

68N0003XPB

no. 70

c. 2

Project to Improve Provincial  
Economic Statistics

Projet d'amélioration des statistiques  
économiques provinciales

## A Study of the Retail Industry Using Income Tax Data

## Étude du secteur du commerce de détail à l'aide des données de l'impôt sur le revenu

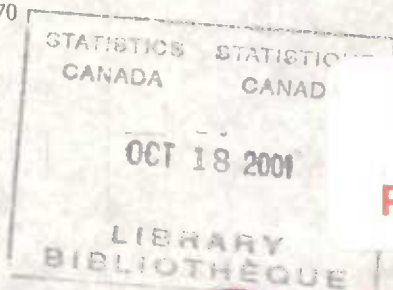
Available also on the StatCan INTRANET site /  
Disponible aussi sur le site INTRANET de StatCan

Technical Series

Série technique

Number 70

Numéro 70



**For Internal Use Only**  
**Pour usage à l'interne seulement**



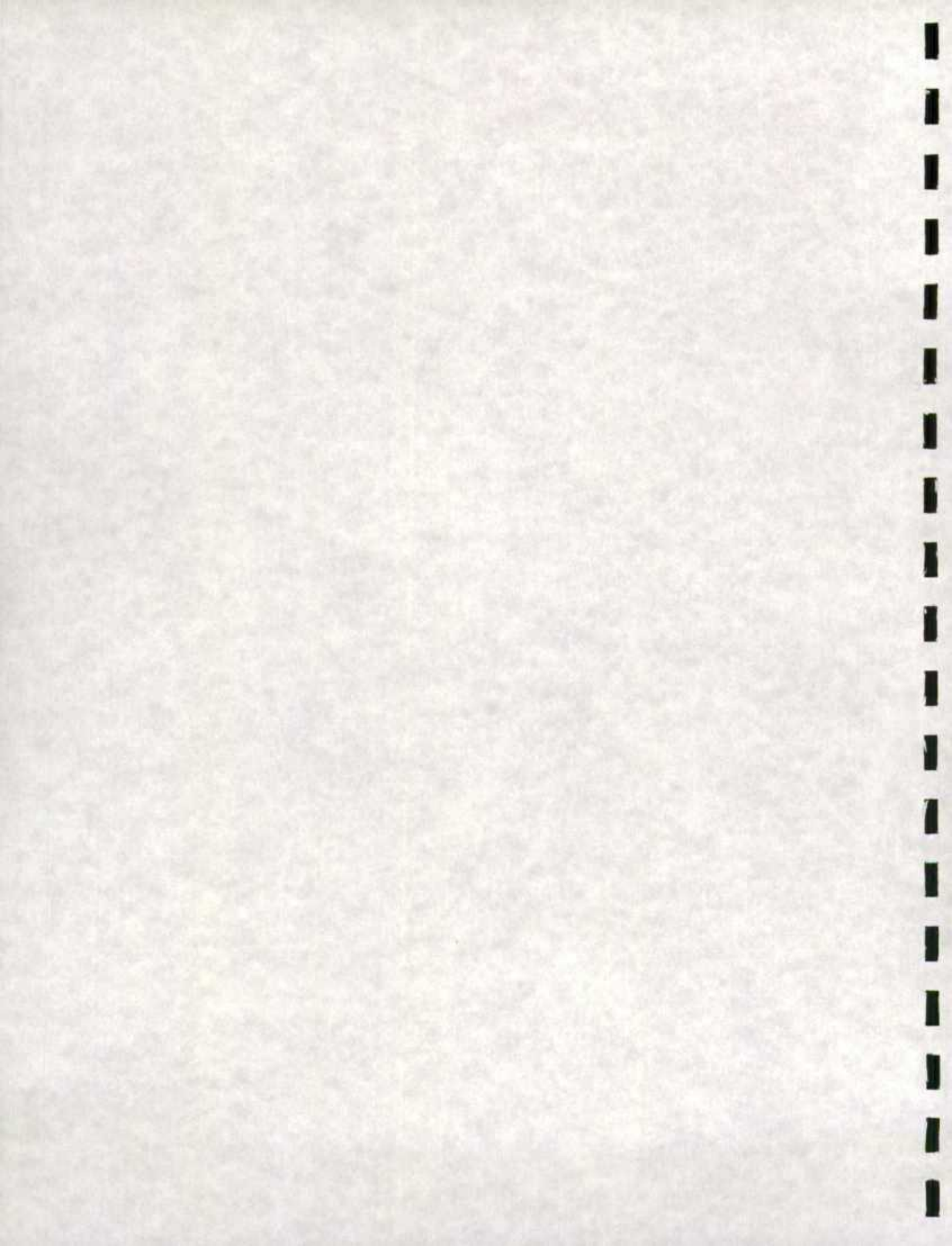
Internet: [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)  
Intranet: <http://pipes>



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada



# A Study of the Retail Industry Using Income Tax Data

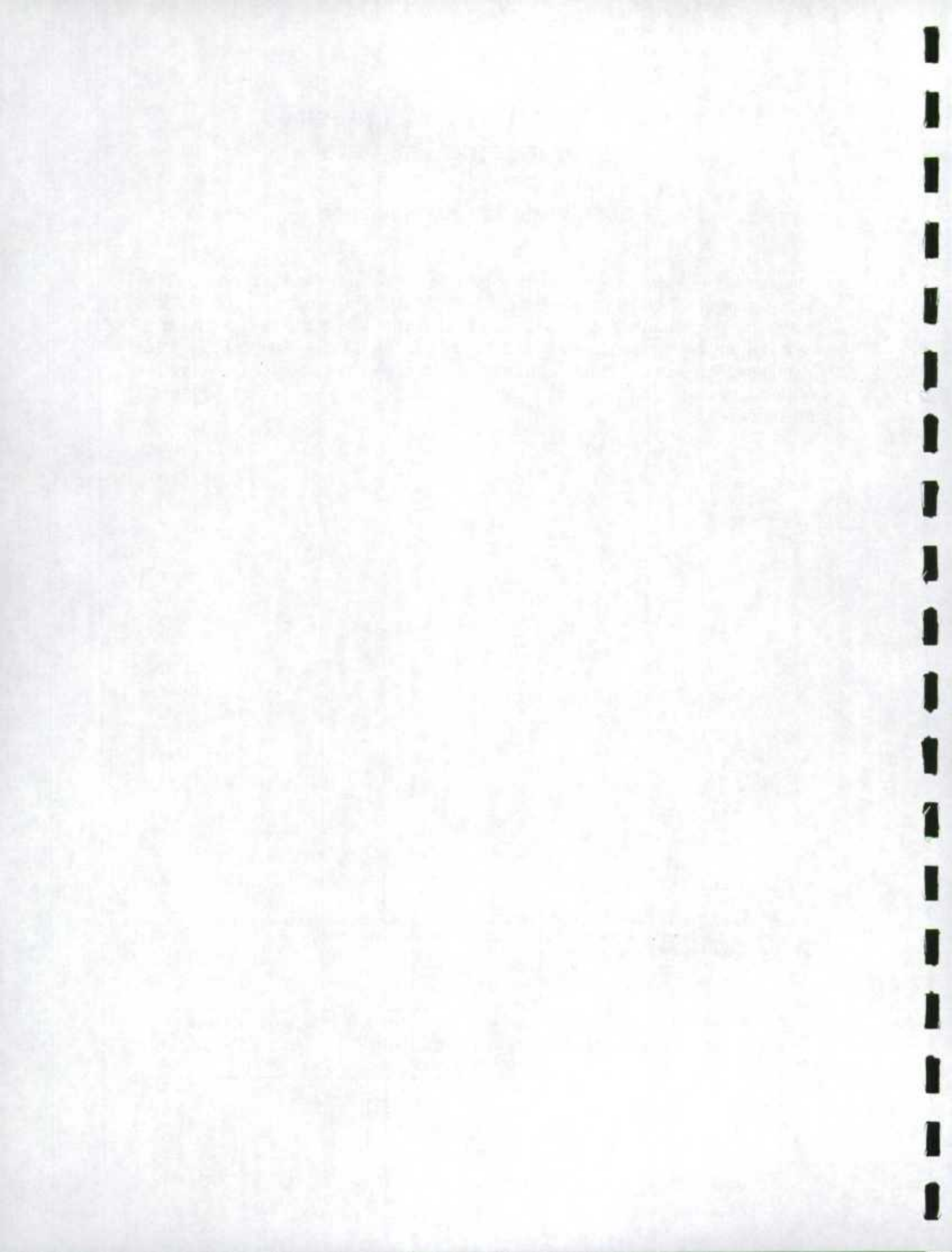
— Not for external dissemination —

The aim of this paper is to paint a portrait of the retail industry in 1998 as depicted on the Central Frame Data Base (CFDB). The universe will be broken down into incorporated and unincorporated portions and will be compared to representations of the industry on GIF1 and T1 estimates data, respectively. This will highlight the potential use of frame and administrative data for the purposes of industry research, and will identify possible gaps in either source of information.

## Note of appreciation

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

For further information on the materials covered in this paper, please  
contact Bonnie Bercik (613) 951-6790 or Diane Proulx (613) 951-7192  
Fax: (613) 951-0411



# A Study of the Retail Industry Using Income Tax Data

Prepared by Lucy Abboud-Opsitnik  
May 2001

## Table of Contents

<b>Introduction .....</b>	<b>2</b>
PIPES and the use of administrative data.....	2
Determining the potential.....	2
Administrative data and the allocation process.....	3
Unified Survey Tracking Analysis and Retrieval Tool.....	4
<b>Definition of the retail universe .....</b>	<b>4</b>
The retail industry.....	4
Size Categories.....	4
Complexity .....	5
<b>The retail population as depicted on the post-SUF .....</b>	<b>6</b>
Complexity in the retail industry.....	9
<b>Incorporated versus unincorporated units .....</b>	<b>11</b>
<b>A portrait of incorporated retailers .....</b>	<b>13</b>
Incorporated retailers on the post-SUF .....	13
Using GIF1 to build a portrait of the incorporated retail industry .....	16
<i>The retail industry on GIF1</i> .....	17
<i>Frequency of reporting</i> .....	20
<b>The unincorporated retail industry .....</b>	<b>21</b>
The unincorporated retail industry on the post-SUF.....	21
The unincorporated retail industry on the T1 estimates database.....	24
<b>Conclusion .....</b>	<b>26</b>
<b>Appendix A - NAICS Canada Sub-Sector Descriptions .....</b>	<b>27</b>
<b>Appendix B - Frequency of reporting revenue and expense items, 1998 .....</b>	<b>28</b>
<b>References.....</b>	<b>29</b>

# Introduction

## PIPES and the use of administrative data

The Project to Improve Provincial Economic Statistics was initiated as a result of the need to furnish more detailed statistics annually for HST revenue allocation. Because of this, there has been an overall increase in response burden in recent years stemming from the need for more information on survey questionnaires, for larger samples to satisfy more detailed dissemination requirements, and from the redefinition of samples and the need for parallel runs. For example, in 1998 a three month parallel run of the Monthly Wholesale Retail Trade Survey was supplemented by an increase of 1,800 units in the Annual Retail Trade Survey sample.

To identify potential concerns from respondents and to understand what motivates them to respond to the UES, the Response Analysis Follow-Up Survey<sup>1</sup> was conducted for the 1997 UES Pilot Survey. The results indicate that respondents felt the UES was too long or too time consuming, especially for small businesses, and that some of the numbers collected duplicate information found on their tax forms.

In order to have the continued cooperation of survey respondents, and to address their concerns regarding response burden, the Task Group on Data Acquisition<sup>2</sup> was set up. The goal was to provide recommendations on what can be done to ensure the finer detailed statistics are produced with alleviation of burden to respondents wherever possible. A key recommendation of the task force was that exclusion thresholds should be established in order to ease burden on smaller businesses. The activities of these businesses would still be included in the survey estimates, and the method for accounting for this portion of the population would depend on the survey program, one method of which considers the use of administrative data.

Historically, accuracy and timeliness were a concern when using administrative data. Do the concepts of the questions asked on the administrative document relate with the information needed by the survey program? How long is the wait to get the information?

With recent government initiatives and partnerships in developing questions for mutual use, and the advent of electronic data reporting, these concerns are becoming a thing of the past. Along with the rising demands for information, the use of administrative data is increasing in popularity.

## Determining the potential

There is promise for business surveys to have a census of information on production in Canada. Legally, all businesses have to report taxes to the federal government on an annual basis, and this allows the statistician the opportunity to have data on production for all activities and from all corners of the country.

This data can be used to ease response burden by either replacing survey information, or by supplementing current data collection initiatives. Is it feasible to get an accurate portrait of an industry using administrative data? Is it possible to determine if certain questions can be eliminated from business survey questionnaires? Can a survey program rely on tax data to get details on expense items? What categories of expenses are common to all businesses? What questions can be eliminated from a questionnaire because they just don't apply to the industry? Does size of the business matter when determining the potential use of administrative data?

---

<sup>1</sup> Underwood, Kristen (1999), *Response Analysis Follow-up Survey*, PIPES Technical Series no. 29, Statistics Canada.

<sup>2</sup> Maranda, François and Royce, Don (1999), *Task Group on Data Acquisition for Enterprises*, Project to Improve Provincial Economic Statistics (PIPES) Technical Series no. 25, Statistics Canada.

To answer these questions, it is necessary to understand the universe of businesses, as well as possible sources of administrative data, and to recognize how one relates to the other. To make the task manageable, one industry in one year was chosen for the analysis.

The aim of this paper is to paint a portrait of the retail industry in 1998 as depicted on the Central Frame Data Base (CFDB). The universe will be broken down into incorporated and unincorporated portions and will be compared to representations of the industry on GIFI and T1 estimates data, respectively. This will highlight the potential use of frame and administrative data for the purposes of industry research, and will identify possible gaps in either source of information.

## **Administrative data and the allocation process**

The BR houses information used to delineate survey populations and samples. Some key variables used in determining sampled unit weights are revenues, assets, and employment. These variables are also used in determining whether or not a unit is to be surveyed for certain, or its probability of being sampled, or if it would belong to the portion of the population that falls below the Royce-Maranda threshold. This part of the population is deemed to make up such a small portion of the survey estimate that the added benefit of survey activity does not justify the additional costs, both to the program and to the potential respondent. It is therefore important to depict the survey population as accurately as possible on the frame, as it is here that significant units that should be sampled are identified, and the weights to be applied to sampled units are determined.

By merging establishment information from the BR, administrative sources can provide information to reduce sample size or to replace survey content. Administrative data relate to legal businesses that are each assigned a business number (BN). The information reported to the Canada Customs and Revenue Agency (CCRA) and received by Statistics Canada is at the BN level and can relate to one or more statistical enterprises and establishments. It is therefore necessary to aggregate and/or split up the information into units that are comparable to the units being surveyed. For business surveys this is usually the enterprise and establishment.

The allocation process carried out by Enterprise Statistics Division (ESD) does just that<sup>3</sup>. All available sources of information, from the frame to supplement questionnaires and corporate tax supplements, are used to figure out exactly what each establishment on the BR should be allocated given the available tax data.

Where the enterprise is complex due to having establishments in more than one industry or province or territory, tax form supplements, survey questionnaire supplements and BR data (revenues or employment) can be used to divide total income and expense items from the BN to the different establishments. Where an enterprise is also complex due to partnerships or joint ventures, the information from numerous BN's has to be summed and broken down among the different establishments of all enterprises which are linked to the BN accounts. Luckily in the retail industry there are few complex units, and this seems to be the case overall with industries on the CFDB. Nonetheless, difficulties associated with the allocation process and the quality of estimates produced will vary from industry to industry depending on the level of complexity of the industry.

Given that the allocation process is complete, information derived from the process can be used to paint a portrait of the retail industry using tax data, as the allocated file contains clean GIFI data<sup>4</sup>, including imputation for missing records. One can also compare frame information to tax data for different domains to see where there are potential gaps from one source of information to the other. This can be used to identify areas that need special attention when drawing a portrait of an industry.

---

<sup>3</sup> Delorme, Charles (2000), *Data Allocation - A new survey process for business surveys*, Project to Improve Provincial Economic Statistics (PIPES) Technical Series no. 66, Statistics Canada.

<sup>4</sup> ESD receives and works with a post edit and imputation file from Tax Data Division.

## Unified Survey Tracking Analysis and Retrieval Tool

The Unified Survey Tracking Analysis and Retrieval Tool (USTART) is a central store of information for the UES that is used mainly by analysts from subject matter and support divisions taking part in the UESP. It includes core CFDB information on the universe of businesses in Canada that is used for survey activity. Namely, it houses the Survey Universe File (SUF), the Sample Control File (SCF) and the Survey Interface File (SIF). From these files, a survey defines its target population and units that are in and out of sample. For units which are selected in sample, the SIF links these units back to the BR to obtain the proper contact and coverage information for the survey questionnaire.

The files on USTART used to define the population of units in this study were the post-SUF<sup>5</sup> establishment and the post-SUF enterprise. For a smaller population one could easily do the necessary extractions in USTART, but because of the number of units associated with the population of retailers in Canada it was easier to gain access to the shared drive that contains these files and to work directly in SAS<sup>6</sup>.

## Definition of the retail universe

### The retail industry

In order to produce a picture of the retail industry, one has to first determine what should be included. There can be various ways of doing this given the different levels of statistical entities on the CFDB. Given that the establishment<sup>7</sup> is the level at which production processes and technologies are assessed and classified into industries in NAICS, this is the level that will be used to define the units to be considered part of the retail industry. If one chose the enterprise, for example, there could be undercoverage of the actual retail activity because not all retail establishments belong to enterprises that are coded to retail. There can also be overcoverage if a retail enterprise had establishments of considerable size and importance coded to a non-retail NAICS.

Therefore, for the purposes of this project, the retail universe is defined as any retail establishment that has a NAICS<sup>8</sup> code of 441110 to 454390, inclusive. For 1998, there were 197,876 active establishments coded to retail on the CFDB.

### Size Categories

Enterprises were broken down into four size categories by enterprise revenue (or GBI) on the CFDB. This allows for the analysis of the industry, including the distribution of units by size. The size categories are described in the following table:

---

<sup>5</sup> The post-SUF is taken after information is received back from the survey process. It is used to redefine and re-weight the universe based on new information obtained in the survey process. For example, units out of scope would be taken out of the survey population and the weights of the remaining units would be adjusted in order to reflect the new, more correct, survey population.

<sup>6</sup> Access to the shared drive can be obtained from ESD.

<sup>7</sup> An establishment is one Production Entity or the smallest grouping of Production Entities which produces a homogeneous set of goods and/or services as possible; and does not cross provincial boundaries; and for which records provide data on the value of output together with the cost of principal intermediate inputs used and cost and quantity of labour resources used to produce the output.

<sup>8</sup> For more information refer to the Standards Division web-site <http://stdsweb/naicstest/eng/index.htm>.



**Table 1 - Size category descriptions**

Category	Annual Enterprise Revenue (Dollars)	Enterprise Count	Establishment Count
Very Small	Under 30,000	31,202	31,203
Small	30,000 to under 3,000,000	136,939	138,350
Medium	3,000,000 to under 25,000,000	8,880	12,769
Large	25,000,000 or more	895	15,554
<b>All</b>		<b>177,916</b>	<b>197,876</b>

Source: Business Register

The first column shows the enterprise size category while the second describes the enterprise revenue range associated with the category. The last two columns show the count of enterprises and establishments that belong to each size category. The table illustrates that small enterprises dominate the retail industry, and also depicts the nature of the size differences in the count of establishments. With the exception of one enterprise, very small enterprises have one establishment, but for large enterprises, on average, each has 17 establishments.

## Complexity

An enterprise is complex if it has establishments in more than one province/territory, or industry, or if it is composed of multiple legal entities. The post-SUF files on USTART have flags<sup>9</sup> indicating which enterprises are complex in any form. For 1998, 18,685 retail establishments belonged to 1,682 complex enterprises.

If an enterprise does not have establishments in more than one province/territory or in more than one industry, and if it is composed of only one legal entity, then it is said to be simple. The bulk of enterprises are simple. In fact, 179,191 retail establishments were under 176,234 simple enterprises.

The below table breaks down the count and type of complexity flags possible for each enterprise, and shows the number of establishments that belong to these enterprises. From the table, one can see that the most common reason why an enterprise is flagged as being complex is due to the multiple industries associated with its establishments.

**Table 2 - Complexity counts, 1998**

Complexity criterion	Enterprise Count	Establishment Count
Cross province/territory	675	15,342
Industry	1,244	14,900
Multiple-legal	226	9,396
<b>Complex</b>	<b>1,682</b>	<b>18,685</b>
<b>Total</b>	<b>177,916</b>	<b>197,876</b>

Source: Business Register

The bold row titled "Complex" represents counts of units that are complex because they satisfy one, two, or all three conditions. Therefore it is a total count of complex enterprises and establishments, for establishments in the retail sector.

The difference between a complex enterprise and a simple enterprise is important when considering the use of tax data to derive a portrait of an industry, especially for an industry that is dominated by complex enterprises. As discussed, allocating tax data received at the BN level to establishments of complex enterprises is less straightforward than allocation that involves one legal operating in one industry and in one province or territory.

<sup>9</sup> Girard, Claude (1999), *BRD's and BSMD's complexity flags*, Statistics Canada.

## The retail population as depicted on the post-SUF

The Central Frame Data Base can be viewed as the first source of information when aiming to study an industry as it is a temporal base that houses close to the entire universe of businesses operating within the borders of Canada. One of the PIPES objectives is to ensure all business surveys within Statistics Canada use the CFDB as their survey frame, and because of this many initiatives have been taken in order to improve the quality of the information on the frame.

For the retail industry, the CFDB is an excellent source of information from which a study of the industry can occur. The reason for this is that the Monthly Wholesale and Retail Trade Survey (MWRTS) has been using the CFDB since its inception in 1987 and as such there has been a wealth of information being shared from the survey program to analysts in the BR. When considering the use of the CFDB for this type of study, one should take into account the length of time that an industry's survey programs have been using the base, and the population being studied. Years of survey feedback can better the picture of an industry that has been "hooked" to the BR for over a decade. On the other hand, given that non-employers have only been on the base since 1998, information on the BR for this portion of a population, no matter what industry, may be more problematic.

First off, taking a look at the distribution of retail activity in Canada gives a good indication of where retail industry is concentrated. One could also compare this to the total number of active establishments in all industries in order to get an idea of the concentration of the retail industry in each province or territory as compared to all other industries.

For the 197,876 units that fit the retail population criterion, the count of establishments is broken down as follows:

**Table 3 - Count of retail establishments by province or territory, 1998**

Province or Territory	Count	Percent of Total
Newfoundland	3,974	2.0
Prince Edward Island	1,038	0.5
Nova Scotia	5,997	3.0
New Brunswick	4,949	2.5
Quebec	54,906	27.7
Ontario	68,904	34.8
Manitoba	6,367	3.2
Saskatchewan	6,663	3.4
Alberta	18,791	9.5
British Columbia	25,719	13.0
Yukon	241	0.1
Northwest Territories	257	0.1
Nunavut	70	0.0
<b>Canada</b>	<b>197,876</b>	<b>100.0</b>

Source: Business Register

The distribution shows most retail establishment in Ontario. In fact, Ontario has just over one-third (34.8 percent) of the total retail establishments in Canada, with Quebec second (27.7 percent) followed by British Columbia (13.0 percent).

The following table breaks down the count of establishments by province or territory and enterprise size<sup>10</sup>. From this table, we see once again that most retail establishments on the CFDB belong to small enterprises and outnumber establishments that belong to all other size categories combined.

**Table 4 - Count of retail establishments by province or territory and enterprise size, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large
Newfoundland	703	2,759	186	326
PEI	154	738	95	51
Nova Scotia	893	4,097	446	561
New Brunswick	838	3,409	335	367
Quebec	10,537	38,121	3,599	2,649
Ontario	9,751	49,024	4,104	6,025
Manitoba	882	4,285	450	750
Saskatchewan	823	4,639	478	723
Alberta	2,704	12,703	1,401	1,983
British Columbia	3,865	18,183	1,628	2,043
Yukon	23	179	26	13
Northwest Territories	25	176	15	41
Nunavut	5	37	6	22
<b>Canada</b>	<b>31,203</b>	<b>138,350</b>	<b>12,769</b>	<b>15,554</b>

Source: Business Register

The next table shows the percent of establishments by province or territory when broken down by enterprise size. Table 3 above indicates that Quebec has 27.7 percent of all retail establishments in Canada, but Table 5 shows that its share of large establishments is much lower than its share of very small establishments. With the exception of Prince Edward Island, which has less than one percent of all retail establishments in Canada, Quebec is the only province whose share of very small retailers is double that of its share of large retailers.

This may be an indication that retail chains and the big box stores are not as prevalent in Quebec when compared to other provinces or territories, especially those with relatively high counts of establishments. This point is further explored in the following section, which discusses complexity in the retail industry.

<sup>10</sup> Please refer to the section titled *Size Categories* on page 4 for an explanation of the breakdowns.

**Table 5 - Percent of retail establishments by province or territory and enterprise size, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large	All
Newfoundland	0.4	1.4	0.1	0.2	2.0
Prince Edward Island	0.1	0.4	0.0	0.0	0.5
Nova Scotia	0.5	2.1	0.2	0.3	3.0
New Brunswick	0.4	1.7	0.2	0.2	2.5
Quebec	5.3	19.3	1.8	1.3	27.7
Ontario	4.9	24.8	2.1	3.0	34.8
Manitoba	0.4	2.2	0.2	0.4	3.2
Saskatchewan	0.4	2.3	0.2	0.4	3.4
Alberta	1.4	6.4	0.7	1.0	9.5
British Columbia	2.0	9.2	0.8	1.0	13.0
Yukon	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
Northwest Territories	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
Nunavut	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Canada</b>	<b>15.8</b>	<b>69.9</b>	<b>6.5</b>	<b>7.9</b>	<b>100.0</b>

Source: Business Register

While small enterprises have the highest proportion of retail establishments, revenues tend to be related more with size category. The below table shows that, overall, large enterprises have the biggest proportion of revenues, followed by medium, small and finally very small enterprises. Although the number of large retail enterprises in Quebec seems low, this group generates the majority of revenues in the region.

**Table 6 - Total revenue, millions of dollars, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large
Newfoundland	8	1,141	814	1,582
Prince Edward Island	2	334	358	260
Nova Scotia	11	1,723	2,050	3,031
New Brunswick	8	1,454	1,614	2,106
Quebec	83	14,562	17,786	27,310
Ontario	102	19,740	23,271	42,860
Manitoba	10	1,873	1,969	4,131
Saskatchewan	10	2,142	1,677	3,940
Alberta	28	5,848	5,934	13,627
British Columbia	43	7,546	7,410	17,019
Yukon	0	112	165	38
Northwest Territories	0	100	53	186
Nunavut	0	30	26	85
<b>Canada</b>	<b>305</b>	<b>56,606</b>	<b>63,129</b>	<b>116,174</b>

Source: Business Register

At the NAICS sub-sector<sup>11</sup> level, as expected, Food and Beverage Stores (NAICS sub-sector 445) have the highest count of retailers, at almost one-fifth of all retail establishments in Canada. Next are Miscellaneous Store Retailers at 13.7 percent followed by Clothing and Clothing Accessory Stores (13.0%).

Miscellaneous Store Retailers are office supply, stationery and gifts shops, florists, novelty stores, used merchandise stores and other specialty stores not elsewhere classified. They tend to be smaller shops that can be opened by the neighbourhood entrepreneur, or one of numerous souvenir shops found in any sightseeing area. These shops are found almost anywhere but only make up for a small amount of the actual retail industry. As indicated in the below table, they come third in count and third from the bottom in percent of revenue of all retail industry (3.5%) in Canada, as defined on the CFDB.

**Table 7 - Breakdown of the retail industry by NAICS sub-sector, 1998**

NAICS sub-sector	Count	Revenue (\$ millions)	% of Count	% of Revenue
441	18,510	48,548	9.4	20.6
442	10,622	8,508	5.4	3.6
443	11,167	10,392	5.6	4.4
444	9,228	15,857	4.7	6.7
445	36,959	55,860	18.7	23.6
446	13,839	15,621	7.0	6.6
447	15,049	15,963	7.6	6.8
448	25,707	15,586	13.0	6.6
451	13,366	7,161	6.8	3.0
452	8,954	27,668	4.5	11.7
453	27,024	8,276	13.7	3.5
454	7,451	6,773	3.8	2.9
<b>Canada</b>	<b>197,876</b>	<b>236,214</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Source: Business Register

Food and Beverage Stores at almost \$56 billion had the largest share of revenue of all retailers in 1998. Motor Vehicle and Parts Dealers (\$48.5 billion), and General Merchandise Stores (\$27.7 billion) followed.

## Complexity in the retail industry

Considering complexity is necessary when applying tax data to statistical units. Because a business reports to CCRA at the BN level, if a business is simple, its tax data can easily be applied to the industry in the province or territory within which it operates. If a business is complex, data from one to several tax returns or financial statements will have to be summed up and broken down to give an accurate representation of all the different activities and provinces or territories where the data belong. This is the allocation process discussed above. Determining the complexity of the retail industry at finer levels of detail will give a good idea of whether or not tax data can easily be translated to survey data for the retail programs, and how much weight should be placed on the interpretation of the results.

<sup>11</sup> See Annex A for a description of retail sub-sectors.

Putting this in perspective, for the 1998 retail population, one percent of enterprises and 10 percent of establishments endure a relatively complicated allocation process. That is, 1,682 enterprises have 18,685 establishments that are complex<sup>12</sup> while 176,234 single legal enterprises have 179,191 establishments that are simple.

The below cross-tabulation shows the percent<sup>13</sup> of complex establishments by province or territory and sub-sector. From this table, one can determine whether or not one sub-sector or province/territory may be relatively more difficult to process for the purposes of data allocation, and therefore whether or not tax data for the domain in question would possibly be problematic. For example, Nunavut has 47.1 percent complex units, whereas Quebec only has 5.9 percent. From this one could surmise that establishment level data allocated to Quebec and derived from tax sources may be more precise than data allocated for Nunavut.

By sub-sector, we see that Motor Vehicle and Parts Dealers (sub-sector 441) and Miscellaneous Store Retailers (sub-sector 453) tend to be less complex when compared to Clothing and Clothing Accessory Stores (sub-sector 448) or General Merchandise Stores (sub-sector 452). With the nature of the different businesses this seems to make sense. One would not normally find an auto retailer that has a chain across different provinces or territories. Florists, Used Merchandise Stores, and other shops belonging to Miscellaneous Store Retailers also tend to be within one province or territory at most. Clothing and Clothing Accessory Stores and General Merchandise Stores, on the other hand, are typically found across many provinces or territories, as many of these retailers are chain stores recognizable in any mall across the nation.

Using the cross-tabulation to its full advantage, one can pinpoint industries by province or territory that may be relatively more problematic than others. For example, Motor Vehicle and Parts Dealers and Miscellaneous Store Retailers nationally only have 3 percent complex establishments, but in the territories the percent of complex units increases. This can be an indication of the isolation and the need to have a larger chain target remote areas, or the fact that being an entrepreneur in such an area may mean having a sporting goods shop and a garage, for example.

Table 8 can also be used to identify potential differences in how the retail industry is structured from coast to coast. As discussed earlier, there seems to be a relatively small amount of establishments of large enterprises in Quebec compared to establishments of other size categories. Furthermore, the below table indicates that only 5.9 percent of retail establishments in Quebec belong to complex enterprises compared to a national average of 9.4 percent. Looking more closely at Clothing and Clothing Accessory Stores, for example, we see that, once again, Quebec displays a fairly low 12.6 percent complex establishments. This could be an indication in the preferences of shoppers in the different provinces or territories. In Quebec, perhaps the small shop or boutique is more popular than in other parts of the country.

---

<sup>12</sup> See table 2 on page 5.

<sup>13</sup> Based on complexity at the six digit NAICS or national industry level even though the tables are summarizing the information at the sub-sector level.

**Table 8 - Percent of complex retail establishments by province or territory and sub-sector, 1998**

Province or Territory	441	442	443	444	445	446	447	448	451	452	453	454	Total
NF	5.0	8.4	5.9	7.4	4.8	12.8	3.8	48.0	7.4	24.8	3.1	6.5	9.9
PE	0.0	13.0	2.6	5.3	10.0	15.9	5.5	34.8	8.2	29.4	8.5	15.6	11.6
NB	2.8	11.2	5.0	7.1	10.0	18.2	2.1	42.3	8.3	28.2	4.1	6.0	11.7
NS	4.0	9.1	5.2	5.4	6.8	12.1	2.9	35.5	6.7	17.5	4.8	9.9	9.7
QC	0.8	1.6	6.8	2.2	7.5	5.9	6.0	12.6	3.0	17.3	1.9	3.3	5.9
ON	1.5	3.3	3.9	2.3	16.5	9.0	10.7	21.0	5.5	16.2	2.3	5.7	9.5
MN	5.4	7.1	12.2	9.0	17.8	16.3	12.8	41.5	10.8	31.2	6.0	11.4	15.5
SK	6.1	9.4	7.3	10.2	16.8	7.3	17.7	39.6	8.7	30.6	6.2	20.6	15.8
AB	8.5	8.2	5.9	7.5	17.3	10.2	11.3	34.4	8.0	29.8	5.8	6.6	13.6
BC	5.5	5.4	2.8	9.0	10.1	8.1	17.8	21.7	5.4	24.7	2.8	9.1	9.7
YT	11.5	22.2	18.2	10.0	6.1	0.0	22.6	24.1	25.0	15.4	7.3	16.7	14.9
NT	7.7	0.0	0.0	0.0	14.0	8.3	25.0	47.1	11.1	61.1	10.3	23.1	21.0
NU	0.0	-	-	0.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0	74.3	14.3	0.0	47.1
<b>Total</b>	<b>3.0</b>	<b>4.3</b>	<b>5.2</b>	<b>4.5</b>	<b>11.9</b>	<b>8.8</b>	<b>10.1</b>	<b>22.0</b>	<b>5.5</b>	<b>20.2</b>	<b>3.0</b>	<b>6.9</b>	<b>9.4</b>

Source: Business Register

## Incorporated versus unincorporated units

Even with database improvements and the length of time retail has been using the CFDB as its base for survey programs, at times it is impossible for the BR to react immediately to changes in the real world. In addition, the aim of the BR is not to provide precise statistics for enterprises and establishments, or to accumulate consistent time series for them. Rather, it seeks to make available relative size information that is adequate for survey stratification purposes. Therefore, using the CFDB along with other sources of information, such as tax data for the reference year of interest, may provide a more accurate portrait of an industry and give indication of potential changes in the industry that have yet to take place on the frame.

In order to compare retailers as depicted on the frame to information available from tax data, it is necessary to break the population into incorporated and unincorporated units. This will enable the comparison of incorporated units to the available GIFI data, and unincorporated units to the T1 estimates base.

Splitting of the retail population into the two sub-populations was done via the T1T2FLAG<sup>14</sup> found on the BSMD post-SUF establishment as the flag on this file was complete and accurate for each unit of observation<sup>15</sup>.

<sup>14</sup> For further information on the flags found in USTART, refer to *UES Survey Front-End File Layouts and Codesets* on the PIPES shared drive. It is advisable to consult the documentation found on the shared drive rather than using the look up tables within USTART. The former are correct for each reference year whereas, at the time of consultation, the latter linked to one chart for all reference years, even though changes to flag values were made from year to year.

<sup>15</sup> As opposed to the T1T2FLAG on the regular post-SUF establishment.

The breakdown of the number of establishments belonging to incorporated versus unincorporated enterprises, by province or territory, is summarized in the below table:

**Table 9 - Count and percent of incorporated and unincorporated establishments by province or territory, 1998**

Province or Territory	Incorporated (A)	Unincorporated <sup>16</sup> (B)	Total	% A	% B
Newfoundland	2,556	1,398	3,974	64.3	35.2
PEI	642	391	1,038	61.8	37.7
Nova Scotia	3,655	2,315	5,997	60.9	38.6
New Brunswick	3,216	1,719	4,949	65.0	34.7
Quebec	37,685	17,128	54,906	68.6	31.2
Ontario	45,682	23,002	68,904	66.3	33.4
Manitoba	4,096	2,249	6,367	64.3	35.3
Saskatchewan	4,503	2,139	6,663	67.6	32.1
Alberta	14,905	3,847	18,791	79.3	20.5
British Columbia	17,877	7,743	25,719	69.5	30.1
Yukon	167	74	241	69.3	30.7
Northwest Territories	210	45	257	81.7	17.5
Nunavut	64	6	70	91.4	8.6
<b>Canada</b>	<b>135,258</b>	<b>62,056</b>	<b>197,876</b>	<b>68.4</b>	<b>31.4</b>

Source: Business Register

Columns A and B indicate the count of establishments, and the next column shows the total number of establishments, in each province or territory. Adding the number of incorporated units to the number of unincorporated units does not equal the total number of establishments in that province or territory because some units not counted here are coded "other"<sup>17</sup>. These make up less than one percent of the total in each province or territory and are units that are not assumed to be associated with either source of tax data.

As can be seen from the above table, 68.4 percent of establishments coded to retail belong to enterprises which are incorporated, with the highest percent of incorporated retailers to total retailers being in Nunavut (91.4%) followed by the Northwest Territories (81.7%) and Alberta (79.3%). Consequently, there should be ample data for Nunavut on GIFI but because of the high level of complexity of establishments (see Table 14, page 16) the GIFI data will have to be manipulated before deriving a portrait of the retail industry. At the other end, Nova Scotia has the lowest proportion of establishments belonging to incorporated enterprises, at 60.9 percent. With only 14.9 percent complex establishments, most of the GIFI information does not need to be allocated and can stand alone to describe the retail industry for Nova Scotia.

<sup>16</sup> Does not include all unincorporated retailers, since some are excluded from the BR. For further information see section titled "The unincorporated retail industry on the post-SUF".

<sup>17</sup> "Other" units are neither T1 nor T2, and include government and non-profit organisations.



# A portrait of incorporated retailers

## Incorporated retailers on the post-SUF

Incorporated businesses appear on the CFDB with certainty, regardless of employment<sup>18</sup>. This is due to a requirement from parliament under the Corporations Returns Act that Statistics Canada produce information on Inter-Corporate Ownership. Hence, there is a census of incorporated units on the CFDB and, in the retail industry, incorporated units almost double the count of unincorporated units.

Unlike tax data, the CFDB contains information on employment numbers and is a useful tool in getting a first picture of the level of employment in a given industry. One can compare these numbers to employment levels in other industries to measure, for example, whether or not one industry employs more people than another.

The following table shows the enterprise count for different levels of employment. The first column describes the employment category while the second provides a count of the number of enterprises that are within that range of employment. The last two columns show the percent of enterprises that the count translates to and the cumulative percent of enterprises, respectively.

Overall, the table shows that 90 percent of enterprises employ less than 20 people, while less than one percent, or 360 enterprises, employ 200 or more people. One would suppose that these are large chains that have establishments across Canada.

The table also indicates that almost one-third of all incorporated enterprises are not employers. This seems like a surprising result as one often associates retail with a store of some kind having clerks that serve customers. Taking a closer look at what these enterprises sell, or how they sell it, may provide insight as to why there are so many incorporated retailers that are not employers.

**Table 10 - Enterprise count for incorporated retailers, by employment category, 1998**

Number of Employees	Enterprise Count	Percent	Cumulative Percent
Zero employees	31,812	27.6	27.6
Less than 5	37,875	32.8	60.4
5 to less than 20	34,696	30.0	90.4
20 to less than 200	10,704	9.3	99.7
200 to less than 500	186	0.2	99.9
500 or more	174	0.1	100.0

Source: Business Register

Incorporated retailers tend to be active across Canada in the same proportions as all retailers. They also tend to be a bigger. The below table shows that 20.8 percent of incorporated retailer establishments belong to medium or large enterprises, as opposed to the 14.3 percent of all establishments (see Table 5).

<sup>18</sup> As opposed to unincorporated businesses.

**Table 11 - Percent of incorporated establishments, by province or territory and size category, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large	All
Newfoundland	0.3	1.3	0.1	0.2	1.9
PEI	0.0	0.3	0.1	0.0	0.5
Nova Scotia	0.3	1.7	0.3	0.4	2.7
New Brunswick	0.3	1.5	0.2	0.3	2.4
Quebec	5.9	17.5	2.6	2.0	27.9
Ontario	4.6	21.8	3.0	4.4	33.8
Manitoba	0.3	1.8	0.3	0.6	3.0
Saskatchewan	0.3	2.2	0.3	0.5	3.3
Alberta	1.4	7.1	1.0	1.5	11.0
British Columbia	1.7	8.8	1.2	1.5	13.2
Yukon	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
Northwest Territories	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2
Nunavut	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Canada</b>	<b>15.1</b>	<b>64.2</b>	<b>9.3</b>	<b>11.5</b>	<b>100.0</b>

Source: Business Register

As previously noted for all retailers, size mattered when looking at comparative levels of revenue. Given that the incorporated sub-portion has more medium and large enterprises relative to all retail establishments, it's not surprising to see that they make up the bulk of revenues for this sub-portion of the population. Indeed, large retailers alone make up over half of the revenues on the CFDB of all incorporated establishments. This is shown in table 12 and the trend compares to what was noted for all retailers (in Table 6).

**Table 12 - Total revenue for incorporated establishments, millions of dollars, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large	All
Newfoundland	3	978	804	1,578	3,362
PEI	1	271	358	260	890
Nova Scotia	4	1,403	2,018	3,025	6,450
New Brunswick	3	1,233	1,614	2,104	4,953
Quebec	43	11,821	17,437	26,816	56,117
Ontario	50	16,424	22,994	42,246	81,714
Manitoba	4	1,535	1,950	4,092	7,580
Saskatchewan	3	1,835	1,641	3,900	7,379
Alberta	18	5,341	5,872	13,489	24,721
British Columbia	22	6,545	7,271	17,012	30,850
Yukon	0	95	153	38	285
Northwest Territories	0	96	53	186	335
Nunavut	0	29	26	85	141
<b>Canada</b>	<b>151</b>	<b>47,608</b>	<b>62,190</b>	<b>114,829</b>	<b>224,777</b>

Source: Business Register

Comparing revenues here to revenues of all retailers in all size categories (see Table 6, page 8) shows that the bulk of revenues on the CFDB for the retail industry belong to incorporated enterprises. Therefore, data applied from GIFI to depict the retail industry should cover most of the retail industry. In order to understand how easily GIFI data can be applied to the industry, measuring the complexity of the industry is necessary.

The complexity counts for incorporated enterprises and establishments are summarized below. Table 13 indicates that only 1 percent of enterprises are complex, meaning that for most of the incorporated units, applying tax data to the population will be a fairly simple task. However, the complex units represent 1,655 enterprises that encompass 18,600 establishments in different provinces or territories, or industries. Furthermore, for 212 of these enterprises and just over half the total complex establishments, multi-legal entities are involved meaning that information from more than one BN has to be summarized before being allocated to the establishment level.

The allocation process can be a difficult task as the fusion of various types of information have to be consistently used to draw portraits of potentially inconsistent units. At times it means that information may possibly be allocated to a unit in error<sup>19</sup>, and confirming this possibility can be difficult without the help of survey activity.

**Table 13 - Complexity counts of incorporated retail enterprises and establishments, 1998**

<b>Complexity criterion</b>	<b>Enterprise Count</b>	<b>Establishment Count</b>
Cross province/territory	671	15,285
Industry	1,231	14,834
Multiple-legal	212	9,380
<b>Complex</b>	<b>1,655</b>	<b>18,600</b>
<b>Total</b>	<b>115,447</b>	<b>135,258</b>

Source: Business Register

Taking a closer look at what sub-sectors or provinces or territories would be most affected can reveal if there is a concentration of complex versus simple establishments, or whether all areas would be equally affected.

Table 14 shows that on average almost 14 percent of incorporated establishments are complex. The higher levels of complexity tend to be in the small provinces and territories. As mentioned earlier, this can be due to the fact that stand alone shops aren't as prevalent in these areas, whereas a large number of the establishments tend to be chain stores that can rely on economies of scale to penetrate such markets. Even if the retailer is active in one province or territory only, they may be engaged in numerous activities.

Sub-sector wise, General Merchandise Stores (sub-sector 452) and Clothing and Clothing Accessory Stores (sub-sector 448) have establishments that tend to be more complex than Motor Vehicle and Parts Dealers (sub-sector 441) or Miscellaneous Store Retailers (sub-sector 453). Once again, this is not surprising given the nature of the business activity, and follows the same pattern as what was displayed for all retailers, regardless of whether or not they are incorporated.

Incorporated retailers seem to be more complex than retailers are, in general. Table 14 indicates that the percent of complex establishments is higher for incorporated establishments than the overall percent of complex establishments. This is true for 155 of the 156 province/territory by sub-sector cells in the table. The anomaly is Furniture and Home Furnishing Stores (sub-sector 442) in the Yukon Territory, where 22.2 percent of all retail establishments are complex (see Table 8, page 11) versus 20 percent of incorporated retail establishments.

<sup>19</sup> See section titled *Frequency of reporting* on page 20.

**Table 14 - Percent of complex incorporated retail establishments by province or territory and sub-sector, 1998**

Province or Territory	441	442	443	444	445	446	447	448	451	452	453	454	Total
NF	6.7	11.0	8.6	8.2	9.8	13.9	5.7	55.7	11.7	34.5	5.4	12.3	15.2
PE	0.0	17.6	3.8	7.7	16.2	17.2	9.5	44.3	17.6	34.5	18.3	28.0	18.5
NB	3.9	14.7	8.4	8.2	20.0	21.2	3.9	51.1	14.0	40.6	9.1	16.5	19.0
NS	5.3	11.3	7.7	6.8	12.4	13.8	4.4	45.9	11.5	25.3	9.9	18.8	14.9
QC	1.0	2.0	9.4	2.9	11.7	9.9	8.6	16.4	4.3	22.1	3.2	6.5	8.5
ON	2.0	4.4	5.5	3.0	26.5	10.7	15.8	27.9	9.2	30.8	4.4	9.3	14.3
MN	8.2	10.1	20.2	12.2	29.3	19.7	18.3	53.5	17.6	48.7	12.8	20.1	23.9
SK	7.9	12.9	12.3	13.3	27.7	8.7	25.5	49.9	15.2	44.7	13.3	30.9	23.3
AB	9.9	10.5	7.6	8.9	21.2	11.2	13.5	40.1	10.6	37.2	8.5	10.7	17.0
BC	6.6	7.3	4.0	11.3	15.8	9.9	22.4	28.6	8.6	33.2	5.1	14.7	13.9
YT	12.0	20.0	20.0	12.5	7.7	0.0	25.9	40.0	55.6	22.2	12.5	20.0	19.8
NT	8.3	0.0	0.0	0.0	17.5	11.1	27.3	53.3	15.4	62.9	15.4	37.5	25.7
NU	0.0	-	-	0.0	46.2	0.0	0.0	0.0	0.0	74.3	16.7	0.0	51.6
<b>Canada</b>	<b>3.8</b>	<b>5.7</b>	<b>7.3</b>	<b>5.8</b>	<b>18.8</b>	<b>11.2</b>	<b>14.2</b>	<b>28.5</b>	<b>8.6</b>	<b>32.1</b>	<b>5.5</b>	<b>12.0</b>	<b>13.8</b>

Source: Business Register

Knowing that the incorporated portion of the retail industry is more significant than the unincorporated portion indicates that information from GIFI can be used to great advantage given the scores of variables available. However, incorporated retailers tend to be relatively complex which indicates that there is potential for large portions of GIFI based estimates to originate from allocation which may not always be perfect. Being familiar with all sources of information and what they can provide is necessary to understanding how reliable estimates based on tax data can be.

### Using GIFI to build a portrait of the incorporated retail industry

At present, corporations make up just under 70% of all retail establishments and must report under GIFI<sup>20</sup>. In order to describe the retail industry using GIFI data one first has to determine the BN numbers for each enterprise associated with the retail establishments, because the identifier on a GIFI file is the BN account number. Therefore, files in USTART have to be merged as the BN does not appear on the post-SUF establishment or enterprise, but does appear on the post-SUF legal.

The post-SUF legal has two fields of interest, the BNNUM and ENTNUM, which are the BN account number and enterprise number, respectively. Each BN account number is linked to its associated enterprise, and can then be merged with the establishment. This is necessary if the BN account is associated with more than one industry or in more than one province or territory and the data has to be split out. Otherwise, the information from the BN can simply be tabulated to represent data for the retail industry in the given province or territory.

However, not all enterprises are linked to a BN account on the CFDB, and therefore there are many blanks or "DUMMY" BN's on the USTART files. Furthermore, when one links the available BN's to GIFI, not all units match as GIFI does not have all BN account numbers. Where GIFI was unable to find a match on the BR but the legal exists, the GIFI base generates a BN for the unit. These BN's start with

<sup>20</sup> Unincorporated units are currently not required to file under GIFI.

the letter "G" for "generated" instead of being a 9-digit numerical identifier as are standard BN accounts numbers.

Extracting BN's coded to retail on GIFI and painting a portrait of the retail industry based on these observations may lead to undercoverage of the retail industry. This may be significant depending on what units are missing, assuming that the largest businesses are complex. The reason for this is that NAICS codes on GIFI are at the BN level, therefore a business that is very large and complex can have a BN with a code other than retail. An example of this would be an enterprise that is involved in oil exploration, refining, and sales. An enterprise like this, with its multitude of activity is slotted as one industry on GIFI and the retail portion can be missed if the enterprise and BN are coded to a non-retail industry with a higher value added. However, the retail portion of the business can be significant relative to other retail enterprises.

For those reasons, it may be beneficial to use the allocated file from ESD which considers the complexity that is possible in all businesses. It uses all possible sources of information available, including imputed information, to allocate administrative data to the establishment level. Although there could be changes to the frame that have yet to be captured, using all possible sources of information may be the best way to ensure the industry is adequately represented.

The ESD allocated file results in the counts of establishments for each file being the same, as any unit that appears on the post-SUF should appear in the ESD allocated file. Therefore, the analysis will focus on what kind of information is available on the ESD allocated file, or GIFI, that is not available on the frame. As well, because there is a common variable on GIFI and the frame, the differences in levels of revenues for enterprises in different size categories, in the different provinces or territories and within the retail sub-sectors can be analyzed.

### *The retail industry on GIFI*

GIFI's focus is on financial information and therefore there is a wealth of data for the population of incorporated businesses accessible that was previously only available through survey activity. From this, one can not only tabulate total revenues, expenses, and profits for an industry, but one can also take ratios and compare them to ratios in different industries, or look at balance sheet information to see whether or not one industry requires heavier investment than another. Much can be learned from GIFI that was previously only available through survey activity, and given that GIFI is detailed and covers the census of incorporated and eventually unincorporated businesses, there is a new depth to the available data that one can use to analyze a particular industry.

An example of what's available on GIFI for the retail industry is depicted in the below table. This table takes previously defined enterprise revenue categories and shows what one can map from the frame to GIFI. Each cell shows the average of the GIFI variable for all enterprises in the different size categories, as delineated on the frame. For example, given that an enterprise is "small" its revenues have been included in the calculation of "Average Revenue" for the "Small" category regardless if GIFI states that the BN has revenues less than \$30 thousand or more than \$3 million.

**Table 15 - GIFI variables by enterprise, 1998**

GIFI Item	Very Small Enterprise	Small Enterprise	Medium Enterprise	Large Enterprise	All Enterprises
Average Revenue	48,894	693,064	8,175,857	117,886,364	2,037,758
Average Expense	49,628	680,654	8,064,427	115,392,045	2,001,273
Average Profit	-734	12,481	111,430	2,492,045	36,519
Average Assets	57,801	279,047	2,502,006	193,364,773	1,879,659
Average Liabilities	49,041	199,433	1,910,467	118,662,500	1,205,090
Average Net Worth	8,810	79,626	591,540	74,702,273	674,587

Source: GIFI allocated file

According to GIFl, on average, an enterprise that has retail activity generated \$2 million in revenue from its retail establishments in 1998. This figure varies greatly depending on enterprise size from \$48 thousand on average for very small enterprise to \$117 million on average for large enterprises. This means that there are a large number of relatively small enterprises generating a fairly low level of revenue. The count of retailers in the different size categories showed that most were in the small category, and as such, by sheer volume, these units do have an impact on the average income statement and balance sheet items.

Another issue that stands out is the difference in the contribution of income statement items by size to balance sheet items. The below table shows that large businesses have less than half of the revenues and expenses associated with doing business in the retail industry, but make over 50 percent of profits. Furthermore, the level of investment, debt, and total net worth associated with large businesses far outweighs that of all other businesses combined. This can be an indication of the diversity of activity of these enterprises. These enterprises tend to be involved in more than one industry, and in the previous example of the oil refinery also being engaged in retail, one industry may require quite a significant amount of capital expenditure and investment, which contributes to the amounts associated with the retail industry.

**Table 16 - Share of GIFl items by enterprise size category, 1998**

GIFl Item	Very Small	Small	Medium	Large
Total Revenue	0.4	25.2	30.3	44.1
Total Expense	0.4	25.2	30.4	44.0
Total Profit	-0.4	25.3	23.1	52.0
Total Assets	0.5	11.0	10.1	78.4
Total Liabilities	0.7	12.2	12.0	75.1
Total Net Worth	0.2	8.7	6.6	84.4

Source: GIFl allocated file

The information above can again be looked at in more detail and compared to frame information. For example, total revenues on GIFl by province or territory and size category to revenues reported on the frame yield some significant differences<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> The most significant differences were found in the "very small" category and are included here. Tables for all other size categories are available from the author on request.

**Table 17 - GIFI and post-SUF revenues for establishments of very small enterprises, 1998**

Province or Territory	GIFI		post-SUF		Post-SUF Revenue as a Percent of GIFI Revenue
	Revenues	Percent of Total GIFI Revenue	Revenues	Percent of Total post-SUF Revenue	
Newfoundland	9,941,645	1.0	2,569,091	1.7	25.8
PEI	3,111,206	0.3	537,183	0.4	17.3
Nova Scotia	16,090,532	1.6	3,701,302	2.5	23.0
New Brunswick	19,194,430	1.9	3,011,597	2.0	15.7
Quebec	307,940,314	30.8	43,445,429	28.9	14.1
Ontario	366,924,188	36.7	50,419,063	33.5	13.7
Manitoba	15,042,962	1.5	3,562,496	2.4	23.7
Saskatchewan	15,962,782	1.6	3,436,847	2.3	21.5
Alberta	107,763,774	10.8	18,076,876	12.0	16.8
British Columbia	136,374,259	13.7	21,688,968	14.4	15.9
Yukon	196,331	0.0	64,198	0.0	32.7
Northwest Territories	81,256	0.0	36,727	0.0	45.2
Nunavut	1,001	0.0	5	0.0	0.5
<b>Canada</b>	<b>998,624,680</b>	<b>100.0</b>	<b>150,549,782</b>	<b>100.0</b>	<b>15.1</b>

Source: GIFI allocated file and Business Register

The table shows the dollar value of revenues for establishments of very small enterprises as depicted on both GIFI and the post-SUF. The "Percent of Total" column shows the distribution of revenues by province or territory for GIFI and the post-SUF, respectively, and the far right column shows the post-SUF revenue as a percent of GIFI revenue.

The "Percent of Total" columns indicate that the distribution of revenues across the provinces or territories in this category is similar when comparing GIFI to post-SUF data. On the other hand, the "Post-SUF Revenue as a Percent of GIFI Revenue" column indicates that in each province or territory the post-SUF underestimates the level of activity of the retail industry, sometimes by as much as 99.5 percentage points. In fact, at most, only 45 percent of GIFI revenues associated with these retail establishments are depicted on the post-SUF.

Differences like this can signal an industry in transition. Especially when one is considering the small business, that one day may be manufacturing, and the next in retail or delivery, this type of information can indicate changes not yet picked up by the frame.

Where each unit on GIFI relates to a unit on the frame, and missing units are imputed<sup>22</sup>, the information can also mean that overall, units in the size category are not accurately depicted on the frame. On the other hand it can mean that even within the size category only certain retailers have survived and therefore GIFI is only available for the largest of the very small, for example. Since the remaining units

<sup>22</sup> The overall imputation rate for the 1998 GIFI database is 37.4 percent.

are imputed using data from units that have reported, perhaps GIFI figures are overestimating the actual retail industry for this size group.

There are also differences in the definitions of revenue from one source of information to another. For example, the variable used to represent GIFI revenue is the "Total Revenue Amount" for the fiscal year, which includes good and service sale amount, sales from resource properties, investment revenues, and rental revenue, among others<sup>23</sup>. When considering GIFI allocated data, the revenue amount found on an establishment would represent the consolidated revenues from the BN or BN's linked to the enterprise, broken down among the different establishments.

For the post-SUF, operating revenue for a given fiscal year is defined as revenue received (or receivable) from the sale of goods and/or services by the operating entity. They are recorded as annualized values, therefore, revenues covering a period longer or shorter than twelve months are adjusted to approximate what would have been the revenue for the twelve-month period. Also, revenues on the CFDB do not necessarily reflect the fiscal period in question. For example, a unit may be included in the 1998 post-SUF as being an active retail establishment, but the revenue information on the CFDB may reflect the 1996 fiscal year.

Therefore, using information from one source will not always provide an accurate picture of an industry. Where gaps in the data are significant, caution should be used when interpreting the results. As ESD's allocated GIFI file and the frame get more in line with each other and information from both sources are used to complement and improve on each other, results such as this should decrease in magnitude.

### *Frequency of reporting*

Statisticians are concerned with standardization to enable measurement and comparison within and across homogenous groups. Accountants are concerned with managing resources, maximizing profits, and decreasing tax burden. These two worlds have collided with the help of GIFI.

GIFI was developed by officials of CCRA, Statistics Canada, the Department of Finance, the governments of Ontario and Alberta, and in consultation with various organizations including the Canadian Institute of Chartered Accountants and software developers. What has resulted is a standardized way of reporting financial statements that is flexible enough to allow businesses to report items specific to their line of work. Although what one company reports as one type of revenue may be broken down by another company into many types of revenue, GIFI is a practical if imperfect way of getting accounting standardized for all business, regardless of industry or location. Because of this standardization, GIFI can be used as a way of understanding an industry simply by measuring items reported by units in the industry.

As noted above, income statement information can be broken down depending on how the business would like to report, but certain key items are required by all business. These are known as mandatory items. Digging down a bit deeper, revenue and expense items can be analyzed to see if there are commonalities in what retailer's report, or if there are items that no retailers report. Survey programs can use this information to make decisions regarding their questionnaires. Irrelevant questions can be omitted while areas that may require particular attention can be made more specific, and questions that are answered with certainty may signal areas where survey activity is no longer required.

Using GIFI to understand what an industry reports or doesn't report is as simple as assessing reporting frequencies for the variables of interest. Annex B shows the reporting frequencies for retail establishments from ESD allocated GIFI data<sup>24</sup>. The results are summarized below.

---

<sup>23</sup> Please refer to the "Metadata" section of the TDD website. Descriptions of the income statement variables can be found in T2\_INCOME\_STMT.

<sup>24</sup>With donor imputation the record that received imputation is also counted as reporting the item.



Overall, most businesses don't report the items in very much detail. Of the 232 revenue and expense items<sup>25</sup>, 16 are not reported at all and 156 are reported by less than 5 percent of retailers. The 60 remaining items are reported by 5 to 82 percent of retail establishments.

Of the components that aren't totals, the top reporters are good and service trade sale amount (L8000) at 77 percent, unspecified interest bank charge expense amount (L8710) at 63 percent, unspecified salaries and wages amount (L9060) at 58 percent, and insurance expense amount (L8690), also at 58 percent. Utilities expense amount (L9220) was reported 37 percent of the time. Specifically reported under Utilities were Telephone and Telecommunications Expense (L9225) at 56 percent, Electricity Expense Amount (L9221) at 9 percent, Heat Expense (L9223) at 2 percent, Fuel Cost Expense (L9224) at 2 percent, and Water Expense Amount (L9222) at 0.4 percent.

Interesting to note are the items that are reported by one or two retailers. For example, one retailer has reported Mining Income Amount (L8047) and another has reported Oil Sand Income Amount (L8049). This could be an indication of the complexity in the nature of business of the enterprises that these establishments belong to. If GIFI data is being allocated to all establishments using shares or ratios, a retail establishment may be allocated information that really only applies to another arm of the company.

This is something that has to be understood when looking at GIFI allocated information. Odd items reported in an industry may be an indication of the complexity of the enterprise that the retailer belongs to and not necessarily the complexity of the retail establishment. To ensure that the difference is understood, all sources of information, from frame, to survey data and tax data, should be consulted to get a clear idea of what situation holds true.

Given that GIFI records are sufficiently mapped to frame information and populations are well defined and understood, GIFI has the potential of being a source for financial information and may allow survey programs to focus more on attaining much needed commodity information to be used in HST revenue allocation. Therefore, with GIFI, there is the potential for the statistician to focus less on figures that are currently being reported on financial statements, and to turn their attention to details which are specifically required by the survey program in order to fill unique needs. This is especially true where the information is not available elsewhere.

## **The unincorporated retail industry**

### **The unincorporated retail industry on the post-SUF**

Unlike incorporated businesses, unincorporated businesses aren't listed on the CFDB with certainty. There are over three million unincorporated businesses in Canada, and the BR has about one million of these. Unincorporated businesses that are included on the CFDB are all employer businesses, and since the introduction of the BN<sup>26</sup>, businesses with no employees but with GST sales greater than \$30 thousand.

Looking at the unincorporated retail population, there are 62,056 establishments coded to retail belonging to 61,957 enterprises. Of these, 61,422 are in the non-integrated portion meaning that even though they are on the frame, they are still quite small and are represented on the frame with only one record as the statistical structure.

---

<sup>25</sup>Not including block totals. Revenue items are L8000 - L8299 and expense items are L8300 - L9368.

<sup>26</sup> Prior to the BN the CFDB was based on the Payroll Deduction Account (PD) and therefore only included businesses which made remittances on their PD account (employers only).

Many are very new to the frame, as indicated by the below table. The first column shows the size category based on number of employees, the second shows the count of enterprises that fall into that employment range. The next two columns show the percent of enterprises that fall into the employment range and the cumulative percent, respectively.

The table shows that most enterprises (53%) may have been recently loaded onto the BR when the conversion to the BN took place, as they are non-employers. Furthermore, 94 percent of the unincorporated enterprises are fairly small, employing less than 5 people, and unlike incorporated enterprises, there are no enterprises that employ more than 500 people.

**Table 18 - Enterprise count for unincorporated retailers, by employment category, 1998**

Number of Employees	Enterprise Count	Percent	Cumulative Percent
No employees	32,886	53.1	53.1
Less than 5	25,122	40.5	93.6
5 to less than 20	3,687	6.0	99.6
20 to less than 200	259	0.4	100.0
200 to less than 500	3	0.0	100.0
500 or more	0	0.0	100.0

Source: Business Register

The complexity criterion and counts are summarized below. Comparing this table to the same table showing the complexity of incorporated units shows very different results. Unincorporated units are virtually all simple, and therefore, the introduction of GIFI for these retail T1 units should provide an excellent source of information as most units will compare "one to one", from one BN to one national industry in one province or territory.

**Table 19 - Complexity counts for unincorporated retailers, 1998**

Complexity criterion	Enterprise Count	Establishment Count
Cross province/territory	3	10
Industry	10	17
Multiple-legal	14	16
<b>Either</b>	<b>24</b>	<b>36</b>
<b>Total</b>	<b>61,957</b>	<b>62,056</b>

Source: Business Register

The distribution of unincorporated establishments geographically and by enterprise size reveals that there are areas where unincorporated retailers virtually do not exist. The below table shows, once again, a concentration of small establishments for unincorporated enterprises. The same was noted for incorporated enterprises, but here we see that overall there are in effect no establishments for medium and large unincorporated enterprises in Canada as more than 99 percent of all unincorporated enterprises are very small or small.

**Table 20 - Count of retail establishments for unincorporated enterprises, 1998**

Province or Territory	Very Small	Small	Medium	Large	All
Newfoundland	354	1,042	2	0	1,398
PEI	93	298	0	0	391
Nova Scotia	498	1,810	6	1	2,315
New Brunswick	389	1,330	0	0	1,719
Quebec	2,606	14,408	111	3	17,128
Ontario	3,548	19,402	48	4	23,002
Manitoba	441	1,803	3	2	2,249
Saskatchewan	454	1,679	5	1	2,139
Alberta	755	3,072	15	5	3,847
British Columbia	1,536	6,187	20	0	7,743
Yukon	11	61	2	0	74
Northwest Territories	9	36	0	0	45
Nunavut	0	6	0	0	6
<b>Canada</b>	<b>10,694</b>	<b>51,134</b>	<b>212</b>	<b>16</b>	<b>62,056</b>

Source: Business Register

Although the unincorporated portion of the retail industry has very few establishments in the medium or large size grouping, these establishments do account for a relatively significant portion of revenues generated by this group. The 0.3 percent of medium or large retailers generate over \$2 billion of the \$11 billion in revenues reported on the CFDB for this population of retailers (see following table).

While this seems similar to the share of establishments of the incorporated portion to its share of revenues, the fact remains that the unincorporated portion only makes \$11 billion of the \$236 billion, or less than 5 percent of all retail revenues reported on the CFDB. Therefore, these few units may be large but their overall impact on the retail industry is still quite small.

**Table 21 - Establishment revenues and percent contribution for unincorporated enterprises, by province or territory and enterprise size, 1998**

Province or Territory	Very Small		Small		Medium		Large	
	\$000,000	%	\$000,000	%	\$000,000	%	\$000,000	%
Newfoundland	5	0.0	161	1.4	10	0.1	0	0.0
PEI	1	0.0	62	0.6	0	0.0	0	0.0
Nova Scotia	7	0.1	319	2.8	29	0.3	x	x
New Brunswick	5	0.0	219	2.0	0	0.0	0	0.0
Quebec	39	0.3	2,720	24.3	331	3.0	x	x
Ontario	51	0.5	3,259	29.1	278	2.5	x	x
Manitoba	6	0.1	335	3.0	14	0.1	x	x
Saskatchewan	6	0.1	306	2.7	33	0.3	x	x
Alberta	10	0.1	500	4.5	58	0.5	x	x
British Columbia	21	0.2	977	8.7	129	1.1	0	0.0
Yukon	0	0.0	17	0.2	13	0.1	0	0.0
Northwest Territories	0	0.0	4	0.0	0	0.0	0	0.0
Nunavut	0	0.0	1	0.0	0	0.0	0	0.0
<b>Canada</b>	<b>153</b>	<b>1.4</b>	<b>8,878</b>	<b>79.3</b>	<b>894</b>	<b>8.0</b>	<b>1,272</b>	<b>11.4</b>

Source: Business Register. Confidential information suppressed to meet secrecy requirements of the Statistics Act is denoted with an "x".

## The unincorporated retail industry on the T1 estimates database

The T1 estimates database is designed to fill the gap where information is not currently collected on GIFI. The population of interest is all businesses filing a T1 return with a fiscal period end date falling between January 1, 1998 and December 31, 1998<sup>27</sup>. The CFDB is used as a sampling frame for T1's with a BN on the base, and a supplementary frame is used for T1's with no BN on the CFDB.

T1 records go through a process similar to that of the GIFI units. Edit and imputation systems ensure the financial data is balanced, and donor imputation<sup>28</sup> is used to create records for units that were sampled from the BR but for which no record was received from CCRA.

Given the nature of the T1 estimates versus information available on GIFI, it is interesting to once again note the differences in the populations of the unincorporated units versus the incorporated units.

The unincorporated units are not on the CFDB with certainty, but one can argue that the larger units are accounted for, as these are the GST remitters and units that report employment information. Unlike incorporated units, unincorporated units tend to be small to very small, and therefore account for a much less significant part of the industry.

As a result, there is less of an emphasis put on the tax data variables derived for these units and sampling is used to produce estimates for this sub-population. The supplementary portion estimates fill the gap for the T1 units not on the CFDB.

Overall, estimates are produced for seven derived variables: total revenue, total salaries and wages, depreciation and amortization, total expense, pretax profit, value added and intermediate inputs. Each estimate is produced at the NAICS three, four, five or six digit level, by province or territory. Therefore, the information presented here will be at aggregate levels, and will reflect what is available from the T1 estimates tables.

By province or territory, one can sum all variables produced and get a general picture of the unincorporated retail industry using the total T1 estimates<sup>29</sup>. This is presented below:

---

<sup>27</sup> Unincorporated businesses are required to file for the calendar year, therefore, unlike incorporated businesses, there is no issue of calendarization which makes tax data directly applicable to the reference year in question. Tax data for incorporated businesses has to be calendarized to represent the activity for the reference year.

<sup>28</sup> Donor imputation is only used for the BR portion. For the supplementary portion missing records were accounted for by a weight adjustment. There is no allocation process for the supplementary sample.

<sup>29</sup> Includes BR and supplementary portion.

**Table 22 - The unincorporated retail industry, millions of dollars, 1998**

Province or Territory	Total Revenue	Total Salaries & Wages	Depreciation and Amortization	Total Expense	Pretax Profit	Value Added	Intermediate Inputs
NF	146	9	2	141	5	15	131
PE	46	4	1	44	2	6	40
NS	331	21	4	316	15	40	291
NB	179	15	2	171	8	25	154
QC	4,735	304	36	4,572	163	504	4,231
ON	3,224	190	52	3,044	180	423	2,801
MN	343	26	5	325	18	49	294
SK	273	17	5	253	19	41	232
AB	505	28	10	467	37	75	430
BC	1,036	69	18	1,003	33	120	915
YT	12	1	0	11	0	2	10
NT	4	0	0	4	0	1	4
NU	1	0	0	1	0	0	1
<b>Canada</b>	<b>10,834</b>	<b>685</b>	<b>135</b>	<b>10,354</b>	<b>481</b>	<b>1,301</b>	<b>9,533</b>

Source: T1 estimates

Total T1 estimates for Canada show that all unincorporated retailers generated just over \$10 billion in revenue for 1998. Table 21 in the previous section shows that unincorporated units on the CFDB accounted for just over \$11 billion in revenues for the same period. Given that the T1 estimates here are meant to reflect the overall unincorporated retail industry one would think the figure would be higher than what is presented on the CFDB for the BR portion only, but this is not the case.

The below table summarizes the same variables as presented above, but for the BR portion only, therefore, they are assumed to represent all unincorporated retailers on the CFDB.

**Table 23 - The BR portion of the unincorporated retail industry, 1998**

Province or Territory	Total Revenue	Total Salaries & Wages	Depreciation and Amortization	Total Expense	Pretax Profit	Value Added	Intermediate Inputs
NF	102	7	1	100	2	10	92
PE	30	3	0	29	1	4	26
NS	231	17	3	222	9	29	202
NB	134	12	2	128	5	19	115
QC	2,279	191	20	2,191	88	298	1,981
ON	1,691	118	27	1,625	66	211	1,480
MN	214	17	3	207	7	27	188
SK	154	11	2	148	6	20	134
AB	194	15	3	185	9	28	166
BC	445	46	7	429	16	68	377
YT	6	1	0	6	0	1	5
NT	2	0	0	2	0	0	2
NU	1	0	0	1	0	0	1
<b>Canada</b>	<b>5,481</b>	<b>439</b>	<b>68</b>	<b>5,272</b>	<b>209</b>	<b>715</b>	<b>4,766</b>

Source: T1 estimates

The revenue figures presented here compared to the CFDB figures for revenue for the same cohorts are quite different. These figures represent the activity of the smaller units on the CFDB for whom variables, such as GBI, are generated from algorithms<sup>30</sup> using administrative information on salaries and wages that is sometimes out of date and may not necessarily accurately reflect the industry in the reference period. Therefore, it is difficult to determine whether or not the differences represent possible changes in the industry not yet picked up by the frame. As GIFI financial statement information becomes available for unincorporated units, these problems should become a thing of the past.

## Conclusion

The CFDB is an efficient way of building an initial portrait of an industry. First off, CFDB concepts are familiar and, second, the frame is a temporal base that houses information on most businesses operating in Canada.

Because of the nature of the CFDB, however, having additional sources of administrative information can be used to complement and complete the picture. For example, GIFI will eventually be a source of data for all T1 and T2 businesses and will include information on variables previously not available, and for the entire population. This information can then be used to improve frame information and therefore survey population information.

In a perfect world, administrative data would follow the concepts necessary to satisfy survey and CCRA needs, and the information would easily be linked from one level to the next. Unfortunately, this is not the case. Statistics Canada measures production, or value added, at the enterprise and establishment levels, not at the store or BN level, for example. In order to use the tax data successfully, at times it needs to be manipulated to satisfy survey needs.

Despite the added work and potential ambiguity, tax data can only help to improve the frame and survey programs. Signals travel back and forth from survey programs to the frame, and tax data can play a role as a further source of information. With continuous iterations, the flow of data among the diverse sources should lead to improvements in the available information for a survey program, from target populations, to samples and finally to estimates.

The wave of the future indicates that it will be necessary to rely on administrative sources of information. Information needs are increasing and the reliance on technology for reporting information to the government provides a cheap, easy, and less burdensome way of collecting the data necessary to produce accurate and timely statistics.

---

<sup>30</sup>Castonguay, Elaine (1999). *Size Variables on the BR*, Statistics Canada.

## Appendix A - NAICS Canada Sub-Sector Descriptions

<b>Sub-Sector Code</b>	<b>Description</b>
441	Motor Vehicle and Parts Dealers
442	Furniture and Home Furnishings Stores
443	Electronics and Appliance Stores
444	Building Material and Garden Equipment and Supplies Dealers
445	Food and Beverage Stores
446	Health and Personal Care Stores
447	Gasoline Stations
448	Clothing and Clothing Accessories Stores
451	Sporting Goods, Hobby, Book and Music Stores
452	General Merchandise Stores
453	Miscellaneous Store Retailers
454	Non-Store Retailers

**Appendix B - Frequency of reporting revenue and expense items<sup>31</sup>, 1998**

GIFI Variable	% Rep <sup>32</sup>	GIFI Variable	% Rep	GIFI Variable	% Rep	GIFI Variable	% Rep	GIFI Variable	% Rep	GIFI Variable	% Rep
L8000	76.9	L8210	13.9	L8408	0.0	L8650	0.0	L8877	0.0	L9221	9.0
L8020	0.3	L8211	3.5	L8409	0.0	L8690	58.0	L8910	6.7	L9222	0.4
L8040	0.0	L8212	0.0	L8410	0.0	L8691	1.5	L8911	43.0	L9223	1.9
L8041	0.3	L8230	23.8	L8411	0.0	L8710	62.9	L8912	5.9	L9224	2.2
L8042	0.0	L8231	1.6	L8412	0.0	L8711	4.6	L8913	0.1	L9225	55.8
L8043	0.0	L8232	2.7	L8435	0.0	L8712	0.1	L8914	11.6	L9270	33.6
L8044	0.0	L8233	0.4	L8436	0.0	L8713	0.8	L8915	2.5	L9271	3.4
L8045	-	L8234	0.8	L8437	-	L8714	22.6	L8916	0.0	L9272	0.1
L8046	-	L8235	0.9	L8438	-	L8715	15.5	L8917	0.6	L9273	4.7
L8047	0.0	L8236	0.0	L8439	-	L8716	10.1	L8918	0.0	L9274	2.5
L8048	-	L8237	0.3	L8440	0.0	L8717	1.2	L8960	45.1	L9275	14.5
L8049	0.0	L8238	0.0	L8441	-	L8740	0.2	L8961	6.1	L9276	0.6
L8050	0.1	L8239	1.9	L8450	5.2	L8741	0.0	L8962	3.1	L9277	2.7
L8051	-	L8240	0.0	L8451	0.1	L8742	0.0	L8963	0.0	L9278	0.1
L8052	-	L8241	0.3	L8452	0.0	L8760	29.7	L8964	4.6	L9279	0.0
L8053	0.0	L8242	0.6	L8453	0.0	L8761	11.0	L9010	3.1	L9280	0.0
L8089	77.2	L8243	0.0	L8454	0.0	L8762	23.7	L9011	0.1	L9281	38.1
L8090	18.3	L8244	0.0	L8455	0.0	L8763	0.6	L9012	0.4	L9282	0.3
L8091	0.0	L8245	0.0	L8456	0.4	L8764	0.1	L9013	5.7	L9283	0.1
L8092	0.0	L8246	0.0	L8457	5.5	L8780	0.0	L9014	1.5	L9284	21.6
L8093	0.0	L8247	0.7	L8458	0.3	L8790	0.0	L9060	58.5	L9367	82.0
L8094	0.9	L8248	0.4	L8459	0.8	L8810	27.8	L9061	4.5	L9368	82.1
L8095	2.2	L8249	1.6	L8460	0.1	L8811	20.8	L9062	0.0	<b>L8000 - L8089</b> Total good and service sale amounts	
L8096	0.5	L8250	0.4	L8461	1.9	L8812	0.1	L9063	2.2		
L8097	0.0	L8299	81.0	L8500	29.5	L8813	2.4	L9064	1.7		
L8100	0.0	L8300	29.9	L8501	0.8	L8860	49.8	L9065	15.2		
L8101	0.0	L8301	0.8	L8502	0.2	L8861	7.2	L9066	3.8		
L8102	0.0	L8302	0.2	L8503	0.1	L8862	16.2	L9110	6.0		
L8103	0.0	L8303	0.1	L8518	69.5	L8863	2.2	L9130	25.5		
L8120	6.7	L8320	38.4	L8519	81.1	L8864	0.0	L9131	1.8		
L8121	0.0	L8340	5.1	L8520	29.0	L8865	0.1	L9132	3.2		
L8140	6.2	L8350	0.6	L8521	30.6	L8866	0.1	L9133	2.8		
L8141	4.7	L8360	1.9	L8522	5.2	L8867	0.0	L9134	2.5		
L8142	0.1	L8370	0.6	L8524	4.8	L8868	0.1	L9135	0.1		
L8150	0.3	L8400	0.0	L8570	6.2	L8869	0.2	L9136	0.0		
L8160	0.0	L8401	-	L8590	25.6	L8870	0.1	L9137	0.0		
L8161	0.0	L8402	-	L8610	0.0	L8871	10.3	L9138	0.0		
L8162	-	L8403	0.0	L8611	0.0	L8872	-	L9139	0.0		
L8163	0.0	L8404	0.0	L8620	13.0	L8873	0.0	L9180	14.0		
L8164	-	L8405	0.0	L8621	1.7	L8874	0.0	L9200	31.0		
L8165	0.0	L8406	-	L8622	7.4	L8875	0.1	L9201	1.1		
L8166	0.0	L8407	-	L8623	1.3	L8876	5.4	L9220	36.7		
										<b>L8300-L8519</b> Cost of Goods Sold including Gross Profit/Loss Amount	
										<b>L8520 - L9368</b> Operating Expenses including Total Expense Amount	

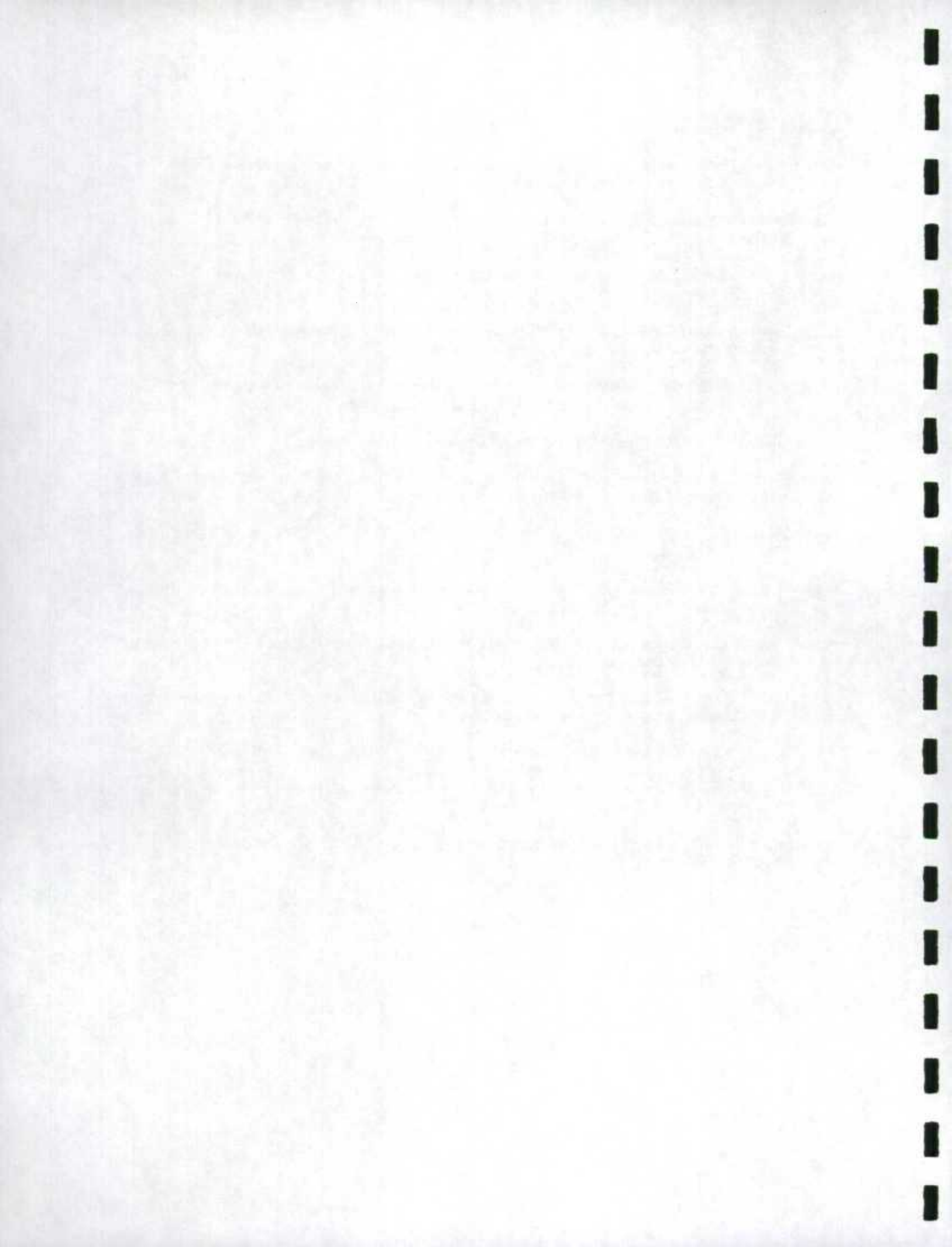
<sup>31</sup> For detailed descriptions of the variables refer to <http://tax/>.

<sup>32</sup> A dash indicates zero reporters versus 0.0 which indicates that only a handful of units reported.



## References

- Bissett, Peter (1999), *Use of Tax Data in the Production of Provincial Economic Statistics*, PIPES Technical Series no. 42, Statistics Canada.
- Bissonnette, Joël and Finch, Danny (2000), *T1 Supplementary Estimation for TEP TY98*, Statistics Canada.
- Brackstone, Gordon J. (1988), *Statistical Uses of Administrative Data: Issues and Challenges*, Statistics Canada.
- CFDB Data Dictionary: Legal, Operating, Statistical and PD Entity Files, and Associated Linkages (Sub-Annual), Version CSF 2.0*, (1990), Statistics Canada.
- Delorme, Charles (2000), *Data Allocation - A new survey process for business surveys*, Project to Improve Provincial Economic Statistics (PIPES) Technical Series no. 66, Statistics Canada.
- Girard, Claude (1999), *BRD's and BSMD's complexity flags*, Statistics Canada.
- Grant, Linda and Issa, Michael (1998), *Estimates of Information Cost to Business Respondents, 1998*, PIPES Technical Series no. 44, Statistics Canada.
- Jones, Jennifer Sarah (2000), *An Overview of the 1998 GIFI Database*, PIPES Technical Series no. 61, Statistics Canada.
- Maranda, François and Royce, Don (1999), *Task Group on Data Acquisition for Enterprises*, PIPES Technical Series no. 25, Statistics Canada.
- Smith, Philip (2000), *Challenges Involved in Using Tax Data for Statistical Purposes*, PIPES Technical Series no. 68, Statistics Canada.
- Smith, Philip (1999), *The UES Strategy to Combine Enterprise, Establishment and Legal-Entity Data*, PIPES Technical Series no. 49, Statistics Canada.
- Template of supporting documentation to accompany TY98 T1 Estimates*
- UES Survey Front-End File Layouts and Codesets: Reference year 1998*, Unified Enterprise Statistics Program, Statistics Canada.
- Underwood, Kristen (1999), *Response Analysis Follow-up Survey*, PIPES Technical Series no. 29, Statistics Canada.



## Technical Series - Index

September 25, 2001

PIPES has a series of technical paper reprints primarily for internal purposes. A list of the reprints currently available is presented below. For copies, contact Bonnie Bercik at (613) 951-6790 or Diane Proulx at (613) 951-7192, fax number (613) 951-0411 or write to Statistics Canada, 13<sup>th</sup> Floor, Jean Talon Building, Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario, K1A 0T6

1. Unified Enterprise Statistics Program – Project to Improve Provincial Economic Statistics – May 5, 1997 – PIPES Project Managers.
2. PIPES Evaluation Framework – September 15, 1997 – Philip Smith.
3. Report on the Unified Enterprise Survey & Reporting Arrangements Business Consultations – August 1997 – Guy Gellatly, Larry Murphy and Junior Smith.
4. Update on PIPES Progress: Notes for a Briefing for Federal and Provincial Finance Officials, Halifax, Nova Scotia, March 12, 1997 – Philip Smith.
5. An Overview of The Project to Improve Provincial Economic Statistics – November 1997 – George Beelen, Francine Hardy and Don Royce.
6. Using Databases to Design, Generate and Store Business Questionnaires at Statistics Canada – November 5, 1997 – Alana M. Boltwood.
7. The How and Why of Business Statistics – January 1999 – Elise Mennie. *(Not for external dissemination)*
8. An update on PIPES Fifteen Months into the Project – April 24, 1998 – Philip Smith.
9. Key Provider Manager (KPM) – 1997-98 Annual Report – May 1998 – Vicki Crompton.
10. A Framework for Planning Unified Enterprise Survey Data Collection – October 28, 1998 – Alana Boltwood.
11. Impact of the PIPES Funding on the Services Division Programme and Achievements in 1997-98 – April 1998 – Gordon Baldwin. *(Not for external dissemination)*
12. PIPES Organization and Decision-Making Structure – August 17, 1998 – Philip Smith. *(Not for external dissemination)*
13. The Central Goal of PIPES – November 17, 1997 – Philip Smith.
14. The Terminology and Framework of the Unified Enterprise Questionnaire – Revised March 1999 – Philip Smith.
15. Realizing and Measuring Quality Improvements in Provincial Economic Accounts – August 1998 – Philip Smith.
16. Annual Report 1997-98 – Ombudsman for Small Business Response Burden – July 1998, – Michael Issa. *(Not for external dissemination)*
17. Decision Making in PIPES – October 1, 1998 – Philip Smith.
18. Task Force on Electronic Data Reporting – April, 1998 – George Andrusiak, Monique Gaudreau, Laurie Hill, Anne Ladouceur, Denis Leblanc, Mario Ménard, Guy Parent, Joe Wilkinson, Doug Zinnicker.
19. PIPES Information Package – October 1998 – Philip Smith.
20. UES and the Non-Business Sectors – September 17, 1997 – Art Ridgeway.
21. CATS User Guide – April 1998 – Janet Howatson. *(Not for external dissemination)* Not available

22. Report on Collection and Data Capture Operation OID for UES 1997 – September 3, 1998 – Anne Ladouceur. *(Not for external dissemination)*
23. SDD Contribution to PIPES 1998-1999 – September 1998 – Shirley Dolan.
24. The Harmonized Sales Tax Revenue Allocation Formula – August 1998 – Karen Hall. *(Not for external dissemination)*
25. Task Group on Data Acquisition Strategy Report – July 22, 1998 – François Maranda and Don Royce.
26. Roles and Responsibilities in the Unified Enterprise Statistics Program – December 15, 1998 – George Andrusiak, Richard Barnabé, Albert Meguerditchian, Ray Ryan and Philip Smith. *(Not for external dissemination)*
27. Paper on the Project to Improve Provincial Economic Statistics from the Joint IASS/IAOS Conference – July 22, 1998 – Don Royce.
28. Respondent Relations Task Force – March 5, 1999 – Wayne Smith.
29. Response Analysis Follow-up Survey – March 1999 – Kristen Underwood.
30. Data Sharing Information Package – March 1999 – John Crysedale. *(Not for external dissemination)*
31. Coherence Analysis – Case Study from the Key Provider Manager Program – April 23, 1999 – Rachel Bernier and Julie Mandeville.
32. Evaluation of Collection Support Material used during the 1997 Unified Enterprise Survey – November 16, 1998 – Yvele Paquette.
33. Waiver Information Package – May 1999 – John Crysedale. *(Not for external dissemination)*
34. The PIPES Plan for 1999-00 – June 14, 1999 – Philip Smith. *(Not for external dissemination)*
35. BTS + Forum Post-conference Actions – April 1999 – Cornwall Conference Participants.
36. Report of the Task Force on Sources of Business Information – March 1999 – Vicki Crompton and Mark Marcogliese.
37. Field 5 Task Force Report on Improving Generic Boards – August 1999 – Mel Jones.
38. Study of Business Survey Questionnaires – June 1999 – Jason Gilmore.
39. Complexity Scale for Business Questionnaires – June 1999 – Jason Gilmore.
40. Update on PIPES – September 1999 – Philip Smith.
41. Exclusion Thresholds & Sampling Practices for Business Surveys – Implementation Strategy – September 1999 – Implementation Strategy Team.
42. Use of Tax Data in the Production of Provincial Economic Statistics – October 1999 – Peter Bissett.
43. Data Quality Survey 1996 – March 1999 – Ed Bunko. *(Not for external dissemination)*
44. Estimates of Information Cost to Business Respondents, 1998 – September 16, 1999 – Linda Grant and Michael Issa. *(Not for external dissemination)*
45. Data Security Task Force – January 1999 – Mark Steski. *(Not for external dissemination)*
46. Key Provider Manager Program – 1998-99 Program Report – June 1999 – Monique Gaudreau.
47. Treatment of Head offices and other support units in the UES – October 1999 – Charles Delorme.

48. UES Walkthrough – December 6, 1999 – Philip Smith.
49. The UES Strategy to Combine Enterprise, Establishment and Legal-Entity Data – November 29, 1999 – Philip Smith.
50. The Data Quality of the 1997 Unified Enterprise Survey (UES) Pilot – January 10, 2000 – Stuart Pursey.
51. Options for the Survey of Household Spending – January 2000 – Cynthia Baumgarten, David Binder, Louis-Marc Ducharme, Alison Hale, Albert Meguerditchian, Mike Sheridan, M.P. Singh, Philip Smith, Maryanne Webber, Brian Williams, Karen Wilson. *(Not for external dissemination)* AWAITING APPROVAL BY MIKE SHERIDAN
52. PIPES Budget Targets for 2001-02 and Beyond – March 28, 2000 – Project Management Team. *(Not for external dissemination)*
53. Unincorporated Business Statistics from the Tax Estimates Program – March 8, 2000 – Philip Smith.
54. PIPES and the Use of Statistics for Administrative Purposes – April 12, 2000 – Philip Smith.
55. Information Manual for Interviewers on the 1999 Survey of the Construction Industry – February 2000 – Claude Grenier. *(Not for external dissemination)*
56. The Conceptual and Practical Evolution of the Unified Enterprise Survey Integrated Questionnaire – May 2000 – Mario A. Vella and Annette Laurent.
57. Statistics Canada's Broad Strategy for Business Statistics – May 25, 2000 – Philip Smith.
58. Calendarizing Business Survey Data – June 2000 – Peter S. Tarasoff.
59. Report of the Task Force on Disclosure Avoidance Practices for Business Data – October 2000 – Daphne Bennett, John Crysdale, Ziad Ghanem, Pat Grainger, Tony Labilloy, Serge Lavallée, Jackie Leblanc, Robert Masse, Bruno Pépin, Randall Sheldrick, Leslie Shinder, Patricia Whitridge and Elaine Wilson. *(Not for external dissemination)*
60. Coherence Analysis of Large Enterprise Data – June 2000 – Monique Gaudreau and Jim Tebrake.
61. An Overview of the 1998 GIF Database – July 26, 2000 – Jennifer Sarah Jones.
62. Head Offices and Other Ancillary Units in the Unified Enterprise Survey – May 2000 – Malika Hamdad and Michel Tessier.
63. Exploring the Potential of EDA: Illustrated with examples from the Canadian Food Services Industry Annual Survey – June 2000 – Jim Tebrake, Daphne Bennett and Larry Murphy.
64. The Challenge of Collecting Quality Data from Large Enterprises: Lessons learned from the Key Provider Manager Approach – June 2000 – Monique Gaudreau and Janet Hughes.
65. A New Approach to Processing for the Unified Enterprise Statistics Program – An Edit and Imputation Example – June 2000 – Colleen Martin and Jean-François Laroche.
66. Data Allocation – A new survey process for business surveys – June 2000 – Charles Delorme.
67. Harmonizing Survey Content: Integrating the Annual Survey of Manufactures into the Unified Enterprise Survey – June 2000 – John Crysdale.
68. Challenges Involved in Using Tax Data for Statistical Purposes – November 27, 2000 – Philip Smith.
69. Sampling Designs for The Unified Enterprise Surveys: The Early Years – March 2001 – Michelle Simard, Claude Girard, Marie-Noëlle Parent and Jocelyn Smith.
70. A Study of the Retail Industry Using Income Tax Data – May 2001 – Lucy Abboud-Opsitnik. *(Not for external dissemination)*

## **Other documents**

PIPES Project Structure – Revised October 2000

Confidentiality of Statistical Data – April 1995 – D. Binder and L. Desramaux

The Business Register Hellerman Autocoder Project – November 1999 – Business Register Division  
(English version only)

The Why of Business Surveys – March 2000

64. Le défi que représente la collecte de données de qualité auprès des grandes entreprises : Enseignements tirés de la stratégie des gestionnaires des répondants clés – juin 2000 – Monique Gaudreau et Janet Hughes.
65. Une nouvelle stratégie de traitement des données pour le programme unifié des statistiques auprès des entreprises – Un exemple de vérification et d'imputation – juin 2000 – Colleen Martin et Jean-François Laroche.
66. Répartition des données – Un nouveau processus pour les enquêtes-entreprises – juin 2000 – Charles Delorme.
67. Harmonisation du contenu des enquêtes : Intégration de l'Enquête annuelle des manufactures à l'Enquête unifiée auprès des entreprises – juin 2000 – John Crysdale.
68. Défis liés à l'utilisation des données fiscales à des fins statistiques – le 27 novembre 2000 – Philip Smith.
69. Les plans d'échantillonnage des enquêtes unifiées sur les entreprises : Les premières années – mars 2001 – Michelle Simard, Claude Girard, Marie-Noëlle Parent et Jocelyn Smith.
70. Étude du secteur du commerce de détail à l'aide des données de l'impôt sur le revenu – mai 2001 – Lucy Abboud-Opstnik. (*Diffusion interne seulement*)

## **Autres documents**

La structure du projet du PASEP – Révisé en octobre 2000

La confidentialité des données statistiques – avril 1995 – D. Binder et L. Desramaux

The Business Register Hellerman Autocoder Project – novembre 1999 – Division du registre des entreprises  
(version anglaise seulement)

Le pourquoi des enquêtes-entreprises – mars 2000

44. Estimations des coûts d'information pour les entreprises répondantes, 1998 – le 16 septembre 1999 – Linda Grant et Michael Issa. (*Diffusion interne seulement*)
45. Groupe de travail de la sécurité des données – janvier 1999 – Mark Steski. (*Diffusion interne seulement*)
46. Programme des gestionnaires des répondants clés – Rapport de programme pour 1998-1999 – juin 1999 – Monique Gaudreau.
47. Traitement des sièges sociaux et autres unités de support dans l'EUE – le 28 octobre 1999 – Charles Delorme.
48. Tour d'horizon de l'EUE – le 6 décembre 1999 – Philip Smith.
49. Stratégie de l'EUE en vue de combiner les données au niveau de l'entreprise, de l'établissement et de l'entité légale – le 29 novembre 1999 – Philip Smith.
50. La qualité des données de l'Enquête-pilote unifiée de 1997 auprès des entreprises (EUE) – le 10 janvier 2000 - Stuart Pursey.
51. Options pour l'Enquête sur les dépenses des ménages – janvier 2000 – Cynthia Baumgarten, David Binder, Louis-Marc Ducharme, Alison Hale, Albert Meguerditchian, Mike Sheridan, M.P. Singh, Philip Smith, Maryanne Webber, Brian Williams, Karen Wilson. (*Diffusion interne seulement*) EN ATTENTE DE L'APPROBATION DE MIKE SHERIDAN
52. Budget projeté du PASEP pour les exercices 2001-2002 et ultérieurs – le 28 mars 2000 – Équipe de gestion de projet. (*Diffusion interne seulement*)
53. Statistiques sur les entreprises non constituées en société du Programme des estimations fiscales – le 8 mars 2000 – Philip Smith.
54. Le PASEP et l'utilisation des statistiques à des fins administratives – le 12 avril 2000 – Philip Smith.
55. Manuel d'information des intervieweurs – Enquête de 1999 sur l'industrie de la construction – février 2000 – Claude Grenier. (*Diffusion interne seulement*)
56. Évolution conceptuelle et pratique du questionnaire intégré de l'Enquête unifiée auprès des entreprises – mai 2000 – Mario A. Vella et Annette Laurent.
57. Stratégie générale de Statistique Canada relativement à la statistique des entreprises – le 25 mai 2000 – Philip Smith.
58. La calendrialisation des données des enquêtes-entreprises – juin 2000 – Peter S. Tarasoff.
59. Rapport du Groupe de travail sur les pratiques de contrôle de la divulgation des données sur les entreprises – octobre 2000 – Daphne Bennett, John Crysdale, Ziad Ghanem, Pat Grainger, Tony Labillois, Serge Lavallée, Jackie Leblanc, Robert Masse, Bruno Pépin, Randall Sheldrick, Leslie Shinder, Patricia Whitridge et Elaine Wilson. (*Diffusion interne seulement*)
60. Analyse de la cohérence des données sur les grandes entreprises – juin 2000 – Monique Gaudreau et Jim Tebrake.
61. Aperçu de la base de données de l'IGRF 1998 – le 26 juillet 2000 – Jennifer Sarah Jones.
62. Sièges sociaux et autres unités de soutien dans le cadre de l'Enquête unifiée auprès des entreprises – mai 2000 – Malika Hamdad et Michel Tessier.
63. Exploration des possibilités de l'EDA : Illustration à partir d'exemples de l'Enquête annuelle sur le secteur des services de restauration au Canada – juin 2000 – Jim Tebrake, Daphne Bennett et Larry Murphy.



21. Le guide de l'utilisateur du SASC – avril 1998 – Janet Howatson. (*Diffusion interne seulement*) Non disponible
22. Compte rendu de la collecte et la saisie de données DOI pour l'EUE de 1997 – le 3 septembre 1998 – Anne Ladouceur. (*Diffusion interne seulement*)
23. Contribution prévue de la DDS au PASEP, 1998-1999 – septembre 1998 – Shirley Dolan.
24. La formule de répartition des recettes de la taxe de vente harmonisée – août 1998 – Karen Hall. (*Diffusion interne seulement*)
25. Groupe de travail sur l'acquisition des données auprès des entreprises – le 22 juillet 1998 – François Maranda et Don Royce.
26. Rôles et responsabilités dans le cadre du Programme unifié des statistiques sur les entreprises – le 15 décembre 1998 – George Andrusiak, Richard Barnabé, Albert Meguerditchian, Ray Ryan et Philip Smith. (*Diffusion interne seulement*)
27. Document sur le Projet d'amélioration des statistiques économiques Provinciales de la conférence mixte de l'AISE/AISO – le 22 juillet 1998 – Don Royce.
28. Groupe de travail sur les relations avec les répondants – le 5 mars 1999 – Wayne Smith.
29. Enquête de suivi et d'analyse des réponses – mars 1999 – Kristen Underwood.
30. Dossier d'information sur le partage des données – mars 1999 – John Crysdale. (*Diffusion interne seulement*)
31. Analyse de cohérence – Étude de cas du programme des Gestionnaires des répondants clés – le 23 avril 1999 – Rachel Bemier et Julie Mandeville.
32. Évaluation des documents de soutien de la collecte utilisés durant l'Enquête unifiée sur les entreprises de 1997 – le 16 novembre 1998 – Yvele Paquette.
33. Trousse d'information sur les renoncations – mai 1999 – John Crysdale. (*Diffusion interne seulement*)
34. Plan du PASEP pour 1999-2000 – le 14 juin 1999 – Philip Smith. (*Diffusion interne seulement*)
35. Forum SCE + Mesures de suivi de la conférence – avril 1999 – Participants de la conférence de Cornwall.
36. Rapport du groupe d'étude des sources d'information sur les entreprises – mars 1999 – Vicki Crompton et Mark Marcogliese.
37. Rapport du Groupe de travail du secteur 5 sur l'amélioration de la dotation générique – août 1999 – Mel Jones.
38. Étude des questionnaires des enquêtes auprès des entreprises – juin 1999 – Jason Gilmore.
39. Échelle de complexité des questionnaires sur les entreprises – juin 1999 – Jason Gilmore.
40. Rapport sur l'avancement du PASEP – septembre 1999 – Philip Smith.
41. Seuils d'exclusion et méthodes particulières d'échantillonnage pour les enquêtes-entreprises – Stratégie de mise en oeuvre – septembre 1999 – L'Équipe de la stratégie de la mise en oeuvre.
42. Utilisation des données fiscales pour la production des statistiques économiques provinciales – octobre 1999 – Peter Bissett.
43. Enquête sur la qualité des données de 1996 – mars 1999 – Ed Bunko. (*Diffusion interne seulement*)

Dans le cadre du PASEP, on a réimprimé une série de documents techniques, principalement pour usage interne. Voici la liste des réimpressions disponibles. Pour obtenir des copies communiquez avec Bonnie Bercik au (613) 951-6790 ou Diane Proulx au (613) 951-7192, numéro de télécopieur (613) 951-0411 ou écrire à Statistique Canada, 13<sup>e</sup> étage, Immeuble Jean Talon, Parc Tunney, Ottawa, Ontario, K1A 0T6

1. Programme unifié des statistiques sur les entreprises – Projet d'amélioration des statistiques économiques provinciales – le 5 mai 1997 – Programme de Gestionnaire du PASEP.
2. Cadre d'évaluation du PASEP – le 15 septembre 1997 – Philip Smith.
3. Rapport de l'Enquête unifiée sur les entreprises et les modalités de déclaration – Consultations auprès des entreprises – août 1997 – Guy Gellatly, Larry Murphy et Junior Smith.
4. Bilan de l'évolution du PASEP : Notes d'une séance d'information à l'intention des représentants fédéral et provinciaux des finances, qui a eu lieu à Halifax (Nouvelle-Écosse), le 12 mars 1997 – Philip Smith.
5. Aperçu du Projet d'amélioration des statistiques économiques provinciales – novembre 1997 – George Beelen, Francine Hardy et Don Royce.
6. Des bases de données pour la conception, la génération et le stockage des questionnaires-entreprises à Statistique Canada – le 5 novembre 1997 – Alana M. Boltwood.
7. La statistique des entreprises : sa raison d'être – janvier 1999 – Elise Mennie. (*Diffusion interne seulement*)
8. Bilan du PASEP 15 mois après son lancement – le 24 avril 1998 – Philip Smith.
9. Programme des gestionnaires des répondants clés (GRC) – Rapport annuel pour 1997-1998 – mai 1998 – Vicki Crompton.
10. Un cadre de planification de la collecte des données de l'Enquête unifiée sur les entreprises – le 28 octobre 1998 – Alana Boltwood.
11. Répercussions du financement du PASEP sur le programme et les réalisations de la Division des services en 1997-1998 – avril 1998 – Gordon Baldwin. (*Diffusion interne seulement*)
12. L'organisation et la structure décisionnelle du PASEP – le 17 août 1998 – Philip Smith. (*Diffusion interne seulement*)
13. Les buts principaux du PASEP – le 17 novembre 1997 – Philip Smith.
14. Terminologie et cadre de référence du questionnaire de l'Enquête unifiée sur les entreprises – Révisé en mars 1999 – Philip Smith.
15. Amélioration de la qualité des statistiques économiques provinciales et mesure des changements apportés – août 1998 – Philip Smith.
16. Rapport annuel 1997-1998 – Médiateur – Fardeau de réponse de la petite entreprise – juillet 1998 – Michael Issa. (*Diffusion interne seulement*)
17. Le processus décisionnel du PASEP le 1<sup>er</sup> octobre 1998 – Philip Smith.
18. Groupe de travail sur la déclaration électronique des données (DED) – avril 1998 – George Andrusiak, Monique Gaudreau, Laurie Hill, Anne Ladouceur, Denis Leblanc, Mario Ménard, Guy Parent, Joe Wilkinson, Doug Zinnicker.
19. Trousse d'information sur le PASEP – octobre 1998 – Philip Smith.
20. LEUE et les secteurs non commerciaux – le 17 septembre 1997 – Art Ridgeway.

## Bibliographie

- BISSETT, Peter. *Use of Tax Data in the Production of Provincial Economic Statistics*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 42, Statistique Canada, 1999.
- BISSONNETTE, Joël, et Danny FINCH. *T1 Supplementary Estimation for TEP TY98*, Statistique Canada, 2001.
- BRACKSTONE, Gordon J. *Statistical Uses of Administrative Data: Issues and Challenges*, Statistique Canada, 1988.
- CFDB Data Dictionary: Legal, Operating, Statistical and PD Entity Files, and Associated Linkages (Sub-Annual), Version CSF 2.0*, Statistique Canada, 1990.
- DELORME, Charles. *Data Allocation - A new survey process for business surveys*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 66, Statistique Canada, 2000.
- GIRARD, Claude. *BRD's and BSMD's complexity flags*, Statistique Canada, 1999.
- GRANT, Linda, et Michael ISSA. *Estimates of Information Cost to Business Respondents, 1998*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 44, Statistique Canada, 1998.
- JONES, Jennifer Sarah. *An Overview of the 1998 GIFI Database*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 61, Statistique Canada, 2000.
- MARANDA, François, et Ron ROYCE. *Task Group on Data Acquisition for Enterprises*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 25, Statistique Canada, 1999.
- SMITH, Philip. *Challenges Involved in Using Tax Data for Statistical Purposes*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 68, Statistique Canada, 2000.
- SMITH, Philip. *The UES Strategy to Combine Enterprise, Establishment and Legal-Entity Data*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 49, Statistique Canada, 1999.
- Template of supporting documentation to accompany TY98 T1 Estimates*
- UES Survey Front-End File Layouts and Codesets: Reference year 1998*, Programme unifié des statistiques sur les entreprises, Statistique Canada.
- UNDERWOOD, Kristen. *Response Analysis Follow-up Survey*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 29, Statistique Canada, 1999.

## Annexe B - Fréquence de la déclaration des revenus et des dépenses<sup>31</sup>, 1998

Variable de l'IGRF	% de déc. <sup>32</sup>	Variable de l'IGRF	% de déc.	Variable de l'IGRF	% de déc.	Variable de l'IGRF	% de déc.	Variable de l'IGRF	% de déc.	Variable de l'IGRF	% de déc.
L8000	76,9	L8210	13,9	L8408	0,0	L8650	0,0	L8877	0,0	L9221	9,0
L8020	0,3	L8211	3,5	L8409	0,0	L8690	58,0	L8910	6,7	L9222	0,4
L8040	0,0	L8212	0,0	L8410	0,0	L8691	1,5	L8911	43,0	L9223	1,9
L8041	0,3	L8230	23,8	L8411	0,0	L8710	62,9	L8912	5,9	L9224	2,2
L8042	0,0	L8231	1,6	L8412	0,0	L8711	4,6	L8913	0,1	L9225	55,8
L8043	0,0	L8232	2,7	L8435	0,0	L8712	0,1	L8914	11,6	L9270	33,6
L8044	0,0	L8233	0,4	L8436	0,0	L8713	0,8	L8915	2,5	L9271	3,4
L8045	-	L8234	0,8	L8437	-	L8714	22,6	L8916	0,0	L9272	0,1
L8046	-	L8235	0,9	L8438	-	L8715	15,5	L8917	0,6	L9273	4,7
L8047	0,0	L8236	0,0	L8439	-	L8716	10,1	L8918	0,0	L9274	2,5
L8048	-	L8237	0,3	L8440	0,0	L8717	1,2	L8960	45,1	L9275	14,5
L8049	0,0	L8238	0,0	L8441	-	L8740	0,2	L8961	6,1	L9276	0,6
L8050	0,1	L8239	1,9	L8450	5,2	L8741	0,0	L8962	3,1	L9277	2,7
L8051	-	L8240	0,0	L8451	0,1	L8742	0,0	L8963	0,0	L9278	0,1
L8052	-	L8241	0,3	L8452	0,0	L8760	29,7	L8964	4,6	L9279	0,0
L8053	0,0	L8242	0,6	L8453	0,0	L8761	11,0	L9010	3,1	L9280	0,0
L8089	77,2	L8243	0,0	L8454	0,0	L8762	23,7	L9011	0,1	L9281	38,1
L8090	18,3	L8244	0,0	L8455	0,0	L8763	0,6	L9012	0,4	L9282	0,3
L8091	0,0	L8245	0,0	L8456	0,4	L8764	0,1	L9013	5,7	L9283	0,1
L8092	0,0	L8246	0,0	L8457	5,5	L8780	0,0	L9014	1,5	L9284	21,6
L8093	0,0	L8247	0,7	L8458	0,3	L8790	0,0	L9060	58,5	L9367	82,0
L8094	0,9	L8248	0,4	L8459	0,8	L8810	27,8	L9061	4,5	L9368	82,1
L8095	2,2	L8249	1,6	L8460	0,1	L8811	20,8	L9062	0,0	<b>L8000 - L8089</b> Montant total des ventes de biens et de services.	
L8096	0,5	L8250	0,4	L8461	1,9	L8812	0,1	L9063	2,2		
L8097	0,0	L8299	81,0	L8500	29,5	L8813	2,4	L9064	1,7	<b>L8090 - L8299</b> Revenus de placement, d'intérêt, de commission, de location, de pêches et autres, y compris les revenus totaux.	
L8100	0,0	L8300	29,9	L8501	0,8	L8860	49,8	L9065	15,2		
L8101	0,0	L8301	0,8	L8502	0,2	L8861	7,2	L9066	3,8		
L8102	0,0	L8302	0,2	L8503	0,1	L8862	16,2	L9110	6,0		
L8103	0,0	L8303	0,1	L8518	69,5	L8863	2,2	L9130	25,5		
L8120	6,7	L8320	38,4	L8519	81,1	L8864	0,0	L9131	1,8	<b>L8300-L8519</b> Coût des biens vendus, y compris les pertes et les profits bruts.	
L8121	0,0	L8340	5,1	L8520	29,0	L8865	0,1	L9132	3,2		
L8140	6,2	L8350	0,6	L8521	30,6	L8866	0,1	L9133	2,8		
L8141	4,7	L8360	1,9	L8522	5,2	L8867	0,0	L9134	2,5	<b>L8520 - L9368</b> Charges d'exploitation, y compris les dépenses totales.	
L8142	0,1	L8370	0,6	L8524	4,8	L8868	0,1	L9135	0,1		
L8150	0,3	L8400	0,0	L8570	6,2	L8869	0,2	L9136	0,0		
L8160	0,0	L8401	-	L8590	25,6	L8870	0,1	L9137	0,0		
L8161	0,0	L8402	-	L8610	0,0	L8871	10,3	L9138	0,0		
L8162	-	L8403	0,0	L8611	0,0	L8872	-	L9139	0,0		
L8163	0,0	L8404	0,0	L8620	13,0	L8873	0,0	L9180	14,0		
L8164	-	L8405	0,0	L8621	1,7	L8874	0,0	L9200	31,0		
L8165	0,0	L8406	-	L8622	7,4	L8875	0,1	L9201	1,1		
L8166	0,0	L8407	-	L8623	1,3	L8876	5,4	L9220	36,7		

<sup>31</sup> Pour une description détaillée des variables, consulter le site <http://tax/>.

<sup>32</sup> Un tiret indique qu'il n'y a eu aucun déclarant, et 0,0, qu'il n'y en a eu que quelques-uns.

## Annexe A - Liste des sous-secteurs du SCIAN - Canada

Code du sous-secteur	Description
441	Marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces
442	Magasins de meubles et d'accessoires de maison
443	Magasins d'appareils électroniques et ménagers
444	Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardin
445	Magasins d'alimentation
446	Magasins de produits de santé et de soins personnels
447	Stations-service
448	Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires
451	Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres
452	Magasins de fournitures de tout genre
453	Magasins de détail divers
454	Détaillants hors magasin

## Conclusion

La BDRC constitue un outil efficace pour broser le tableau initial d'une branche d'activité. Premièrement, les concepts de la BDRC nous sont familiers et, deuxièmement, la BDRC est une base de sondage temporelle regroupant des données sur la plupart des entreprises en exploitation au Canada.

Toutefois, en raison de la nature de la BDRC, des sources de données administratives supplémentaires peuvent être utilisées pour compléter le tableau. L'IGRF, par exemple, sera plus tard une source de données sur toutes les entreprises présentant des déclarations T1 et T2, et il regroupera des renseignements sur des variables qui n'étaient pas disponibles auparavant, et ce pour toute la population observée. Ces renseignements pourront alors être utilisés pour améliorer la base de sondage et, par ricochet, les données sur la population visée par les enquêtes.

Dans un monde idéal, les données administratives seraient fondées sur les concepts dont ont besoin les responsables des enquêtes et l'ADRC pour répondre à leurs besoins, et il serait facile de d'établir des liens d'un niveau à l'autre. Ce n'est malheureusement pas le cas. Statistique Canada mesure la production, ou la valeur ajoutée, aux niveaux de l'entreprise et de l'établissement, et non aux niveaux du magasin ou du NE, par exemple. Pour tirer parti des données fiscales, il faut parfois les manipuler afin de répondre aux besoins des enquêtes.

Malgré le travail supplémentaire et l'ambiguïté potentielle qu'elles supposent, les données fiscales ne peuvent qu'améliorer la base de sondage et les programmes d'enquête. Les signaux vont et viennent entre les programmes d'enquête et la base de sondage, et les données fiscales peuvent jouer le rôle de source d'information supplémentaire. Les données provenant de diverses sources par cycles répétés devraient permettre d'améliorer l'information dont dispose un programme d'enquête, des populations cibles jusqu'aux échantillons et, finalement, aux estimations.

Tout indique que, à l'avenir, il sera nécessaire de compter sur des données administratives. Les besoins en information vont en augmentant, et la déclaration électronique de données au gouvernement constitue un moyen économique, facile et moins fastidieux de compiler les renseignements requis pour produire des statistiques exactes et actuelles.

Le total des estimations T1 pour le Canada montre que tous les détaillants non constitués en société ont généré des revenus d'un peu plus de 10 milliards de dollars en 1998. Le tableau 21 de la section précédente indique que les unités non constituées en société dans la BDRC comptaient pour un peu plus de 11 milliards de dollars de revenu pour la même période. Étant donné que les estimations T1 sont censées représenter ici le tableau d'ensemble du secteur du commerce de détail formé par les unités non constituées en société, on pourrait penser que ce chiffre serait plus élevé que celui correspondant à la portion du RE seulement, mais ce n'est pas le cas.

Le tableau suivant résume les mêmes variables que celles ci-dessus, mais pour la portion du RE seulement. On suppose donc qu'il représente tous les détaillants non constitués en société de la BDRC.

**Tableau 23 - Portion du RE des entreprises non constituées en société, 1998**

Province ou territoire	Total des revenus	Total - Salaires et traitements	Dépréciation et amortissement	Dépenses totales	Bénéfices avant impôt	Valeur ajoutée	Intrants intermédiaires
T.-N.	102	7	1	100	2	10	92
Î.-P.-É.	30	3	0	29	1	4	26
N.-É.	231	17	3	222	9	29	202
N.-B.	134	12	2	128	5	19	115
Québec	2 279	191	20	2 191	88	298	1 981
Ontario	1 691	118	27	1 625	66	211	1 480
Manitoba	214	17	3	207	7	27	188
Sask.	154	11	2	148	6	20	134
Alberta	194	15	3	185	9	28	166
C.-B.	445	46	7	429	16	68	377
Yukon	6	1	0	6	0	1	5
T. N.-O.	2	0	0	2	0	0	2
Nunavut	1	0	0	1	0	0	1
<b>Canada</b>	<b>5 481</b>	<b>439</b>	<b>68</b>	<b>5 272</b>	<b>209</b>	<b>715</b>	<b>4 766</b>

Source : Estimations T1

Les chiffres présentés ici sont très différents des chiffres de la BDRC concernant les revenus des mêmes cohortes. Ces chiffres-ci représentent l'activité des plus petites unités de la BDRC pour lesquelles des variables, comme le revenu brut de l'entreprise, sont générées à partir d'algorithmes<sup>30</sup> utilisant des données administratives sur les salaires et les traitements qui sont parfois désuètes et qui peuvent ne pas représenter fidèlement la branche d'activité pendant la période de référence. Il est donc difficile de déterminer si les différences sont dues à des changements possibles survenus dans la branche d'activité, mais non encore pris en compte dans la base de sondage. Ces problèmes seront choses du passé dès que l'information financière de l'IGRF sur les unités non constituées en société sera disponible.

<sup>30</sup> Elaine Castonguay, *Size Variables on the BR*, Statistique Canada, 1999.

enregistrements pour les unités du RE échantillonnées mais pour lesquelles l'ADRC n'a transmis aucun enregistrement.

Compte tenu de la nature des estimations T1 par rapport à l'information de l'IGRF, il est intéressant de signaler encore une fois les différences entre les unités non constituées en société et les unités constituées en société.

Même si les unités non constituées en société ne figurent pas toutes dans la BDRC, on peut avancer que les plus grandes d'entre elles y sont, puisqu'elles doivent faire des versements de TPS et communiquer des renseignements sur l'emploi. Contrairement aux unités constituées en société, les unités non constituées en société ont tendance à être petites ou très petites, et elles comptent donc pour une partie moins considérable de la branche d'activité.

C'est pourquoi on accorde moins d'importance aux variables des données fiscales établies pour ces unités, et on utilise une technique d'échantillonnage pour produire des estimations relativement à cette sous-population. La portion supplémentaire comble la lacune laissée par les déclarants T1 qui ne sont pas dans la BDRC.

Dans l'ensemble, des estimations sont produites pour sept variables calculées : le total des revenus, le total des salaires et des traitements, la dépréciation et l'amortissement, les dépenses totales, les bénéfices avant impôt, la valeur ajoutée et les intrants intermédiaires. Chaque estimation est produite au niveau de trois, quatre, cinq ou six chiffres du SCIAN, par province ou territoire. Les renseignements présentés ici sont donc agrégés et reflètent les données disponibles dans les tables d'estimations T1.

Il est possible de résumer toutes les variables produites et d'avoir une idée d'ensemble du secteur du commerce de détail formé par les entreprises non constituées en société, par province ou territoire, en utilisant les estimations totales T1<sup>29</sup>. Voici ce résumé.

**Tableau 22 - Entreprises de vente au détail non constituées en société, millions de dollars, 1998**

Province ou territoire	Total des revenus	Total - Salaires et traitements	Dépréciation et amortissement	Dépenses totales	Bénéfices avant impôt	Valeur ajoutée	Intrants intermédiaires
T.-N.	146	9	2	141	5	15	131
I.-P.-É.	46	4	1	44	2	6	40
N.-É.	331	21	4	316	15	40	291
N.-B.	179	15	2	171	8	25	154
Québec	4 735	304	36	4 572	163	504	4 231
Ontario	3 224	190	52	3 044	180	423	2 801
Manitoba	343	26	5	325	18	49	294
Sask.	273	17	5	253	19	41	232
Alberta	505	28	10	467	37	75	430
C.-B.	1 036	69	18	1 003	33	120	915
Yukon	12	1	0	11	0	2	10
T. N.-O.	4	0	0	4	0	1	4
Nunavut	1	0	0	1	0	0	1
<b>Canada</b>	<b>10 834</b>	<b>685</b>	<b>135</b>	<b>10 354</b>	<b>481</b>	<b>1 301</b>	<b>9 533</b>

Source : Estimations T1

<sup>29</sup> Comprend le RE et la portion supplémentaire.



dans la BDRC. Donc, même si ces quelques unités sont importantes, leur incidence globale sur le secteur du commerce de détail est néanmoins très faible.

**Tableau 21 - Revenus des établissements et contribution en pourcentage aux entreprises non constituées en société, par province ou territoire et taille des entreprises, 1998**

Province ou territoire	Très petites		Petites		Moyennes		Grandes	
	000 000 \$	%	000 000 \$	%	000 000 \$	%	000 000 \$	%
Terre-Neuve	5	0,0	161	1,4	10	0,1	0	0,0
Î.-P.-É.	1	0,0	62	0,6	0	0,0	0	0,0
Nouvelle-Écosse	7	0,1	319	2,8	29	0,3	x	x
Nouveau-Brunswick	5	0,0	219	2,0	0	0,0	0	0,0
Québec	39	0,3	2 720	24,3	331	3,0	x	x
Ontario	51	0,5	3 259	29,1	278	2,5	x	x
Manitoba	6	0,1	335	3,0	14	0,1	x	x
Saskatchewan	6	0,1	306	2,7	33	0,3	x	x
Alberta	10	0,1	500	4,5	58	0,5	x	x
C.-B.	21	0,2	977	8,7	129	1,1	0	0,0
Yukon	0	0,0	17	0,2	13	0,1	0	0,0
T.N.-O.	0	0,0	4	0,0	0	0,0	0	0,0
Nunavut	0	0,0	1	0,0	0	0,0	0	0,0
<b>Canada</b>	<b>153</b>	<b>1,4</b>	<b>8 878</b>	<b>79,3</b>	<b>894</b>	<b>8,0</b>	<b>1 272</b>	<b>11,4</b>

Source : Registre des entreprises - Les renseignements confidentiels (remplacés par un « x ») ont été supprimés pour respecter les exigences de la *Loi sur la statistique*.

## Entreprises de vente au détail non constituées en société dans la base de données des estimations T1

La base de données des estimations T1 a été conçue pour combler les lacunes de l'IGRF. La population cible est formée de toutes les entreprises déposant une déclaration T1 pour une période comptable se terminant entre le 1<sup>er</sup> janvier 1998 et le 31 décembre de la même année<sup>27</sup>. La BDRC est utilisée comme base de sondage pour les T1 associées à un NE, et une base de sondage supplémentaire est utilisée pour les T1 auxquelles aucun NE n'est associé dans la BDRC.

Les données des déclarations T1 sont traitées d'une façon semblable aux données de l'IGRF. On s'assure que les données financières sont équilibrées grâce à des systèmes de vérification et d'imputation, et la technique d'imputation par enregistrement donneur<sup>28</sup> est utilisée afin de créer des

<sup>27</sup> Les entreprises non constituées en société sont tenues de présenter une déclaration pour l'année civile. Contrairement aux entreprises constituées en société, il n'y a donc pas lieu de recourir à une méthode de conversion des données fiscales puisque celles-ci sont directement applicables à l'année de référence concernée. Les données fiscales des entreprises constituées en société doivent être converties afin de représenter l'activité de l'année de référence.

<sup>28</sup> La technique d'imputation par enregistrement donneur n'est utilisée que pour la portion du RE. Dans le cas de la portion supplémentaire, les enregistrements manquants sont pris en compte en rajustant les poids. Il n'y a aucun processus de répartition pour l'échantillon supplémentaire.

**Tableau 19 - Nombre d'unités complexes non constituées en société, 1998**

Facteurs de complexité	Nombre d'entreprises	Nombre d'établissements
Plus d'une province ou d'un territoire	3	10
Branche d'activité	10	17
Entités légales multiples	14	16
<b>L'un ou l'autre</b>	<b>24</b>	<b>36</b>
<b>Total</b>	<b>61 957</b>	<b>62 056</b>

Source : Registre des entreprises

La répartition des établissements non constitués en société selon la région géographique et leur taille montre que les détaillants non constitués en société sont presque absents de certaines régions. À l'examen du tableau ci-dessous, nous constatons encore une fois que les entreprises non constituées en société comptent surtout de petits établissements. La même constatation a été faite pour les entreprises constituées en société, mais nous voyons ici que, dans l'ensemble, il n'y a pas d'établissement relevant de moyennes et de grandes entreprises au Canada puisque plus de 99 % de toutes les entreprises non constituées en société sont très petites ou petites.

**Tableau 20 - Nombre d'établissements de vente au détail des entreprises non constituées en société, 1998**

Province ou territoire	Très petits	Petits	Moyens	Grands	Tous
Terre-Neuve	354	1 042	2	0	1 398
Île-du-Prince-Édouard	93	298	0	0	391
Nouvelle-Écosse	498	1 810	6	1	2 315
Nouveau-Brunswick	389	1 330	0	0	1 719
Québec	2 606	14 408	111	3	17 128
Ontario	3 548	19 402	48	4	23 002
Manitoba	441	1 803	3	2	2 249
Saskatchewan	454	1 679	5	1	2 139
Alberta	755	3 072	15	5	3 847
Colombie-Britannique	1 536	6 187	20	0	7 743
Yukon	11	61	2	0	74
T.N.-O.	9	36	0	0	45
Nunavut	0	6	0	0	6
<b>Canada</b>	<b>10 694</b>	<b>51 134</b>	<b>212</b>	<b>16</b>	<b>62 056</b>

Source : Registre des entreprises

Bien que la portion du secteur du commerce de détail formée d'unités non constituées en société ne compte que très peu d'établissements dans les catégories des moyennes ou des grandes entreprises, ces établissements comptent malgré tout pour une partie relativement considérable des revenus générés par ce groupe. Les détaillants de moyenne ou de grande importance, qui constituent 0,3 % de tous les détaillants, génèrent plus de deux milliards de dollars sur les 11 milliards de revenus déclarés dans la BDRC pour cette population de détaillants (voir le tableau suivant).

Même si ces chiffres semblent semblables à ceux des établissements constitués en société, il n'en demeure pas moins que la portion formée d'unités non constituées en société ne génère que 11 milliards de dollars des 236 milliards de revenus, soit moins de 5 % de tous les revenus des détaillants déclarés

# Entreprises de vente au détail non constituées en société

## Entreprises de vente au détail non constituées en société dans le FUE rajusté

Contrairement aux entreprises constituées en société, les entreprises non constituées en société ne figurent pas toutes dans la BDRC. Il y a plus de trois millions d'entreprises non constituées en société au Canada, et environ un million d'entre elles figurent dans le RE. Toutes les entreprises avec salariés non constituées en société figurent dans la BDRC. En outre, depuis la mise en place du NE<sup>26</sup>, les entreprises sans salariés mais dont le chiffre d'affaires est supérieur à 30 000 dollars (qui perçoivent la TPS) y figurent également.

Pour ce qui est des unités de vente au détail non constituées en société, nous constatons que 62 056 établissements relèvent de 61 957 entreprises. De ce nombre, 61 422 sont dans la partie non intégrée, ce qui signifie que, même si elles sont prises en compte dans la base de sondage, il n'en demeure pas moins qu'elles sont très petites et qu'elles y sont représentées avec seulement un enregistrement.

Nombre de ces entreprises sont nouvellement intégrées à la base de sondage, comme l'indique le tableau ci-dessous. La première colonne indique la tranche de taille des entreprises en fonction du nombre de salariés, et la deuxième montre le nombre d'entreprises par tranche. Les troisième et quatrième colonnes indiquent respectivement le pourcentage d'entreprises dans les tranches de taille et le pourcentage cumulatif.

On constate que la plupart des entreprises (53 %) peuvent avoir été récemment intégrées au RE au moment de la conversion au NE puisqu'elles sont sans salariés. De plus, 94 % des entreprises non constituées en société sont passablement petites, car elles emploient moins de cinq personnes. Enfin, contrairement aux entreprises constituées en société, aucune de ces entreprises n'emploie plus de 500 personnes.

**Tableau 18 - Nombre d'entreprises non constituées en société par nombre de salariés, 1998**

Nombre de salariés	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulatif
Aucun salarié	32 886	53,1	53,1
Moins de 5 salariés	25 122	40,5	93,6
De 5 à 19 salariés	3 687	6,0	99,6
De 20 à 199 salariés	259	0,4	100,0
De 200 à 499 salariés	3	0,0	100,0
500 salariés ou plus	0	0,0	100,0

Source : Registre des entreprises

Les facteurs de complexité et le nombre d'entreprises complexes sont présentés dans le tableau ci-dessous. La comparaison de ces données avec celles portant sur la complexité des entreprises constituées en société met au jour des résultats très différents. Les unités non constituées en société sont presque toutes simples. Par conséquent, l'IGRF devrait être une excellente source de renseignements concernant ces déclarants T1, étant donné que des comparaisons individuelles pourront être effectuées dans la plupart des cas, entre un NE et une branche d'activité à l'échelle nationale dans une province ou un territoire.

<sup>26</sup> Avant l'adoption du NE, la BDRC était fondée sur le compte de retenue sur la paye. Par conséquent, seules les entreprises effectuant ce genre de versements (employeurs) y figuraient.

des dépenses pour y déceler des points communs, ou déterminer s'il existe des postes pour lesquels aucun détaillant ne déclare de données. Les responsables des enquêtes peuvent se servir de cette information pour prendre des décisions relativement à leurs questionnaires. Les questions non pertinentes peuvent être supprimées, les points appelant une attention particulière peuvent être précisés et les questions auxquelles on répond avec certitude peuvent dénoter des points où l'enquête n'est plus requise.

Pour comprendre, à l'aide de l'IGRF, ce que les unités d'une branche d'activité déclarent ou ne déclarent pas, il suffit d'évaluer la fréquence de la déclaration des variables d'intérêt. On trouvera à l'annexe B des données sur la fréquence des déclarations des établissements de vente au détail extraites du fichier des données réparties de la DSE<sup>24</sup>. Les résultats sont résumés ci-dessous.

Dans l'ensemble, la plupart des entreprises ne déclarent pas les éléments avec beaucoup de détail. Sur les 232 postes des revenus et dépenses<sup>25</sup>, 16 ne sont pas déclarés du tout et 156 sont déclarés par moins de 5 % des détaillants. Les 60 autres postes sont déclarés par 5 % à 82 % des établissements de vente au détail.

Parmi les éléments qui ne constituent pas des totaux, les postes les plus souvent déclarés sont le montant des ventes de produits et de services (L8000, à 77 %), les intérêts des frais bancaires indéterminés (L8710, à 63 %), les salaires et les traitements indéterminés (L9060, à 58 %) et les dépenses d'assurance (L8690, également à 58 %). Les dépenses au titre des services publics (L9220) ont été déclarées dans 37 % des cas. À ce chapitre, les dépenses spécifiquement déclarées étaient les suivantes : téléphone et télécommunications (L9225, à 56 %), électricité (L9221, à 9 %), chauffage (L9223, à 2 %), combustible (L9224, à 2 %) et alimentation en eau (L9222, à 0,4 %).

Il est intéressant de signaler les postes déclarés par un ou deux détaillants seulement. Par exemple, un détaillant a déclaré des revenus d'exploitation minière (L8047) et un autre a déclaré des revenus d'exploitation de sables bitumineux (L8049). Cela pourrait être une indication de la complexité de la nature des activités des entreprises desquelles ces établissements relèvent. Si les données de l'IGRF sont réparties entre tous les établissements au moyen de ratios, il est possible que des données soient attribuées à un établissement de vente au détail alors qu'elles s'appliquent en réalité à une autre division de la compagnie.

Il est important de comprendre cela en travaillant avec les données réparties de l'IGRF. Les éléments curieux déclarés par des unités d'une branche d'activité peuvent être révélateurs de la complexité de l'entreprise de laquelle relève le détaillant et pas nécessairement de la complexité de l'établissement de vente au détail. Pour s'assurer de bien saisir la différence, toutes les sources d'information, soit la base de sondage, les données d'enquête et les données fiscales, doivent être consultées afin d'obtenir une idée juste de la situation.

Comme il y a suffisamment de correspondances entre les enregistrements de l'IGRF et les données de la base de sondage et comme les populations sont bien définies et comprises, l'IGRF peut se révéler une source d'informations financières et permettre aux responsables des enquêtes de se concentrer sur les données relatives aux biens dont ils ont tellement besoin pour répartir les recettes tirées de la TVH. L'IGRF permet donc aux statisticiens de s'attarder moins aux chiffres déclarés sur les états financiers et de porter leur attention sur les détails dont ont besoin les responsables des enquêtes pour répondre à leurs exigences uniques. Cette remarque est particulièrement vraie lorsque l'information n'est pas disponible ailleurs.

---

<sup>24</sup> Dans les cas d'imputation par enregistrement donneur, on considère que l'enregistrement pour lequel des données sont imputées a également déclaré l'élément en question.

<sup>25</sup> Ne comprend pas les totaux. Les postes des revenus vont de L8000 à L8299 et les postes des dépenses, de L8300 à L9368.

Bien que chaque unité de l'IGRF corresponde à une unité de la base de sondage et que les unités manquantes soient imputées<sup>22</sup>, l'information peut également signifier que, dans l'ensemble, les unités de la tranche de taille ne sont pas fidèlement représentées dans la base de sondage. Elle peut aussi signifier que, même au sein d'une même tranche de taille, seuls certains détaillants ont survécu et, par conséquent, les données de l'IGRF ne portent, par exemple, que sur les plus « grosses » des très petites entreprises. Comme les valeurs des autres unités sont imputées à partir des données des unités déclarantes, les chiffres de l'IGRF surestiment peut-être le véritable secteur du commerce de détail pour cette tranche de taille.

La définition du revenu diffère également d'une source d'information à une autre. Par exemple, la variable utilisée pour représenter le revenu dans l'IGRF est le « montant total des revenus » pour l'année financière, ce qui comprend le montant des ventes de biens et de services, les produits des avoirs, les revenus d'investissement et les revenus de location, entre autres<sup>23</sup>. Dans l'étude des données réparties de l'IGRF, le revenu d'un établissement représenterait les revenus consolidés du ou des NE liés à une entreprise, ventilés entre les différents établissements qui la composent.

Dans le cas du FUE rajusté, les revenus d'exploitation pour une année financière donnée correspondent aux revenus touchés (ou à recevoir) pour la vente de biens et/ou de services par l'unité d'exploitation. Ces revenus sont consignés annuellement, ce qui signifie que les sommes couvrant une période plus longue ou plus courte que douze mois sont rajustées afin d'obtenir un montant approximatif correspondant aux revenus pour une période d'une année. De plus, la définition des revenus de la BDRC n'est pas nécessairement associée à la période financière en question. Ainsi, une unité peut être inscrite dans le FUE rajusté de 1998 comme un établissement de vente au détail actif mais, dans la BDRC, les données sur les revenus peuvent être celles de l'année financière 1996.

L'utilisation des données extraites d'une seule source d'information ne donnera pas toujours une image exacte d'une branche d'activité. Il y a lieu de faire preuve de prudence dans l'interprétation des résultats lorsque les lacunes statistiques sont importantes. Au fur et à mesure que le fichier des données réparties de l'IGRF de la DSE et que la base de sondage s'harmoniseront et que les données des deux sources se compléteront, les résultats de ce genre devraient diminuer.

### *Fréquence des déclarations*

Les statisticiens s'intéressent à l'uniformisation afin de pouvoir procéder à des évaluations et à des comparaisons au sein de groupes homogènes et entre ces groupes. Les comptables s'intéressent quant à eux à la gestion des ressources, à l'augmentation des bénéfices et à la diminution du fardeau fiscal. Ces deux mondes se sont rencontrés dans le contexte de l'IGRF.

L'IGRF a été mis au point par des représentants de l'ADRC, de Statistique Canada, du ministère des Finances et des gouvernements de l'Ontario et de l'Alberta ainsi qu'en consultation avec divers organismes, comme l'Institut canadien des comptables agréés, et des concepteurs de logiciels. L'IGRF est une méthode uniformisée de déclaration de l'information financière, suffisamment souple pour permettre aux entreprises de déclarer des éléments propres à leur secteur d'activité. Même si les données d'une compagnie concernant un type de revenu peuvent être divisées par une autre compagnie en de nombreux types de revenu, l'IGRF est une méthode pratique, quoique perfectible, d'uniformiser les pratiques comptables de toutes les entreprises, peu importe leur branche d'activité ou leur emplacement. Cette uniformisation permet d'utiliser l'IGRF pour comprendre une branche d'activité tout simplement en mesurant les éléments déclarés par les unités faisant partie de la branche.

Comme nous l'avons signalé ci-dessus, l'état des résultats peut être ventilé selon les préférences de l'entreprise, mais toutes les entreprises sont tenues de déclarer certains éléments clés (éléments obligatoires). En examinant ces éléments de plus près, nous pouvons analyser les postes des revenus et

<sup>22</sup> Le taux d'imputation global pour la base de données de l'IGRF de 1998 s'établit à 37,4 %.

<sup>23</sup> Veuillez consulter la section « Métadonnées » du site Web de la Division des données fiscales. La description des variables de l'état des résultats se trouve à [T2\\_INCOME\\_STMT](#).

province ou territoire et par tranche de taille aux données sur les revenus se trouvant dans la base de sondage met au jour des différences importantes<sup>21</sup>.

**Tableau 17 - Données de l'IGRF et du FUE rajusté sur les revenus des établissements des très petites entreprises, 1998**

Province ou territoire	IGRF		FUE rajusté		Revenus du FUE rajusté en % des revenus de l'IGRF
	Revenus	Pourcentage des revenus totaux (IGRF)	Revenus	Pourcentage des revenus totaux (FUE rajusté)	
Terre-Neuve	9 941 645	1,0	2 569 091	1,7	25,8
Î.-P.-É.	3 111 206	0,3	537 183	0,4	17,3
N.-É.	16 090 532	1,6	3 701 302	2,5	23,0
N.-B.	19 194 430	1,9	3 011 597	2,0	15,7
Québec	307 940 314	30,8	43 445 429	28,9	14,1
Ontario	366 924 188	36,7	50 419 063	33,5	13,7
Manitoba	15 042 962	1,5	3 562 496	2,4	23,7
Saskatchewan	15 962 782	1,6	3 436 847	2,3	21,5
Alberta	107 763 774	10,8	18 076 876	12,0	16,8
C.-B.	136 374 259	13,7	21 688 968	14,4	15,9
Yukon	196 331	0,0	64 198	0,0	32,7
T.N.-O.	81 256	0,0	36 727	0,0	45,2
Nunavut	1 001	0,0	5	0,0	0,5
<b>Canada</b>	<b>998 624 680</b>	<b>100,0</b>	<b>150 549 782</b>	<b>100,0</b>	<b>15,1</b>

Source : Fichier des données réparties de l'IGRF et Registre des entreprises

Le tableau indique les revenus (en dollars) des établissements des très petites entreprises selon les données de l'IGRF et du FUE rajusté. Les colonnes « Pourcentage du total » montrent la répartition des revenus par province ou territoire selon l'IGRF et le FUE rajusté, et la dernière colonne de droite indique les revenus selon le FUE rajusté exprimés en pourcentage des revenus selon l'IGRF.

Les colonnes « Pourcentage du total » montrent que la répartition des revenus entre les provinces ou les territoires dans cette tranche de taille est semblable si on compare les données de l'IGRF et celles du FUE rajusté. Cependant, la colonne « Revenus du FUE rajusté en % des revenus de l'IGRF » indique que, dans chaque province ou territoire, le FUE rajusté sous-estime le niveau d'activité du secteur du commerce de détail, dans des proportions pouvant parfois atteindre 99,5 points de pourcentage. En fait, dans le meilleur des cas, 45 % seulement des revenus de l'IGRF associés à ces établissements de vente au détail se retrouvent dans le FUE rajusté.

Ce genre de différence dénote une branche d'activité en transition. Il est possible qu'une entreprise relève un jour du secteur de la fabrication et le jour suivant, du secteur du commerce de détail ou de l'expédition. Cela est particulièrement vrai dans le cas des petites entreprises. Ce type d'information peut témoigner de changements dont n'a pas encore tenu compte la base de sondage.

<sup>21</sup> Les plus importantes différences ont été repérées dans la catégorie des « très petites » entreprises et incluses ici. Les tableaux sur les autres tranches de taille sont disponibles sur demande auprès de l'auteur.

**Tableau 15 - Variables de l'IGRF par entreprise, 1998**

Variabes	Très petites entreprises	Petites entreprises	Moyennes entreprises	Grandes entreprises	Toutes les entreprises
Revenus moyens	48 894	693 064	8 175 857	117 886 364	2 037 758
Dépenses moyennes	49 628	680 654	8 064 427	115 392 045	2 001 273
Bénéfices moyens	-734	12 481	111 430	2 492 045	36 519
Actif moyen	57 801	279 047	2 502 006	193 364 773	1 879 659
Passif moyen	49 041	199 433	1 910 467	118 662 500	1 205 090
Valeur nette moyenne	8 810	79 626	591 540	74 702 273	674 587

Source : Fichier des données réparties de l'IGRF

Selon les données de l'IGRF, les établissements d'une entreprise de vente au détail ont généré en moyenne des revenus de deux millions de dollars en 1998. Ce chiffre varie grandement selon la taille de l'entreprise : de 48 000 dollars en moyenne pour les très petites entreprises à 117 millions en moyenne pour les grandes entreprises. Cela signifie qu'un grand nombre d'entreprises relativement petites génèrent un niveau passablement faible de revenu. Nous avons vu que la plupart des détaillants se trouvaient dans la catégorie des petites entreprises et à ce titre, par le simple poids de leur nombre, ces unités influent sur les éléments moyens de l'état des résultats et du bilan.

Un autre point qui ressort est la différence au regard de la contribution des éléments des états des résultats par tranche de taille aux éléments du bilan. Le tableau ci-dessous montre que les grandes entreprises ont moins de la moitié des revenus et des dépenses dans le secteur du commerce de détail, mais qu'elles engrangent plus de 50 % des bénéfices. En outre, le degré d'investissement et de dette et la valeur nette totale des grandes entreprises surpasse de beaucoup celui de toutes les autres entreprises regroupées. On peut y voir une indication de la diversité de l'activité de ces entreprises. Celles-ci ont aussi tendance à œuvrer dans plus d'une branche. Dans l'exemple précédent de la raffinerie de pétrole qui a également des activités de vente au détail, il est possible qu'une branche exige un investissement et des dépenses en capital considérables, qui contribuent aux montants associés à la vente au détail.

**Tableau 16 - Part des variables de l'IGRF par tranche de taille des entreprises, 1998**

Variabes	Très petites	Petites	Moyennes	Grandes
Revenus totaux	0,4	25,2	30,3	44,1
Dépenses totales	0,4	25,2	30,4	44,0
Bénéfices totaux	-0,4	25,3	23,1	52,0
Actif total	0,5	11,0	10,1	78,4
Passif total	0,7	12,2	12,0	75,1
Valeur nette totale	0,2	8,7	6,6	84,4

Source : Fichier des données réparties de l'IGRF

Ici encore, les données ci-dessus peuvent être examinées de plus près et comparées aux données de la base de sondage. Par exemple, la comparaison des données sur les revenus totaux dans l'IGRF par

Cependant, les entreprises ne sont pas toutes liées à un NE dans la BDRC, et les fichiers de l'OARSU comportent donc de nombreux NE « factices ». De plus, lorsqu'on établit le lien entre les NE disponibles et l'IGRF, les unités ne correspondent pas toutes puisque l'IGRF ne comprend pas tous les numéros de compte de NE. Lorsque l'IGRF est incapable de trouver un NE dans le RE mais que l'entité légale existe, la base de données de l'IGRF génère un NE pour l'unité concernée. Ce NE est précédé de la lettre « G » et n'est pas un identifiant numérique à neuf chiffres comme le sont les numéros de compte de NE standards.

Le processus d'extraction de NE relevant du commerce de détail dans l'IGRF afin de dresser un portrait de ce secteur peut se solder par un sous-dénombrement. Celui-ci peut être considérable selon les unités manquantes, en supposant que les plus importantes entreprises sont complexes. La raison en est que les codes du SCIAN dans l'IGRF correspondent au NE. C'est pourquoi une très grande et complexe entreprise peut avoir un NE assorti d'un code ne correspondant pas au commerce de détail. Citons comme exemple une entreprise œuvrant dans les domaines de l'exploration pétrolière, du raffinage et de la vente. Une telle entreprise, active dans de nombreux domaines, est assimilée à une seule branche dans l'IGRF, et la partie du commerce de détail peut nous échapper si l'entreprise et le NE sont classifiés dans une branche autre que le commerce de détail avec une valeur ajoutée supérieure. Ajoutons que la partie de l'entreprise relevant du commerce de détail peut être importante par rapport aux autres entreprises de vente au détail.

Pour toutes ces raisons, il peut être avantageux d'utiliser le fichier des données réparties de la DSE, qui tient compte de la complexité possible de toutes les entreprises. Il utilise toutes les sources d'information disponibles, y compris l'information imputée, pour répartir les données administratives au niveau des établissements. Bien que des changements puissent avoir été apportés à la base de sondage, l'utilisation de toutes les sources d'information possibles peut se révéler la meilleure façon de s'assurer que la branche d'activité est représentée adéquatement.

Le fichier des données réparties de la DSE est le résultat du dénombrement des établissements pour chaque fichier identique, puisque toutes les unités figurant dans le FUE rajusté doivent figurer dans le fichier des données réparties de la DSE. L'analyse portera donc sur le type d'information disponible dans le fichier des données réparties de la DSE, ou l'IGRF, mais non disponible dans la base de sondage. En outre, étant donné qu'il y a une variable commune dans l'IGRF et la base de sondage, les différences au chapitre des revenus des entreprises de différentes tailles, dans des provinces ou des territoires différents et dans les sous-secteurs du commerce détail peuvent être analysées.

### *Le secteur du commerce de détail et l'IGRF*

Comme l'IGRF contient surtout des informations financières, il constitue une mine de renseignements sur les entreprises constituées en société, renseignements qu'il était auparavant uniquement possible de recueillir au moyen d'une enquête. Du coup, nous pouvons non seulement totaliser les dépenses, les bénéfiques et les revenus totaux pour une branche d'activité, mais aussi établir des ratios et les comparer aux ratios d'autres branches d'activité ou examiner un bilan pour déterminer si une branche d'activité a besoin d'un investissement plus important qu'une autre. L'IGRF peut nous fournir beaucoup de renseignements qu'il était auparavant possible d'obtenir uniquement au moyen d'une enquête. Compte tenu du fait que l'IGRF est détaillé et englobe les entreprises constituées en société et, ultérieurement, les entreprises non constituées en société, les données disponibles prennent une nouvelle signification pouvant servir à analyser une branche d'activité précise.

Le tableau ci-dessous donne un exemple de ce que nous apprend l'IGRF sur le secteur du commerce de détail. Il reprend les catégories de revenu définies précédemment et montre les correspondances qu'il est possible d'établir entre la base de sondage et l'IGRF. Chaque cellule indique la moyenne de la variable de l'IGRF pour toutes les entreprises des différentes tranches de taille, définies dans la base de sondage. Ainsi, les revenus d'une « petite » entreprise ont été pris en compte dans le calcul des « revenus moyens » de la catégorie des « petites » entreprises, peu importe si, d'après les données de l'IGRF, le NE est associé à des revenus de moins de 30 000 dollars ou de plus de trois millions de dollars.



**Tableau 14 - Pourcentage d'établissement de vente au détail complexes et constitués en société, par province ou territoire et sous-secteur, 1998**

Province ou territoire	441	442	443	444	445	446	447	448	451	452	453	454	Total
Terre-Neuve	6,7	11,0	8,6	8,2	9,8	13,9	5,7	55,7	11,7	34,5	5,4	12,3	15,2
Î.-P.-É.	0,0	17,6	3,8	7,7	16,2	17,2	9,5	44,3	17,6	34,5	18,3	28,0	18,5
N.-B.	3,9	14,7	8,4	8,2	20,0	21,2	3,9	51,1	14,0	40,6	9,1	16,5	19,0
N.-É.	5,3	11,3	7,7	6,8	12,4	13,8	4,4	45,9	11,5	25,3	9,9	18,8	14,9
Québec	1,0	2,0	9,4	2,9	11,7	9,9	8,6	16,4	4,3	22,1	3,2	6,5	8,5
Ontario	2,0	4,4	5,5	3,0	26,5	10,7	15,8	27,9	9,2	30,8	4,4	9,3	14,3
Manitoba	8,2	10,1	20,2	12,2	29,3	19,7	18,3	53,5	17,6	48,7	12,8	20,1	23,9
Sask.	7,9	12,9	12,3	13,3	27,7	8,7	25,5	49,9	15,2	44,7	13,3	30,9	23,3
Alberta	9,9	10,5	7,6	8,9	21,2	11,2	13,5	40,1	10,6	37,2	8,5	10,7	17,0
C.-B.	6,6	7,3	4,0	11,3	15,8	9,9	22,4	28,6	8,6	33,2	5,1	14,7	13,9
Yukon	12,0	20,0	20,0	12,5	7,7	0,0	25,9	40,0	55,6	22,2	12,5	20,0	19,8
T. N.-O.	8,3	0,0	0,0	0,0	17,5	11,1	27,3	53,3	15,4	62,9	15,4	37,5	25,7
Nunavut	0,0	-	-	0,0	46,2	0,0	0,0	0,0	0,0	74,3	16,7	0,0	51,6
<b>Canada</b>	<b>3,8</b>	<b>5,7</b>	<b>7,3</b>	<b>5,8</b>	<b>18,8</b>	<b>11,2</b>	<b>14,2</b>	<b>28,5</b>	<b>8,6</b>	<b>32,1</b>	<b>5,5</b>	<b>12,0</b>	<b>13,8</b>

Source : Registre des entreprises

Le fait que la partie du secteur de commerce de détail formée d'établissements constitués en société est plus importante que la partie formée d'établissements non constitués en société indique que les données de l'IGRF peuvent fort bien être utilisées compte tenu de la valeur des variables disponibles. Cependant, étant donné que les établissements constitués en société ont tendance à être relativement complexes, une grande partie des estimations fondées sur l'IGRF ne seront peut-être pas toujours parfaites. Il importe de se familiariser avec toutes les sources d'information et l'utilisation qu'on peut en faire pour comprendre le degré de fiabilité des estimations fondées sur les données fiscales.

### Utilisation de l'IGRF pour brosser le tableau des établissements de vente au détail constitués en société

À l'heure actuelle, les sociétés représentent un peu moins de 70 % de tous les établissements de vente au détail et doivent déclarer leurs données fiscales dans le cadre de l'IGRF<sup>20</sup>. Afin de décrire le secteur du commerce de détail à l'aide des données de l'IGRF, il faut tout d'abord obtenir le NE de chaque entreprise associée aux établissements de vente au détail, parce que l'identifiant dans un dossier de l'IGRF est le NE. Les fichiers de l'OARSU doivent donc être fusionnés puisque le NE ne figure pas dans le FUE rajusté des établissements ou des entreprises, mais plutôt dans le FUE rajusté des entités légales.

Le FUE rajusté des entités légales comporte deux champs d'intérêt, soit le « BNNUM » (numéro de compte de NE) et le « ENTNUM » (numéro de l'entreprise). Chaque numéro de compte de NE est lié à une entreprise, ce qui permet de le relier à l'établissement. Ce procédé est requis si le compte de NE est associé à plus d'une branche d'activité ou à plus d'une province ou d'un territoire et si les données doivent être divisées. Sinon, l'information associée au NE peut tout simplement être totalisée pour représenter les données du secteur du commerce de détail dans la province ou le territoire concerné.

<sup>20</sup> Les unités non constituées en société ne sont actuellement pas tenues de présenter leurs déclarations dans le cadre de l'IGRF.

**Tableau 13 - Nombre d'entreprises et d'établissements de vente au détail constitués en société et complexes, 1998**

Facteurs de complexité	Nombre d'entreprises	Nombre d'établissements
Plus d'une province ou d'un territoire	671	15 285
Branche d'activité	1 231	14 834
Entités légales multiples	212	9 380
<b>Unités complexes</b>	<b>1 655</b>	<b>18 600</b>
<b>Total</b>	<b>115 447</b>	<b>135 258</b>

Source : Registre des entreprises

Un examen plus approfondi des sous-secteurs ou des provinces ou territoires les plus susceptibles d'être touchés peut nous indiquer s'il y a concentration d'établissements complexes par rapport aux établissements simples ou si tous les domaines sont touchés de la même façon.

Le tableau 14 nous apprend que, en moyenne, presque 14 % des établissements constitués en société sont complexes. Les degrés élevés de complexité semblent se retrouver dans les petites provinces et les territoires. Comme nous l'avons relevé plus haut, cette situation est peut-être due au fait que les magasins indépendants ne sont pas aussi courants dans ces régions et qu'un grand nombre d'établissements semblent être des magasins à succursales qui peuvent compter sur les économies d'échelle pour pénétrer ces marchés. Même si le détaillant n'exerce son activité que dans une seule province ou un seul territoire, cette activité peut être multiple.

Les sous-secteurs des magasins de fournitures de tout genre (452) ainsi que des magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (448) comptent des établissements qui semblent plus complexes que ceux des sous-secteurs des marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces (441) ou des magasins de détail divers (453). Ici encore, cette constatation n'est pas surprenante compte tenu de la nature de l'activité commerciale, et elle s'accorde avec la tendance mise au jour concernant tous les détaillants, qu'ils soient constitués en société ou non.

Les détaillants constitués en société semblent plus complexes que ne le sont les détaillants en général. Le tableau 14 montre que le pourcentage d'établissements complexes est plus élevé pour les établissements constitués en société que le pourcentage global d'établissements complexes. Cette constatation est vraie pour 155 des 156 cellules du tableau par province/territoire et sous-secteur. L'exception est le sous-secteur 442 (magasins de meubles et d'accessoires de maison) au Yukon, où 22,2 % de tous les établissements de vente au détail sont complexes (tableau 8, page 12) contre 20 % des établissements de vente au détail constitués en société.

**Tableau 12 - Revenu total des établissements constitués en société, en millions de dollars, 1998**

Province ou territoire	Très petits	Petits	Moyens	Grands	Tous
Terre-Neuve	3	978	804	1 578	3 362
Île-du-Prince-Édouard	1	271	358	260	890
Nouvelle-Écosse	4	1 403	2 018	3 025	6 450
Nouveau-Brunswick	3	1 233	1 614	2 104	4 953
Québec	43	11 821	17 437	26 816	56 117
Ontario	50	16 424	22 994	42 246	81 714
Manitoba	4	1 535	1 950	4 092	7 580
Saskatchewan	3	1 835	1 641	3 900	7 379
Alberta	18	5 341	5 872	13 489	24 721
Colombie-Britannique	22	6 545	7 271	17 012	30 850
Yukon	0	95	153	38	285
Territoires du Nord-Ouest	0	96	53	186	335
Nunavut	0	29	26	85	141
<b>Canada</b>	<b>151</b>	<b>47 608</b>	<b>62 190</b>	<b>114 829</b>	<b>224 777</b>

Source : Registre des entreprises

Si nous comparons les revenus indiqués ci-dessus aux revenus de tous les détaillants dans toutes les tranches de taille (tableau 6, page 9), nous voyons que le gros des revenus dans le secteur du commerce de détail va aux entreprises constituées en société, pour lesquelles la BDRC possède des données. Les données de l'IGRF couvriraient donc la plus grande partie de ce secteur. Pour bien comprendre dans quelle mesure il est facile d'appliquer les données de l'IGRF à la branche d'activité, il est nécessaire d'en évaluer la complexité.

Les données sur les entreprises et les établissements complexes constitués en société sont résumées ci-dessous. Le tableau 13 indique que 1 % seulement des entreprises sont complexes, ce qui signifie que l'application des données fiscales à la plupart des unités constituées en société sera une tâche assez simple. Cependant, les unités complexes représentent 1 655 entreprises qui englobent 18 600 établissements dans des provinces, des branches d'activité ou des territoires différents. De surcroît, pour 212 de ces entreprises et juste un peu plus de la moitié du nombre total d'établissements complexes, des entités légales multiples sont concernées, ce qui signifie que l'information provenant de plus d'un NE doit être agrégée avant d'être répartie au niveau des établissements.

Le processus de répartition peut se révéler une tâche difficile étant donné que différents types d'informations doivent être constamment amalgamées pour dresser le portrait d'unités potentiellement incohérentes. Cela signifie parfois que l'information peut être attribuée à une unité par erreur<sup>19</sup>, et il peut être difficile de déceler cette erreur sans l'aide d'une enquête réelle.

<sup>19</sup> Voir la section intitulée *Fréquence des déclarations*, à la page 22.

**Tableau 10 - Nombre d'entreprises de vente au détail constituées en société par nombre de salariés, 1998**

Nombre de salariés	Nombre d'entreprises	Pourcentage	Pourcentage cumulé
Aucun salarié	31 812	27,6	27,6
Moins de 5 salariés	37 875	32,8	60,4
De 5 à 19 salariés	34 696	30,0	90,4
De 20 à 199 salariés	10 704	9,3	99,7
De 200 à 499 salariés	186	0,2	99,9
500 salariés ou plus	174	0,1	100,0

Source : Registre des entreprises

Les détaillants constitués en société ont tendance à être actifs au Canada dans les mêmes proportions que tous les détaillants. Ils ont aussi tendance à posséder de plus grandes entreprises. Le tableau ci-dessous montre que 20,8 % des établissements constitués en société appartiennent à de moyennes ou de grandes entreprises, par opposition à 14,3 % de tous les établissements (voir le tableau 5).

**Tableau 11 - Pourcentage d'établissements constitués en société, par province ou territoire et tranche de taille, 1998**

Province ou territoire	Très petits	Petits	Moyens	Grands	Tous
Terre-Neuve	0,3	1,3	0,1	0,2	1,9
Île-du-Prince-Édouard	0,0	0,3	0,1	0,0	0,5
Nouvelle-Écosse	0,3	1,7	0,3	0,4	2,7
Nouveau-Brunswick	0,3	1,5	0,2	0,3	2,4
Québec	5,9	17,5	2,6	2,0	27,9
Ontario	4,6	21,8	3,0	4,4	33,8
Manitoba	0,3	1,8	0,3	0,6	3,0
Saskatchewan	0,3	2,2	0,3	0,5	3,3
Alberta	1,4	7,1	1,0	1,5	11,0
Colombie-Britannique	1,7	8,8	1,2	1,5	13,2
Yukon	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Territoires du Nord-Ouest	0,0	0,1	0,0	0,0	0,2
Nunavut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Canada</b>	<b>15,1</b>	<b>64,2</b>	<b>9,3</b>	<b>11,5</b>	<b>100,0</b>

Source : Registre des entreprises

Comme nous l'avons signalé plus haut, la taille revêt une certaine importance au regard des revenus de tous les détaillants. Étant donné que la partie des entreprises constituées en société comprend plus de moyennes et de grandes entreprises par rapport à tous les établissements de vente au détail, il n'est pas surprenant de constater que ce sont elles qui accaparent la plus grande partie des revenus de cette sous-portion de la population. En vérité, les grands détaillants comptent à eux seuls pour plus de la moitié des revenus de tous les établissements constitués en société dans la BDRC. Cette tendance se dégage du tableau 12 et se compare aux conclusions signalées pour tous les détaillants (tableau 6).

Comme on le constate à l'examen du tableau ci-dessus, 68,4 % des établissements de vente au détail relevaient d'entreprises constituées en société, le pourcentage le plus élevé de détaillants dans cette catégorie, par rapport au nombre total de détaillants, se trouvant au Nunavut (91,4 %), suivi des Territoires du Nord-Ouest (81,7 %) et de l'Alberta (79,3 %). Il devrait donc y avoir amplement de données sur le Nunavut dans l'IGRF mais, compte tenu du degré élevé de complexité des établissements (voir le tableau 14, à la page 18), les données de l'IGRF devront être traitées avant d'obtenir un portrait du secteur du commerce de détail. À l'autre extrémité de l'échelle, la Nouvelle-Écosse affiche le plus faible pourcentage d'établissements relevant d'entreprises constituées en société (60,9 %). Par ailleurs, avec seulement 14,9 % d'établissements complexes, il n'est pas nécessaire de répartir la plupart des données de l'IGRF; elles peuvent être utilisées telles quelles pour décrire le secteur du commerce de détail en Nouvelle-Écosse.

## Portrait des détaillants constitués en société

### Détaillants constitués en société dans le FUE rajusté

La BDRC regroupe des données concernant toutes les entreprises constituées en société, peu importe leur effectif<sup>18</sup>. Cet état de choses est dû à une exigence du Parlement en vertu de la *Loi sur les déclarations des corporations et des syndicats*, selon laquelle Statistique Canada doit produire des statistiques sur les liens de parenté entre sociétés. Les unités constituées en société sont donc recensées dans la BDRC et, dans le secteur du commerce de détail, les unités constituées en société sont presque deux fois plus nombreuses que les unités non constituées en société.

Contrairement aux données fiscales, les données de la BDRC portent notamment sur l'effectif, et elles constituent un outil utile pour se faire une première idée du niveau de l'emploi dans une branche donnée. Il est ainsi possible de comparer les niveaux d'emploi entre les branches d'activité afin de déterminer, par exemple, si une branche emploie plus de personnes qu'une autre.

Le tableau suivant montre le nombre d'entreprises pour différents niveaux d'emploi. La première colonne indique le nombre de salariés, tandis que la deuxième donne le nombre d'entreprises correspondant. Les troisième et quatrième colonnes montrent respectivement le pourcentage d'entreprises que cela représente et le pourcentage cumulatif d'entreprises.

Dans l'ensemble, le tableau indique que 90 % des entreprises emploient moins de 20 personnes, tandis que moins de 1 %, ou 360 entreprises, en emploient plus de 200. On pourrait supposer qu'il s'agit là d'importantes chaînes de magasins qui ont des établissements partout au Canada.

On voit également que presque le tiers de toutes les entreprises constituées en société ne sont pas des employeurs. Cela peut sembler surprenant dans la mesure où on associe souvent le commerce de détail à un magasin où des commis servent les clients. Un examen plus approfondi des marchandises que vendent ces entreprises, ou de la façon dont elles les vendent, peut nous aider à comprendre pourquoi tant de détaillants constitués en société ne comptent aucun salarié.

<sup>18</sup> Par opposition aux entreprises non constituées en société.

Le partage de la population observée en deux sous-populations a été effectué grâce à la marque T1T2FLAG<sup>14</sup> que l'on retrouve dans le FUE rajusté des établissements de la Division des méthodes d'enquête auprès des entreprises<sup>15</sup>. La marque dans ce dossier était en effet complète et exacte pour chaque unité d'observation<sup>15</sup>.

Le tableau 9 indique le nombre d'établissements appartenant à des entreprises constituées en société et non constituées en société, par province ou territoire.

**Tableau 9 - Nombre et pourcentage d'établissements constitués en société et non constitués en société par province ou territoire, 1998**

Province ou territoire	Constitués en société (A)	Non constitués en société <sup>16</sup> (B)	Total	% A	% B
Terre-Neuve	2 556	1 398	3 974	64,3	35,2
Île-du-Prince-Édouard	642	391	1 038	61,8	37,7
Nouvelle-Écosse	3 655	2 315	5 997	60,9	38,6
Nouveau-Brunswick	3 216	1 719	4 949	65,0	34,7
Québec	37 685	17 128	54 906	68,6	31,2
Ontario	45 682	23 002	68 904	66,3	33,4
Manitoba	4 096	2 249	6 367	64,3	35,3
Saskatchewan	4 503	2 139	6 663	67,6	32,1
Alberta	14 905	3 847	18 791	79,3	20,5
Colombie-Britannique	17 877	7 743	25 719	69,5	30,1
Yukon	167	74	241	69,3	30,7
Territoires du Nord-Ouest	210	45	257	81,7	17,5
Nunavut	64	6	70	91,4	8,6
<b>Canada</b>	<b>135 258</b>	<b>62 056</b>	<b>197 876</b>	<b>68,4</b>	<b>31,4</b>

Source : Registre des entreprises

Les colonnes A et B indiquent le nombre d'établissements, et la colonne suivante indique le nombre total d'établissements dans chaque province ou territoire. L'addition des unités constituées en société et des unités non constituées en société n'égale pas le nombre total d'établissements dans la province ou le territoire puisque certaines unités non comptées ici sont codées « autres »<sup>17</sup>. Ces unités représentent moins de 1 % du total dans chaque province ou territoire, et on suppose qu'elles ne sont associées à aucune source de données fiscales.

<sup>14</sup> Pour plus de renseignements sur les marques dans l'OARSU, consultez le document *UES Survey Front-End File Layouts and Codesets* sur le lecteur partagé sur le PASEP. Il est préférable de consulter la documentation du lecteur partagé plutôt que d'utiliser les tables de consultation de l'OARSU. La documentation est exacte pour chaque année de référence, tandis que, au moment de la consultation, les tables renvoient à un graphique pour toutes les années de référence, même si des changements ont été apportés à la valeur des marques d'une année à l'autre.

<sup>15</sup> Par opposition à la marque T1T2FLAG dans le FUE rajusté régulier des établissements.

<sup>16</sup> N'englobe pas tous les détaillants non constitués en société, étant donné que certains d'entre eux ne figurent pas dans le RE. Pour plus d'information, voir la partie intitulée *Entreprises de vente au détail non constituées en société dans le FUE rajusté*.

<sup>17</sup> Les « autres » unités ne sont ni des déclarants T1 ni des déclarants T2 et comprennent des organisations gouvernementales et des organisations sans but lucratif.

**Tableau 8 - Pourcentage d'établissements de vente au détail complexes par province ou territoire et sous-secteur, 1998**

Province ou territoire	441	442	443	444	445	446	447	448	451	452	453	454	Total
T.-N.	5,0	8,4	5,9	7,4	4,8	12,8	3,8	48,0	7,4	24,8	3,1	6,5	9,9
Î.-P.-É.	0,0	13,0	2,6	5,3	10,0	15,9	5,5	34,8	8,2	29,4	8,5	15,6	11,6
N.-B.	2,8	11,2	5,0	7,1	10,0	18,2	2,1	42,3	8,3	28,2	4,1	6,0	11,7
N.-É.	4,0	9,1	5,2	5,4	6,8	12,1	2,9	35,5	6,7	17,5	4,8	9,9	9,7
Québec	0,8	1,6	6,8	2,2	7,5	5,9	6,0	12,6	3,0	17,3	1,9	3,3	5,9
Ontario	1,5	3,3	3,9	2,3	16,5	9,0	10,7	21,0	5,5	16,2	2,3	5,7	9,5
Manitoba	5,4	7,1	12,2	9,0	17,8	16,3	12,8	41,5	10,8	31,2	6,0	11,4	15,5
Sask.	6,1	9,4	7,3	10,2	16,8	7,3	17,7	39,6	8,7	30,6	6,2	20,6	15,8
Alberta	8,5	8,2	5,9	7,5	17,3	10,2	11,3	34,4	8,0	29,8	5,8	6,6	13,6
C.-B.	5,5	5,4	2,8	9,0	10,1	8,1	17,8	21,7	5,4	24,7	2,8	9,1	9,7
Yukon	11,5	22,2	18,2	10,0	6,1	0,0	22,6	24,1	25,0	15,4	7,3	16,7	14,9
T. N.-O.	7,7	0,0	0,0	0,0	14,0	8,3	25,0	47,1	11,1	61,1	10,3	23,1	21,0
Nunavut	0,0	-	-	0,0	37,5	0,0	0,0	0,0	0,0	74,3	14,3	0,0	47,1
<b>Total</b>	<b>3,0</b>	<b>4,3</b>	<b>5,2</b>	<b>4,5</b>	<b>11,9</b>	<b>8,8</b>	<b>10,1</b>	<b>22,0</b>	<b>5,5</b>	<b>20,2</b>	<b>3,0</b>	<b>6,9</b>	<b>9,4</b>

Source : Registre des entreprises

## Unités constituées en société et unités non constituées en société

En dépit des améliorations apportées à la base de données et de la période depuis laquelle on utilise la BDRC comme base de sondage pour les enquêtes, il est parfois impossible pour le RE de s'adapter immédiatement aux changements survenant dans le monde réel. De plus, l'objectif du RE n'est pas de fournir des statistiques précises sur les entreprises et les établissements ni d'accumuler des données chronologiques cohérentes les concernant. Son rôle est plutôt de consigner des renseignements sur la taille relative appropriés à des fins de stratification. C'est pourquoi l'utilisation de la BDRC en conjonction avec d'autres sources d'information, comme les données fiscales pour l'année de référence nous intéressant, peut nous permettre de broser un tableau plus fidèle d'une branche d'activité et nous indiquer les changements potentiels dans une branche, changements dont on n'a pas encore tenu compte dans la base de sondage.

Afin de comparer les données de la base de sondage concernant les détaillants aux données fiscales, il est nécessaire de ventiler la population en unités constituées en société et en unités non constituées en société. Nous pourrions ainsi comparer les données relatives aux unités constituées en société aux données disponibles de l'IGRF, d'une part, et les données relatives aux unités non constituées en société aux estimations des données T1, d'autre part.

Nous pouvons voir que les sous-secteurs des marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces (441) et des magasins de détail divers (453) ont tendance à être moins complexes que les sous-secteurs des magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (448) ou des magasins de fournitures de tout genre (452). Cela semble logique, compte tenu de la nature des différentes entreprises concernées. Il serait inhabituel qu'un marchand de véhicules automobiles exploite des établissements dans différentes provinces ou différents territoires. Les fleuristes, les magasins de marchandises d'occasion et les autres magasins appartenant au sous-secteur des magasins de détail divers ont aussi tendance à se limiter à une province ou à un territoire. En revanche, les magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires ainsi que les magasins de fournitures de tout genre exploitent généralement des établissements dans plus d'une province ou d'un territoire, puisqu'il s'agit dans de nombreux cas de magasins à succursales multiples présents dans tous les centres commerciaux du pays.

En examinant de près le tableau, il est possible de repérer précisément les sous-secteurs par province ou territoire qui peuvent poser relativement plus de problèmes que d'autres. Ainsi, les sous-secteurs des marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces de même que les magasins de détail divers n'ont, à l'échelle nationale, que 3 % d'établissements complexes. Ce pourcentage est cependant plus élevé dans les territoires. Cela peut être une indication de l'isolement de ces régions et de la nécessité qu'une importante chaîne cible les régions éloignées. Cela peut aussi vouloir dire que le fait d'être un entrepreneur dans ces régions signifie qu'il faut exploiter à la fois un magasin d'articles de sport et un garage, par exemple.

Les données du tableau 8 peuvent également nous aider à cerner les éventuelles différences dans la façon dont le commerce de détail est structuré d'un océan à l'autre. Comme nous l'avons relevé plus haut, il semble y avoir un nombre relativement plus petit d'établissements relevant de grandes entreprises au Québec par rapport aux établissements des autres tranches de taille. En outre, le tableau ci-dessous nous apprend que 5,9 % seulement des établissements de vente au détail au Québec appartiennent à des entreprises complexes, par rapport à la moyenne nationale de 9,4 %. En examinant de plus près le secteur des magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires, par exemple, nous constatons que, ici encore, le Québec affiche un pourcentage passablement faible d'établissements complexes (12,6). Cela peut refléter les préférences des consommateurs des provinces ou des territoires. Il est possible que, au Québec, les acheteurs préfèrent davantage les petits magasins que dans les autres parties du pays.



**Tableau 7 - Ventilation du secteur du commerce de détail par sous-secteur du SCIAN, 1998**

Sous-secteurs du SCIAN	Nombre	Revenus (en millions de \$)	% du nombre	% des revenus
441	18 510	48 548	9,4	20,6
442	10 622	8 508	5,4	3,6
443	11 167	10 392	5,6	4,4
444	9 228	15 857	4,7	6,7
445	36 959	55 860	18,7	23,6
446	13 839	15 621	7,0	6,6
447	15 049	15 963	7,6	6,8
448	25 707	15 586	13,0	6,6
451	13 366	7 161	6,8	3,0
452	8 954	27 668	4,5	11,7
453	27 024	8 276	13,7	3,5
454	7 451	6 773	3,8	2,9
<b>Canada</b>	<b>197 876</b>	<b>236 214</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Registre des entreprises

Les magasins d'alimentation (presque 56 milliards de dollars) accaparaient la plus grande part des revenus de tous les détaillants en 1998. Venaient ensuite les marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces (48,5 milliards de dollars) et les magasins de fournitures de tout genre (27,7 milliards de dollars).

### Complexité dans le secteur du commerce de détail

Il est nécessaire de tenir compte du degré de complexité dans l'application des données fiscales aux unités statistiques. Comme l'entreprise communique ses données fiscales à l'ADRC en utilisant son NE, ces données peuvent facilement être appliquées à la branche d'activité dans la province ou le territoire concerné s'il s'agit d'une entreprise simple. Dans le cas d'une entreprise complexe, les données extraites d'un ou de plusieurs états financiers ou déclarations d'impôt doivent être agrégées puis ventilées afin d'obtenir un tableau fidèle des différentes activités et provinces ou des différents territoires concernés. C'est le processus de répartition discuté ci-dessus. Le fait d'établir avec plus de précision le degré de complexité du secteur du commerce de détail permet de déterminer si les données fiscales peuvent facilement servir de données d'enquête et quel poids on peut donner à l'interprétation des résultats.

Dans ce contexte, en ce qui concerne la population des détaillants en 1998, 1 % des entreprises et 10 % des établissements passent par un processus de répartition relativement complexe. En d'autres mots, 1 682 entreprises comptent 18 685 établissements complexes<sup>12</sup>, tandis que 176 234 entreprises légales uniques comptent 179 191 établissements simples.

Le tableau croisé ci-dessous montre le pourcentage<sup>13</sup> d'établissements complexes par province ou territoire et sous-secteur. Il est possible, à partir de ce tableau, de déterminer si les données concernant un sous-secteur ou une province/un territoire peuvent être relativement plus difficiles à traiter aux fins de la répartition des données et, par conséquent, de déterminer si les données fiscales dans le domaine en question pourraient poser des problèmes. Par exemple, 47,1 % des établissements du Nunavut sont complexes, tandis que ce pourcentage s'établit à 5,9 % seulement au Québec. Nous sommes donc en droit de supposer que les données concernant les établissements au Québec et extraites de documents fiscaux peuvent être plus précises que celles concernant les établissements du Nunavut.

<sup>12</sup> Voir le tableau 2 à la page 6.

<sup>13</sup> Établi en fonction du degré de complexité au niveau à six chiffres du SCIAN ou au niveau national, même si les tableaux récapitulent l'information au niveau des sous-secteurs.

**Tableau 6 - Revenu total, en millions de dollars, 1998**

Province ou territoire	Très petites	Petites	Moyennes	Grandes
Terre-Neuve	8	1 141	814	1 582
Île-du-Prince-Édouard	2	334	358	260
Nouvelle-Écosse	11	1 723	2 050	3 031
Nouveau-Brunswick	8	1 454	1 614	2 106
Québec	83	14 562	17 786	27 310
Ontario	102	19 740	23 271	42 860
Manitoba	10	1 873	1 969	4 131
Saskatchewan	10	2 142	1 677	3 940
Alberta	28	5 848	5 934	13 627
Colombie-Britannique	43	7 546	7 410	17 019
Yukon	0	112	165	38
Territoires du Nord-Ouest	0	100	53	186
Nunavut	0	30	26	85
<b>Canada</b>	<b>305</b>	<b>56 606</b>	<b>63 129</b>	<b>116 174</b>

Source : Registre des entreprises

Au niveau des sous-secteurs<sup>11</sup> du SCIAN, ce sont les magasins d'alimentation (sous-secteur 445), qui comptent, comme il fallait s'y attendre, le plus grand nombre de détaillants, soit presque le cinquième de tous les établissements de vente au détail au Canada. Viennent ensuite les magasins de détail divers (13,7 %), suivis des magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (13,0 %).

Les magasins de détail divers sont des magasins de fournitures de bureau, de papeterie et de cadeaux, des fleuristes, des magasins d'articles de fantaisie, des magasins de marchandises d'occasion et les autres magasins spécialisés qui ne sont pas classés ailleurs. Il s'agit souvent de plus petits magasins pouvant être exploités par un entrepreneur du quartier ou de l'un des nombreux magasins de souvenirs présents dans tous les endroits touristiques. Même si on trouve ces magasins presque partout, ils ne représentent qu'une petite partie du véritable secteur du commerce de détail. Comme le montre le tableau ci-dessous, ils occupent le troisième rang quant au nombre d'établissements et à trois positions de la fin sous l'angle du pourcentage des revenus de tout le secteur du commerce de détail (3,5 %) au Canada, selon la définition de la BDRC.

<sup>11</sup> Voir la liste des sous-secteurs à l'annexe A.

Le tableau suivant indique le pourcentage d'établissements par province ou territoire ventilé selon la taille des entreprises. Le tableau 3 ci-dessus montre que le Québec compte 27,7 % de tous les établissements de vente au détail au Canada, mais le tableau 5 indique que sa part de grands établissements est beaucoup moins élevée que sa part de très petits établissements. À l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard, où se trouve moins de 1 % de tous les établissements de vente au pays, le Québec est la seule province dont le pourcentage de très petits détaillants est le double de celui des grands détaillants.

Cela peut indiquer que les chaînes de magasins et les grandes surfaces ne sont pas aussi nombreux au Québec par rapport aux autres provinces ou territoires, particulièrement ceux et celles qui comptent un nombre relativement élevé d'établissements. Cette question est étudiée plus à fond dans la partie suivante, qui porte sur les facteurs de complexité dans le secteur du commerce de détail.

**Tableau 5 - Pourcentage des établissements de vente au détail par province ou territoire et tranche de taille, 1998**

Province ou territoire	Très petits	Petits	Moyens	Grands	Tous
Terre-Neuve	0,4	1,4	0,1	0,2	2,0
Île-du-Prince-Édouard	0,1	0,4	0,0	0,0	0,5
Nouvelle-Écosse	0,5	2,1	0,2	0,3	3,0
Nouveau-Brunswick	0,4	1,7	0,2	0,2	2,5
Québec	5,3	19,3	1,8	1,3	27,7
Ontario	4,9	24,8	2,1	3,0	34,8
Manitoba	0,4	2,2	0,2	0,4	3,2
Saskatchewan	0,4	2,3	0,2	0,4	3,4
Alberta	1,4	6,4	0,7	1,0	9,5
Colombie-Britannique	2,0	9,2	0,8	1,0	13,0
Yukon	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Territoires du Nord-Ouest	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Nunavut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Canada</b>	<b>15,8</b>	<b>69,9</b>	<b>6,5</b>	<b>7,9</b>	<b>100,0</b>

Source : Registre des entreprises

Bien que le plus grand pourcentage d'établissements de vente au détail soit celui des petites entreprises, le revenu a davantage tendance à être lié à la taille de l'entreprise. Le tableau ci-dessous montre que, dans l'ensemble, les grandes entreprises accaparent la plus grande partie des revenus, suivies, des entreprises de taille moyenne, des petites entreprises et, enfin, des très petites entreprises. Même si le nombre de grandes entreprises de vente au détail semble peu élevé au Québec, ce groupe génère néanmoins la majorité des revenus dans la région.

**Tableau 3 - Nombre d'établissements de vente au détail par province ou territoire, 1998**

Province ou territoire	Nombre	% du total
Terre-Neuve	3 974	2,0
Île-du-Prince-Édouard	1 038	0,5
Nouvelle-Écosse	5 997	3,0
Nouveau-Brunswick	4 949	2,5
Québec	54 906	27,7
Ontario	68 904	34,8
Manitoba	6 367	3,2
Saskatchewan	6 663	3,4
Alberta	18 791	9,5
Colombie-Britannique	25 719	13,0
Yukon	241	0,1
Territoires du Nord-Ouest	257	0,1
Nunavut	70	0,0
<b>Canada</b>	<b>197 876</b>	<b>100,0</b>

Source : Registre des entreprises

Le tableau montre que c'est en Ontario que l'on retrouve le plus d'établissements de vente au détail. En fait, c'est dans cette province que se trouvent un peu plus du tiers (34,8 %) du nombre total d'établissements de vente au détail au Canada. Le Québec est au deuxième rang (27,7 %) et la Colombie-Britannique, au troisième (13,0 %).

Le tableau ci-dessous présente la ventilation du nombre d'établissements par province ou territoire et par taille des entreprises<sup>10</sup>. Nous pouvons encore une fois constater que la plupart des établissements de vente au détail de la BDRC relèvent de petites entreprises et qu'ils sont plus nombreux que les établissements appartenant à toutes les autres tranches de taille combinées.

**Tableau 4 - Nombre d'établissements de vente au détail par province ou territoire et tranche de taille, 1998**

Province ou territoire	Très petits	Petits	Moyens	Grands
Terre-Neuve	703	2 759	186	326
Île-du-Prince-Édouard	154	738	95	51
Nouvelle-Écosse	893	4 097	446	561
Nouveau-Brunswick	838	3 409	335	367
Québec	10 537	38 121	3 599	2 649
Ontario	9 751	49 024	4 104	6 025
Manitoba	882	4 285	450	750
Saskatchewan	823	4 639	478	723
Alberta	2 704	12 703	1 401	1 983
Colombie-Britannique	3 865	18 183	1 628	2 043
Yukon	23	179	26	13
Territoires du Nord-Ouest	25	176	15	41
Nunavut	5	37	6	22
<b>Canada</b>	<b>31 203</b>	<b>138 350</b>	<b>12 769</b>	<b>15 554</b>

Source : Registre des entreprises

<sup>10</sup> Se reporter au paragraphe intitulé *Tranches de taille* à la page 5 pour une explication de la ventilation.

**Tableau 2 - Nombre d'unités complexes, 1998**

<b>Facteur de complexité</b>	<b>Nombre d'entreprises</b>	<b>Nombre d'établissements</b>
Plus d'une province/d'un territoire	675	15 342
Branche d'activité	1 244	14 900
Entités légales multiples	226	9 396
<b>Unités complexes</b>	<b>1 682</b>	<b>18 685</b>
<b>Total</b>	<b>177 916</b>	<b>197 876</b>

Source : Registre des entreprises

La rangée en caractères gras intitulée « unités complexes » indique le nombre d'unités qui sont complexes parce qu'elles répondent à une, à deux ou aux trois conditions. Il s'agit donc du nombre total d'entreprises et d'établissements complexes dans le secteur du commerce de détail.

La différence entre les entreprises complexes et les entreprises simples est importante quand on veut utiliser les données fiscales pour dresser le portrait d'une branche d'activité, particulièrement lorsque cette branche est dominée par les entreprises complexes. Comme nous l'avons vu, la répartition des données fiscales au niveau du NE entre les établissements des entreprises complexes est moins facile que la répartition des données entre des entités légales exploitant un établissement dans une seule branche d'activité et dans une seule province ou un seul territoire.

## **Population selon le FUE rajusté**

On peut considérer la BDRC comme la première source d'information pour l'étude d'une branche d'activité, puisqu'il s'agit d'une base de données temporelles regroupant presque l'univers entier des entreprises en exploitation au Canada. L'un des objectifs du PASEP est de s'assurer que toutes les enquêtes-entreprises menées par Statistique Canada utilisent la BDRC comme base de sondage. Dans ce contexte, de nombreuses initiatives ont été prises afin d'améliorer la qualité de l'information de la BDRC.

Pour ce qui est du commerce de détail, la BDRC constitue une excellente source d'information à partir de laquelle une étude peut être menée. La raison en est que l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et de détail utilise la BDRC depuis ses débuts en 1987 et que, à ce titre, de très nombreuses informations ont été communiquées par les responsables de l'enquête aux analystes du RE. En envisageant d'utiliser la BDRC pour réaliser ce type d'étude, il faut également prendre en considération la période depuis laquelle cette base est utilisée et la population observée. La description d'une branche d'activité « rattachée » au RE depuis plus d'une décennie ne peut en être que plus fidèle. D'un autre côté, étant que les entreprises sans salariés ne figurent dans la base que depuis 1998, les données du RE concernant cette partie de la population, quelle que soit la branche, peuvent être plus problématiques.

Pour commencer, l'examen de la répartition de l'activité de vente au détail au Canada donne une bonne indication de l'endroit où celle-ci est concentrée. Il est également possible de comparer cette donnée au nombre total d'établissements actifs dans toutes les branches pour avoir une idée du degré de concentration du secteur du commerce de détail dans chaque province ou territoire, par rapport à toutes les autres branches.

Les 197 876 unités qui répondent aux conditions pour faire partie du secteur de commerce de détail se répartissent de la façon suivante.

entreprises auxquelles le code de vente au détail a été affecté. Il peut aussi y avoir surreprésentation si une entreprise de vente au détail possède des établissements d'une taille et d'une importance considérables auxquels un autre code a été attribué dans le SCIAN.

Aux fins de la présente étude donc, l'univers du commerce de détail est défini comme étant tout établissement de vente au détail se situant entre les codes 441110 et 454390 inclusivement du SCIAN<sup>8</sup>. En 1998, il y avait 197 876 établissements actifs de ce genre dans la BDRC.

## Tranches de taille

Les entreprises ont été divisées en quatre tranches de taille selon leurs revenus (revenu brut de l'entreprise) dans la BDRC, ce qui permet l'analyse de la branche d'activité et la répartition des unités selon leur taille.

**Tableau 1 - Tranches de taille**

Tranche	Revenu annuel de l'entreprise (en dollars)	Nombre d'entreprises	Nombre d'établissements
Très petites	Moins de 30 000	31 202	31 203
Petites	De 30 000 à moins de 3 000 000	136 939	138 350
Moyennes	De 3 000 000 à moins de 25 000 000	8 880	12 769
Grandes	25 000 000 ou plus	895	15 554
<b>Toutes</b>		<b>177 916</b>	<b>197 876</b>

Source : Registre des entreprises

La première colonne indique la tranche de taille des entreprises, tandis que la deuxième indique la fourchette de revenu associée à la tranche. Le nombre d'entreprises et le nombre d'établissements qui appartiennent à chaque tranche se trouvent dans les deux autres colonnes. Le tableau montre que les petites entreprises dominent le secteur du commerce de détail, et il illustre la nature des différences au regard de la taille quant au nombre d'établissements. À l'exception d'une unité, les très petites entreprises comptent un établissement. En revanche, les grandes entreprises comptent en moyenne 17 établissements chacune.

## Complexité

Une entreprise est qualifiée de complexe s'il elle a des établissements dans plus d'une province, d'un territoire ou d'une branche d'activité ou si elle est composée de plusieurs entités légales. Or, les fichiers du FUE rajusté dans l'OARSU ont des marques<sup>9</sup> indiquant les entreprises complexes sous une forme ou sous une autre. En 1998, 18 685 établissements de vente au détail appartenaient à 1 682 entreprises complexes.

On dit d'une entreprise qu'elle est simple si elle ne compte pas d'établissement dans plus d'une province, d'un territoire ou d'une branche et si elle n'est composée que d'une seule entité légale. Or, les entreprises sont en très grande majorité des entreprises simples. En fait, 179 191 établissements de vente au détail relevaient de 176 234 entreprises simples.

On trouvera dans le tableau ci-dessous une ventilation du nombre et des facteurs de complexité possibles pour chaque entreprise ainsi que le nombre d'établissements appartenant à ces entreprises. On constate que le facteur de complexité le plus souvent relevé est le fait que les établissements œuvrent dans plus d'une branche.

<sup>8</sup> Pour plus de renseignements, consultez le site Web de la Division des normes : <http://stdsweb/naicstest/eng/index.htm>.

<sup>9</sup> Claude Girard, *BRD's and BSMD's complexity flags*, Statistique Canada, 1999.

l'ensemble avec les branches d'activité de la BDRC. La difficulté inhérente au processus de répartition et à la qualité des estimations produites variera néanmoins d'une branche à l'autre selon le degré de complexité de la branche.

Étant donné que le processus de répartition est complet, les renseignements qu'on en tire peuvent être utilisés pour brosse le tableau du secteur du commerce de détail à l'aide des données fiscales, puisque le fichier des données réparties contient les données épurées de l'IGRF<sup>4</sup>, y compris des données imputées pour les enregistrements manquants. Il est également possible de comparer l'information de la base de sondage aux données fiscales dans différents domaines afin de déceler les éventuelles lacunes d'une source d'information à l'autre. Cette façon de procéder permet aussi de repérer les secteurs exigeant une attention spéciale pour dresser le portrait d'une branche d'activité.

## **Outil d'analyse de recherche et de suivi d'enquête unifiée**

L'Outil d'analyse de recherche et de suivi d'enquête unifiée (OARSU) est un dépôt central des données de l'EUE, utilisé principalement par les analystes des divisions spécialisées et des divisions de soutien prenant part au Programme unifié des statistiques sur les entreprises. Il comprend les renseignements de base de la BDRC sur l'univers des entreprises au Canada, utilisés dans le cadre de l'enquête, soit le Fichier de l'univers de l'enquête (FUE), le Fichier de contrôle de l'échantillon et le Fichier de l'interface d'enquête (FIE). À partir de ces fichiers, il est possible de définir la population cible et les unités qui entrent dans l'échantillon. Le FIE relie les unités sélectionnées au RE afin d'obtenir le nom de la personne-ressource et les renseignements appropriés pour le questionnaire d'enquête.

Les fichiers de l'OARSU utilisés pour définir la population d'unités pour la présente étude sont le FUE rajusté des établissements et le FUE rajusté des entreprises<sup>5</sup>. Il est facile de procéder aux extractions nécessaires dans l'OARSU pour une plus petite population mais, compte tenu du nombre d'unités de la population de détaillants au Canada, il a été plus facile de consulter le lecteur partagé contenant ces fichiers et de travailler directement en SAS<sup>6</sup>.

## **Définition de l'univers du commerce de détail**

### **Le secteur du commerce de détail**

Afin de produire un tableau fidèle du commerce de détail, il faut tout d'abord déterminer les éléments à prendre en considération. Il y a diverses façons de procéder, étant donné les différents niveaux d'entités statistiques dans la BDRC. Puisque, dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), les technologies et les processus de production sont évalués et classifiés en branches d'activité au niveau des établissements<sup>7</sup>, c'est ce niveau qui sera retenu pour définir les unités qui feront partie du secteur du commerce de détail. Le fait de choisir l'entreprise, par exemple, pourrait conduire à un sous-dénombrement, étant que les établissements de vente au détail n'appartiennent pas tous à des

---

<sup>4</sup> La DSE reçoit de la Division des données fiscales un fichier dont les données ont été vérifiées et imputées.

<sup>5</sup> Le FUE rajusté est constitué après l'enquête. Il est utilisé pour redéfinir et pondérer de nouveau l'univers de l'enquête en fonction des nouveaux renseignements recueillis pendant l'enquête. Par exemple, les unités inadmissibles sont retirées de la population de l'enquête et les poids des unités restantes sont rajustés afin de tenir compte de la nouvelle population, plus appropriée.

<sup>6</sup> On peut avoir accès au lecteur partagé en s'adressant à la DSE.

<sup>7</sup> L'établissement est l'entité de production ou le plus petit groupe d'entités de production qui produit un ensemble de biens et/ou de services homogènes, dont les activités ne débordent pas les frontières provinciales et qui est en mesure de fournir des données sur la valeur de la production ainsi que sur le coût des principaux intrants intermédiaires utilisés et le coût et l'importance de la main-d'œuvre affectée à la production.

enquêtes-entreprises? Les responsables d'une enquête peuvent-ils compter sur les données fiscales pour obtenir des précisions sur des postes de dépenses? Quelles catégories de dépenses sont communes à toutes les entreprises? Quelles questions peut-on supprimer d'un questionnaire parce qu'elles ne concernent tout simplement pas la branche d'activité? Doit-on tenir compte de la taille d'une entreprise pour déterminer l'usage possible des données administratives?

Pour répondre à ces questions, il est nécessaire de comprendre l'univers des entreprises et les éventuelles sources de données administratives ainsi que de saisir les liens entre ces deux éléments. Pour simplifier notre tâche, notre analyse n'a porté que sur une branche d'activité pendant une seule année.

Le présent document, brosse le tableau du secteur du commerce de détail en 1998, selon la Base de données du registre central (BDRC). L'univers cible sera divisé en entreprises constituées en société et en entreprises non constituées en société, et il sera comparé à la représentation de la branche d'activité peints par l'Index général des renseignements financiers (IGRF) et les données estimatives tirées des déclarations T1. Nous mettrons ainsi en évidence l'utilisation potentielle de la base de sondage et des données administratives dans les activités de recherche et cernerons les lacunes possibles dans l'une ou l'autre des sources d'information.

## **Données administratives et processus de répartition**

Le Registre des entreprises (RE) contient des renseignements utilisés pour délimiter les échantillons et les populations observées. Les principales variables retenues pour déterminer le poids des unités échantillonnées sont notamment le revenu, l'actif et l'emploi. Ces variables servent également à établir si une unité doit faire partie du champ de l'enquête, la probabilité de cette unité d'être échantillonnée ou si elle appartient à la partie de la population se situant sous le seuil de Royce-Maranda. On estime que cette partie de la population représente une portion tellement petite des estimations de l'enquête qu'elle ne justifie pas les coûts supplémentaires, tant pour le programme que pour l'éventuel répondant. Il est donc important que la base de sondage reflète la population observée aussi fidèlement que possible, puisque c'est là que les unités significatives devant être échantillonnées sont choisies et que les poids devant être appliqués aux unités échantillonnées sont établis.

En intégrant les données sur les établissements que contient le RE, on peut utiliser les données administratives pour obtenir des renseignements utiles afin de réduire la taille de l'échantillon ou de supprimer des questions. Les données administratives portent sur les entreprises légales auxquelles un numéro d'entreprise (NE) a été attribué. Les renseignements communiqués à l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) et transmis à Statistique Canada sont classés par NE et peuvent porter sur un ou plusieurs établissements et entreprises statistiques. Il est donc nécessaire de regrouper et/ou de scinder l'information en unités comparables aux unités observées. Dans le cas des enquêtes-entreprises, il s'agit habituellement de l'entreprise et de l'établissement.

C'est justement ce que fait le processus de répartition de la Division de la statistique des entreprises (DSE)<sup>3</sup>. Toutes les sources d'information disponibles, de la base de sondage aux questionnaires des enquêtes supplémentaires et aux déclarations d'impôt des sociétés, sont utilisées pour établir exactement ce qui doit être attribué à chaque établissement du RE compte tenu des données fiscales disponibles.

Lorsqu'il s'agit d'une entreprise complexe, c'est-à-dire d'une entreprise qui compte des établissements dans plus d'une branche d'activité ou dans plus d'une province ou d'un territoire, les suppléments des formules fiscales et des questionnaires d'enquête ainsi que les données du RE (revenus ou effectif) peuvent être utilisés pour répartir le revenu total et les postes de dépense associés au NE entre les différents établissements. Par ailleurs, lorsqu'une entreprise est complexe parce qu'elle forme des sociétés de personnes ou des coentreprises, les données liées aux nombreux NE doivent être totalisées puis ventilées selon les différents établissements de toutes les entreprises liées aux NE. Le secteur du commerce de détail compte heureusement peu d'unités complexes, ce qui semble être le cas dans

<sup>3</sup> Charles Delorme, *Data Allocation - A new survey process for business surveys*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 66, Statistique Canada, 2000.



# Introduction

## Le PASEP et l'utilisation des données administratives

Le Projet d'amélioration des statistiques économiques provinciales (PASEP) est né du besoin de disposer de statistiques annuelles plus détaillées aux fins de la répartition des recettes tirées de la taxe de vente harmonisée (TVH). C'est pourquoi il y a eu une augmentation globale du fardeau de réponse ces dernières années dans le contexte de la nécessité de recueillir plus de renseignements par le truchement des questionnaires et d'accroître la taille des échantillons afin de répondre aux exigences liées à une diffusion plus précise. Cette augmentation du fardeau découlait également de la redéfinition des échantillons et de l'obligation de mener des enquêtes parallèles. En 1998, par exemple, une version parallèle supplémentaire de trois mois de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et de détail a été réalisée grâce à un ajout de 1 800 unités dans l'échantillon de l'Enquête annuelle sur le commerce détail.

Afin de cerner les éventuelles préoccupations des répondants et de comprendre ce qui les incite à répondre à l'Enquête unifiée auprès des entreprises (EUE), on a mené une enquête de suivi et d'analyse des réponses après avoir effectué la version pilote de l'EUE en 1997<sup>1</sup>. Selon cette enquête de suivi, les répondants estimaient que l'EUE était trop longue ou trop fastidieuse, particulièrement pour les petites entreprises, et que certains des chiffres recueillis se trouvaient déjà sur leurs formulaires fiscaux.

Pour s'assurer de la collaboration constante des répondants et pour tenir compte de leurs préoccupations relativement au fardeau de réponse, le Groupe de travail sur l'acquisition des données auprès des entreprises<sup>2</sup> a été mis sur pied. Son objectif était de recommander des façons d'obtenir des statistiques plus détaillées tout en allégeant le fardeau de réponse dans la mesure du possible. L'une des principales recommandations du Groupe de travail portait sur l'établissement de seuils d'exclusion afin de réduire le fardeau des plus petites entreprises. Les activités de cette partie de la population visée seraient néanmoins prises en compte dans les estimations selon une méthode choisie par les responsables des enquêtes. L'une des méthodes serait l'utilisation des données administratives.

L'exactitude et l'actualité des données sont deux préoccupations toujours liées à l'utilisation des données administratives. Les concepts des questions posées dans le document administratif sont-ils liés aux renseignements requis par les responsables de l'enquête? Combien de temps faut-il attendre pour obtenir l'information désirée?

Grâce aux récentes initiatives du gouvernement et aux partenariats visant à élaborer des questions d'intérêt mutuel ainsi qu'à l'arrivée de la déclaration électronique de données, ces soucis deviennent choses du passé. Tout comme la demande accrue d'information, l'utilisation des données administratives gagne de plus en plus en popularité.

## Utilisation possible

Il devrait y avoir une collecte de données exhaustive sur la production au Canada dans le cadre des enquêtes-entreprises. D'un point de vue juridique, toutes les entreprises doivent présenter annuellement une déclaration d'impôt au gouvernement fédéral. Les statisticiens disposent ainsi de données sur la production pour toutes les activités et pour toutes les régions du pays.

Or, ces données peuvent être utilisées pour réduire le fardeau de réponse en remplaçant les données d'enquête ou en complétant celles-ci. Est-il possible d'obtenir un portrait fidèle d'une branche d'activité au moyen de données administratives? Est-il possible d'éliminer certaines questions des questionnaires des

---

<sup>1</sup> Kristen Underwood, *Response Analysis Follow-up Survey*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 29, Statistique Canada, 1999.

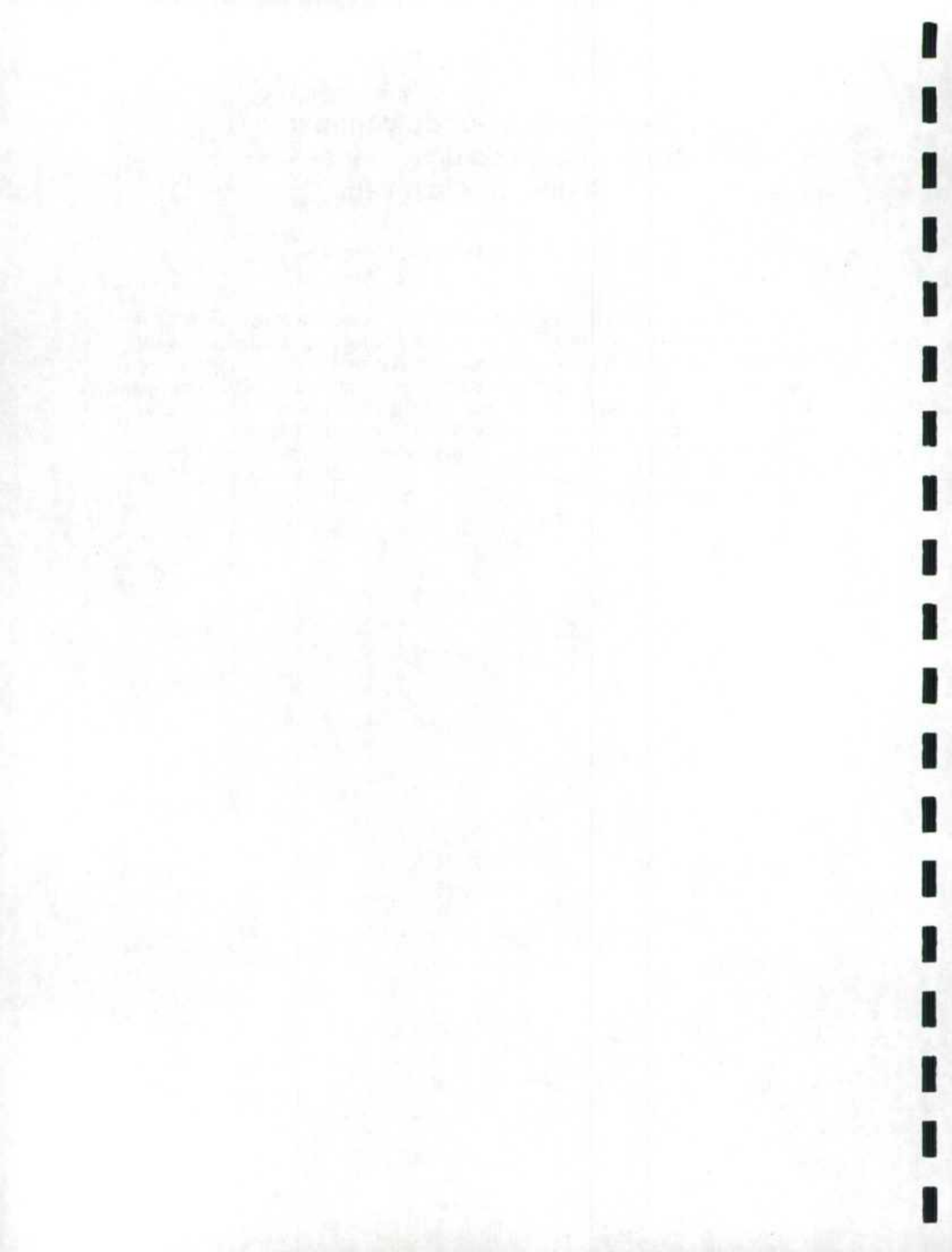
<sup>2</sup> François Maranda et Don Royce, *Task Group on Data Acquisition for Enterprises*, série de documents techniques sur le PASEP, n° 25, Statistique Canada, 1999.

# Étude du secteur du commerce de détail à l'aide des données de l'impôt sur le revenu

Préparée par Lucy Abboud-Opsitnik  
Mai 2001

## Table des matières

<b>Introduction</b> .....	1
Le PASEP et l'utilisation des données administratives .....	2
Utilisation possible.....	2
Données administratives et processus de répartition.....	3
Outil d'analyse de recherche et de suivi d'enquête unifiée.....	4
<b>Définition de l'univers du commerce de détail</b> .....	4
Le secteur du commerce de détail.....	4
Tranches de taille.....	5
Complexité .....	5
<b>Population selon le FUE rajusté</b> .....	6
Complexité dans le secteur du commerce de détail.....	10
<b>Unités constituées en société et unités non constituées en société</b> .....	12
<b>Portrait des détaillants constitués en société</b> .....	14
Détaillants constitués en société dans le FUE rajusté .....	14
Utilisation de l'IGRF pour brosser le tableau des établissements de vente au détail constitués en société.....	18
<i>Le secteur du commerce de détail et l'IGRF</i> .....	19
<i>Fréquence des déclarations</i> .....	22
<b>Entreprises de vente au détail non constituées en société</b> .....	24
Entreprises de vente au détail non constituées en société dans le FUE rajusté .....	24
Entreprises de vente au détail non constituées en société dans la base de données des estimations T1 .....	26
<b>Conclusion</b> .....	29
<b>Annexe A - Liste des sous-secteurs du SCIAN - Canada</b> .....	30
<b>Annexe B - Fréquence de la déclaration des revenus et des dépenses, 1998</b> .....	31
<b>Bibliographie</b> .....	32



# Étude du secteur du commerce de détail à l'aide des données de l'impôt sur le revenu

— Diffusion interne seulement —

Le présent document, brosse le tableau du secteur du commerce de détail en 1998, selon la Base de données du registre central (BDRC). L'univers cible sera divisé en entreprises constituées en société et en entreprises non constituées en société, et il sera comparé à la représentation de la branche d'activité peints par l'Index général des renseignements financiers (IGRF) et les données estimatives tirées des déclarations T1. Nous mettrons ainsi en évidence l'utilisation potentielle de la base de sondage et des données administratives dans les activités de recherche et cernerons les lacunes possibles dans l'une ou l'autre des sources d'information.

## 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.*

Pour plus de renseignements sur ce document, veuillez communiquer  
avec Bonnie Bercik (613) 951-6790 ou Diane Proulx (613) 951-7192  
Télécopieur : (613) 951-0411

Ca 005

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHEQUE STATISTIQUE CANADA



1010332418

0.2

DATE DUE



Projet d'amélioration des statistiques  
économiques provinciales

Project to Improve Provincial  
Economic Statistics

**Étude du secteur du  
commerce de détail à l'aide  
des données de l'impôt sur  
le revenu**

**A Study of the Retail  
Industry Using Income  
Tax Data**

Série technique

Technical Series

Numéro 70

Number 70



Internet : [www.statcan.ca](http://www.statcan.ca)

Intranet : <http://pasep>



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada