



Centres de services aux entreprises d'ISTC et Centres de commerce extérieur

Industrie, Sciences et Technologie Canada (ISTC) et Commerce extérieur Canada (CEC) ont mis sur pied des centres d'information dans les bureaux régionaux de tout le pays. Ces centres permettent à leur clientèle de se renseigner sur les services, les documents d'information, les programmes et l'expérience professionnelle disponibles dans ces deux Ministères en matière d'industrie et de commerce. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec l'un ou l'autre des bureaux dont la liste apparaît ci-dessous.

Terre-Neuve

Atlantic Place 215, rue Water, bureau 504 C.P. 8950 ST. JOHN'S (Terre-Neuve) A1B 3R9 Tel.: (709) 772-ISTC

Île-du-Prince-Édouard

Télécopieur : (709) 772-5093

Confederation Court Mall National Bank Tower 134, rue Kent, bureau 400 C.P. 1115 CHARLOTTETOWN (Île-du-Prince-Édouard) C1A 7M8 Tél.: (902) 566-7400 Télécopieur: (902) 566-7450

Nouvelle-Écosse

Central Guaranty Trust Tower 1801, rue Hollis, 5º étage C.P. 940, succursale M HALIFAX (Nouvelle-Écosse) B3J 2V9 Tél.: (902) 426-ISTC Télécopieur: (902) 426-2624

Nouveau-Brunswick

Assumption Place 770, rue Main, 12º étage C.P. 1210 MONCTON (Nouveau-Brunswick) E1C 8P9 Tét.: (506) 857-ISTC

Telécopieur: (506) 851-6429

Québec

Télécopieu

Ontario

1, rue Fron

TORONTO

M5J 1A4

Tel.: (416)

Manitoba

330, aven C.P. 981

WINNIPEC

R3C 2V2

Tél.: (204

Tour de la Bourse 800, place Victoria, bureau 3800 C.P. 247 MONTRÉAL (Québec) H4Z 1E8 Tél.: (514) 283-8185 1-800-361

Saskatchewan

S.J. Cohen Building 119, 4ª Avenue sud, bureau 401 SASKATOON (Saskatchewan) S7K 5X2 Tét.: (306) 975-4400 Télécopieur: (306) 975-5334

Alberta

Canada Place 9700, avenue Jasper, bureau 540 EDMONTON (Alberta) T5J 4C3 Tél.: (403) 495-ISTC

Télécopieur : (403) 495-4507

121C 1221 (S/80)

Yukon

108, rue Lambert, bureau 301 WHITEHORSE (Yukon) Y1A 1Z2 Tél.: (403) 668-4655 Télécopieur: (403) 668-5003

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building 10^a étage Sac postal 6100 YELLOWKNIFE (Territoires du Nord-Ouest) X1A 2R3 Tel.: (403) 920-8568 Télécopieur: (403) 873-6228

Administration centrale

difice C.D. Howe 235, rue Queen Iff étage, tour Est DTTAWA (Ontario) (1A 0H5 Fel.: (613) 952-ISTC Télécopieur: (613) 957-7942

Administration centrale de CEC

ntoExport Edifice Lester B. Pearson 125, promenade Sussex TTAWA (Ontario) 41A 0G2 Fel.: (613) 993–6435 1-800-267-8376

ces aux entreprises ou le Centre l'un des trois bureaux suivants

Demandes de publications

Pour recevoir un exemplaire de l'une des publica de commerce extérieur le plus près de chez vous

Pour les Profils de l'industrie : Direction générale des communications Industrie, Sciences et Technologie Canada 235, rue Queen, bureau 704D OTTAWA (Ontario) K1A 0H5 Tél.: (613) 954-4500 Télécopieur: (613) 954-4499 Pour les ai Direction ; communic Industrie, Technolo 235, rue (OTTAWA K1A 0H5

Tél.: (613) 954-5716 Télécopieur: (613) 954-6436

1-800-267-8376 Télécopieur : (613) 996-9709

BECT MI C'S

Canadä^{*}

128

HD9505/,C3/15/1990-91 Canada. Industry, Science Industry profile.

