, une stratégie d'utilisation accrue des données de la TPS a été introduite dans l'enquête pour réduire le fardeau de réponse des répondants et les coûts de collecte. La révision rétroactive des estimations, à l'échelle du Canada, des provinces et des territoires, a donc remonté jusqu'en janvier 1998, pour toutes ces raisons.

Les estimations détaillées par genre de services et par nombre d'emplacements seront publiées sous peu.

Données stockées dans CANSIM : tableau 355-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2419.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, ou pour obtenir le rapport sur la nouvelle méthodologie de l'enquête, communiquez avec Alain Mbassegue au (613) 951-2011 (*alain.mbassegue@statcan.ca*), Division des industries de service. Télécopieur : (613) 951-6696. ■

Pétrole brut et gaz naturel

Janvier 2005 (données provisoires)

En janvier, la production de pétrole brut a atteint 12,2 millions mètres cubes, en baisse de 3,1 % par rapport à janvier 2004. Cette baisse était principalement attribuable à la diminution de production aux mines de sables bitumineux en Alberta. Les exportations de pétrole brut, qui représentent 63,0 % de la production totale, ont fléchi de 3,6 % par rapport à janvier 2004.

La production de gaz naturel marchand a crû de 1,2 % comparativement à janvier 2004. Les exportations de gaz naturel ont augmenté de 5,4 %, tandis que les ventes intérieures ont baissé de 3,6 % par rapport à janvier 2004.

Pétrole brut et gaz naturel

	Janvier 2004	Janvier 2005	Janvier 2004 à janvier 2005
	en milliers de mètres cubes		var. en %
Pétrole brut et hydrocarbures[1]			
Production	12 615,8	12 220,2	-3,1
Exportations	7 987,0	7 699,4	-3,6
Importations[2]	4 627,7	4 636,0	0,2
Aux raffineries	9 397,7	9 212,8	-2,0
	en millions de mètres cubes		var. en %
Gaz naturel[3]			
Production de gaz marchand	15 265,3	15 441,1	1,2
Exportations	9 377,5	9 881,6	5,4
Ventes intérieures[4]	9 802,7	9 452,6	-3,6

1. *La différence entre l'utilisation et l'approvisionnement provient, entre autres raisons, des variations des stocks et de la consommation de l'industrie pétrolière.*
2. *Il s'agit du pétrole brut en provenance des pays étrangers reçu par les raffineries canadiennes. Les chiffres diffèrent de ceux de la Division du commerce international, en raison du manque de synchronisme de l'arrivée des documents et de l'inclusion des importations entrant au Canada pour être exportées à nouveau.*
3. *La différence entre l'utilisation et l'approvisionnement provient, entre autres causes, des variations des stocks, du carburant utilisé par les gazoducs, des pertes dans les gazoducs et des fluctuations de pression dans les réseaux.*
4. *Incluent les ventes directes.*

Données stockées dans CANSIM : tableaux 126-0001 et 131-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2198.

Pour plus de renseignements ou pour en savoir d'avantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent de diffusion au (613) 951-9497 ou composez sans frais le 1 866 873-8789 (*energ@statcan.ca*), Division de la fabrication, de la construction et de l'énergie. ■

Indices des prix des ordinateurs et des périphériques

Janvier 2005

Les prix des ordinateurs commerciaux, tels que mesurés par les Indices des prix des ordinateurs et périphériques (IPOP, 2001=100), ont diminué de 0,7 % comparativement à décembre. Les prix des ordinateurs des consommateurs, représentant les marques et les modèles d'ordinateurs habituellement achetés par les consommateurs et les petites entreprises, ont diminué de 2,9 %.

Dans le cas des périphériques d'ordinateurs, les prix des moniteurs pour le mois de janvier ont baissé de 1,7 % sur une base mensuelle, alors que les prix des imprimantes ont chuté de 0,7 % comparativement à décembre.

Ces indices sont offerts à l'échelle du Canada seulement.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 331-0001 et 331-0002.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 5032.

Pour plus de renseignements sur ces indices, communiquez avec les Services à la clientèle au (613) 951-9606 ou composez sans frais le 1 866-230-2248 (*infounit@statcan.ca*). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes ou la qualité des données, communiquez avec Fred Barzyk au (613) 951-2493 (*fred.barzyk@statcan.ca*), Division des prix. ■

Nouveaux produits

Il n'y a pas de nouveau produit aujourd'hui.

Pour commander les produits

Pour commander par téléphone, ayez en main :

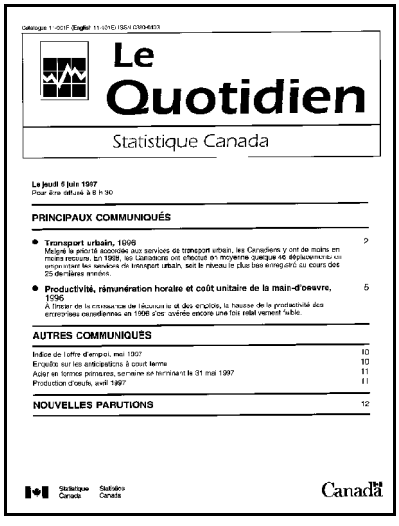
- Le titre • Le numéro au catalogue • Le numéro de volume • Le numéro de l'édition • Votre numéro de carte de crédit.

Au Canada et aux États-Unis, composez le :	**1 800 267-6677**
Pour les autres pays, composez le :	**1 613 951-7277**
Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le :	**1 877 287-4369**
Pour un changement d'adresse ou pour connaître l'état de votre compte, composez le :	**1 800 700-1033**

Pour commander par la poste, écrivez à : Gestion de la circulation, Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 7 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet, écrivez à : *infostats@statcan.ca* ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada *(www.statcan.ca)*. À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.



Le Quotidien

Statistique Canada

Le jeudi 5 juin 1997
Pour être diffusé à 8 h 30

PRINCIPAUX COMMUNIQUÉS

- **Transport urbain, 1996** 2
  Malgré la priorité accordée aux services de transport urbain, les Canadiens y ont de moins en moins recours. En 1996, les Canadiens ont effectué en moyenne quelque 16 déplacements sur empruntant les services de transport urbain, soit le niveau le plus bas enregistré au cours des 25 dernières années.
- **Productivité, rémunération horaire et coût unitaire de la main-d'oeuvre, 1996** 5
  À l'heure de la mondialisation de l'économie et des échanges, la hausse de la productivité des entreprises canadiennes en 1996 s'est avérée encore une fois relativement faible.

AUTRES COMMUNIQUÉS

Indice de l'offre d'emploi, mai 1997	10
Enquête sur les anticipations à court terme	10
Acier en formes primaires, semaine se terminant le 31 mai 1997	11
Production d'oeufs, avril 1997	11

NOUVELLES PARUTIONS 12

Statistique Canada Statistics Canada

Canada

Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10e étage, section G, Ottawa, K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse *http://www.statcan.ca*. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à *listproc@statcan.ca.* Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2004. Il est permis de citer la présente publication dans les journaux et les magazines ainsi qu'à la radio et à la télévision à condition d'en indiquer la source : Statistique Canada. Toute autre forme de reproduction est permise sous réserve de mention de la source, comme suit, dans chaque exemplaire : Statistique Canada, *Le Quotidien*, numéro 11-001-XIF au catalogue, date et numéros de page.