RUOTAR AD STAG - BUG STAG



COMMERCE DE GROS

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution rapide du commerce international, l'industrie canadienne doit pouvoir soutenir la concurrence si elle veut connaître la croissance et la prospérité. Favoriser l'amélioration du rendement de nos entreprises sur les marchés du monde est un élément fondamental des mandats confiés à Industrie, Sciences et Technologie Canada et à Commerce extérieur Canada. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents grâce auxquels Industrie, Sciences et Technologie Canada procède à l'évaluation sommaire de la position concurrentielle des secteurs industriels canadiens, en tenant compte de la technologie, des ressources humaines et de divers autres facteurs critiques. Les évaluations d'Industrie, Sciences et Technologie Canada et de Commerce extérieur Canada tiennent compte des nouvelles conditions d'accès aux marchés de même que des répercussions de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis. Pour préparer ces profils, le Ministère a consulté des représentants du secteur privé.

Veiller à ce que tout le Canada demeure prospère durant l'actuelle décennie et à l'orée du vingt-et-unième siècle, tel est le défi qui nous sollicite. Ces profils, qui sont conçus comme des documents d'information, seront à la base de discussions solides sur les projections, les stratégies et les approches à adopter dans le monde de l'industrie. La série 1990–1991 constitue une version revue et corrigée de la version parue en 1988–1989. Le gouvernement se chargera de la mise à jour régulière de cette série de documents.

Michael H. Wilson Ministre de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie et ministre du Commerce extérieur

Structure et rendement

Structure

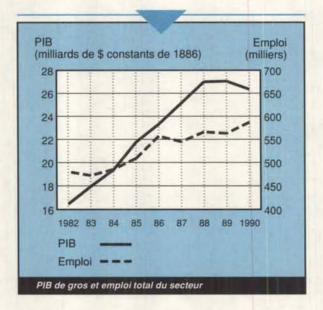
Le secteur du commerce de gros comprend deux genres d'entreprises. Le premier groupe est formé des marchands de gros qui s'occupent surtout d'acheter des marchandises pour les revendre aux détaillants, aux utilisateurs des domaines industriel, commercial, institutionnel, agricole ou des services professionnels, ainsi qu'aux entreprises spécialisées de même qu'à d'autres grossistes. Le second groupe se compose des entreprises qui agissent également comme agents ou courtiers dans l'achat et la vente à commission de marchandises.

Les grossistes constituent un lien vital entre les fabricants et le marché. Ils prévoient les besoins et les exigences des clients, achètent et entreposent les marchandises, centralisent les expéditions, livrent les marchandises, fournissent du

financement, transmettent leurs connaissances sur divers aspects de la commercialisation des produits au Canada et à l'étranger, et fournissent des services de consultation. Pour les fabricants, les grossistes vendent et entreposent les marchandises, financent la production en l'achetant à l'avance, réduisent les risques de crédit en choisissant les clients, et fournissent de l'information sur la commercialisation. Les grossistes peuvent également offrir des services d'entretien, de réparation et de location des produits qu'ils distribuent.

L'envergure de chacune des fonctions assurées par une maison de gros est liée à plusieurs facteurs, soit les caractéristiques de la gamme de produits, les utilisateurs, la structure du secteur fournisseur et la force concurrentielle de l'entreprise de gros en question. Cependant, pour réussir, les maisons de gros doivent offrir l'ensemble des fonctions les plus recherchées à un coût inférieur à celui que leurs





fournisseurs (les fabricants) peuvent offrir ou que leurs clients (les détaillants) peuvent obtenir par eux-mêmes.

En 1988, la dernière année pour laquelle Statistique Canada dispose de données complètes, ce secteur regroupait 66 766 établissements. Ces établissements réalisaient un chiffre d'affaires de 280 milliards de dollars et employaient 566 000 personnes, soit environ 4,6 % de la population active du Canada (voir figure ci-dessus). Cette même année, la contribution du secteur au produit intérieur brut (PIB) total, en dollars constants de 1986, était de 5,5 %. En 1990, l'emploi atteignait 587 000 personnes, mais la contribution totale du secteur au PIB avait légèrement diminué à 5,2 %.

Dans l'interprétation des données statistiques du commerce de gros, il est important de tenir compte des faits suivants. Premièrement, les entreprises qui se livrent à plus d'une activité, par exemple au commerce de gros et à la fabrication, ou au commerce de gros et au commerce de détail, ne figurent dans les données du secteur du commerce de gros que si elles tirent la plus grande partie de leurs bénéfices bruts de cette activité. Par ailleurs, comme on l'observe dans un bon nombre de sous-secteurs, il existe une tendance claire à l'intégration des fonctions de fabrication et de vente en gros et au détail et il devient de plus en plus difficile de tracer un tableau fidèle de la fonction de vente en gros.

Deuxièmement, la structure d'une entreprise peut influer sur la classification de celle-ci comme grossiste, détaillant ou fabricant. Les fabricants qui ont des filiales distinctes de vente contribuent à augmenter le nombre de grossistes, tandis que les fabricants dotés de divisions internes de vente sont exclus de cette catégorie. Les ventes réalisées par l'entremise de magasins de détail appartenant aux fabricants sont classées différemment des ventes réalisées par l'intermédiaire de franchises. L'ancienne taxe sur les ventes des fabricants (TVF) incitait ces derniers à établir des filiales de gros ou des succursales de vente de manière à réduire au minimum la TVF prélevée à la sortie de l'usine. Depuis que cette taxe de 7 % a été remplacée par la taxe sur les produits et services (TPS), le 1er janvier 1991, cet incitatif n'existe plus. La fonction de vente en gros peut donc être récupérée dans une certaine mesure par le fabricant, ce qui pourrait finalement se traduire par une réduction des données globales recueillies par Statistique Canada touchant le volume du commerce de gros.

Troisièmement, la classification des clients des entreprises est difficile, et c'est pourquoi certains établissements sont classés automatiquement comme grossistes, même s'ils vendent aux consommateurs tout autant qu'à d'autres entreprises. C'est le cas notamment des entreprises spécialisées dans la vente de meubles de bureau et de magasin, de bois débité et de matériaux de construction, de fournitures agricoles, de mazout, et de tous les genres de machines et de matériel.

Enfin, les données sur le volume du commerce ne représentent pas exactement la valeur des biens distribués par le secteur. En effet, comme certaines maisons de gros vendent à d'autres grossistes, la valeur des mêmes marchandises peut être enregistrée plus d'une fois. En 1988, 11 % des ventes globales du secteur du commerce de gros ont été effectuées à d'autres grossistes. Cependant, ce double compte ne pose pas de problème au chapitre des statistiques du PIB ou de l'emploi relatives au commerce de gros.

Le secteur du commerce de gros est présent partout au Canada. La répartition géographique du chiffre d'affaires suit de près celle de la population et des établissements industriels. Selon les données de 1988, l'Ontario constitue le principal marché, avec 45 % des ventes totales, suivi du Québec, avec 23 %, et des Prairies, avec 17 %.

Il s'agit d'un secteur à forte concentration. Ainsi, les grandes entreprises, définies ici comme les sociétés possédant des actifs de 25 millions de dollars et plus, ne représentaient en 1987 que 0,6 % de toutes les maisons de gros; elles ont pourtant réalisé 44 % du chiffre d'affaires total.

La plupart des entreprises appartiennent à des intérêts canadiens. Les entreprises de propriété étrangère comptent pour moins de 5 % du nombre total d'entreprises. La proportion peut être plus élevée dans certains secteurs où des fabricants étrangers distribuent leurs produits par l'intermédiaire de filiales spécialisées dans le commerce de gros. La propriété étrangère est plus importante chez les marchands de gros que chez les agents ou courtiers; elle atteint un sommet dans les secteurs des produits pétroliers, de l'automobile,



des machines et du matériel, ainsi que dans ceux du métal, de la quincaillerie, de la plomberie et du chauffage.

En 1987, les entreprises de propriété étrangère réalisaient 27 % du chiffre d'affaires de ce secteur, soit une baisse par rapport au pourcentage de 29 % atteint vers la fin des années 1970. Ce recul découle principalement de l'acquisition d'entreprises étrangères par des Canadiens, surtout dans le domaine des produits pétroliers. La part des entreprises de propriété américaine représente environ la moitié des ventes réalisées par les maisons de propriété étrangère.

Les activités de gros sont effectuées par les marchands de gros ou par les agents ou courtiers à commission. Les marchands de gros, qui réalisent environ 85 % du chiffre d'affaires du secteur au Canada, achètent les produits qu'ils vendent: ils tirent leurs revenus de l'écart entre leur coût d'achat et leur prix de vente. Les grossistes qui assurent un éventail complet de services se chargent habituellement de toutes les fonctions de commercialisation, et offrent une gamme étendue de produits. La plupart des grossistes en produits électriques, en produits pharmaceutiques et en quincaillerie sont de ceux-là. Les grossistes à services limités peuvent distribuer une gamme de produits plus réduite ou choisir de ne pas fournir certains services comme le crédit ou la livraison des marchandises. Les filiales de vente des fabricants sont des entreprises établies par les fabricants dans le but de distribuer en gros leurs propres produits. Elles sont

Répartition des ventes selon les groupes de produits, 1987

Pourcentage	des	ventes
-------------	-----	--------

Todioona	go doo vontoo
Ressources naturelles	30,4
Produits pétrollers	12,1
Produits agricoles	10,8
Bois débité	7,5
Produits de consommation	40,2
Produits alimentaires	16,9
Pièces d'automobiles	8,0
Quincaillerie et matériaux de construction	2,8
Vêtements et textiles	2,8
Tabac et produits pharmaceutiques	2,8
Meubles et appareils électroménagers	1,4
Autres	5,5
Produits industriels	29,4
Machines, matériel et fournitures	10,9
Matériel électrique, de plomberie et de chauffage	9,4
Métaux et produits en métal	4,4
Papier et produits en papier	2,1
Autres	2,6

Source : Statistique sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, nº 63-226 au catalogue de Statistique Canada, annuel. souvent mises sur pied par de grandes sociétés qui modifient leurs produits fréquemment, et pour qui l'obtention de données précises et à jour sur les ventes est d'une importance capitale. Certaines de ces maisons vendent aussi des produits d'autres fournisseurs.

Les agents et les courtiers vendent des biens à commission. Ils ne prennent pas possession des biens qu'ils vendent. Ils se spécialisent généralement dans des gammes de produits ou des marchés géographiques particuliers. C'est le cas notamment des sociétés de vente aux enchères, des agents commerciaux, des courtiers en alimentation et des agents et courtiers d'import-export. Les agents et les courtiers vendent principalement des produits agricoles, alimentaires ou pétroliers, de même que des vêtements et des marchandises sèches.

Qu'ils soient marchands ou courtiers, les grossistes se spécialisent habituellement dans un groupe de produits touchant, par exemple, les ressources naturelles, les produits de consommation ou les produits industriels. Le tableau ci-contre présente la répartition des ventes pour 1987 selon les principaux sous-secteurs du commerce de gros.

Le groupe des ressources naturelles est dominé par des sociétés dont le chiffre d'affaires se compte en milliards de dollars; ces sociétés ont souvent des liens directs avec les producteurs. Il peut s'agir de coopératives de producteurs tout autant que de grandes entreprises privées. Les grandes pétro-lières et certaines grandes sociétés forestières possèdent également d'importants réseaux de commerce de gros. Au sein du secteur forestier, toutefois, les parts de marché sont réparties de façon beaucoup plus équilibrée que dans les deux autres groupes majeurs.

Les grandes entreprises occupent également une place importante dans le groupe des produits de consommation, en particulier en ce qui a trait aux produits alimentaires, aux produits pharmaceutiques, aux pièces d'automobiles, à la quincaillerie et aux matériaux de construction. Ces entreprises ont généralement des liens très étroits avec les détaillants. Ainsi, est-il courant que d'importantes maisons de gros achètent des produits du manufacturier et les commercialisent par le biais de leurs propres magasins, de concessionnaires parrainés par l'entreprise, de franchises ou qu'elles appartiennent à des coopératives de commerce de détail. De nombreuses entreprises de guincaillerie et de matériaux de construction vendent également en gros à des clients commerciaux depuis leurs points de vente au détail. Par comparaison, la commercialisation de produits comme les vêtements, les meubles et les appareils électroménagers est en général effectuée directement auprès des détaillants, et les grossistes, dans ces domaines, se limitent à l'importation.

Les principaux clients des grossistes en produits industriels sont d'autres entreprises et des entreprises



spécialisées. Ces grossistes distribuent une vaste gamme de produits, qu'ils doivent bien connaître et dont ils doivent pouvoir assurer l'entretien. En conséquence, la plupart de ces grossistes se spécialisent, et détiennent une part relativement petite du marché. On trouve cependant de grandes entreprises dans des domaines comme le matériel lourd, les machines agricoles, le matériel électrique, de plomberie et de chauffage, et les produits en papier. Dans ces domaines, certaines grandes entreprises de gros sont intégrées verticalement avec les fabricants.

Les grossistes sont principalement axés sur le marché intérieur, mais le commerce international est également important pour eux. En 1988, sur un chiffre d'affaires de 237,6 milliards de dollars pour l'ensemble du secteur, les exportations directes des marchands de gros étaient évaluées à 19,7 milliards de dollars. Il s'agissait surtout de produits agricoles, de produits pétroliers, de bois débité, de produits en papier et de produits en métal. Une importante partie des exportations sont effectuées par l'intermédiaire des maisons de commerce, ces maisons faisant l'objet d'un autre profil ainsi intitulé. D'importantes entreprises canadiennes de gros. spécialisées dans les pièces d'automobiles, le matériel lourd, les produits alimentaires, le bois débité et d'autres produits, ont établi des filiales de gros à l'étranger, en particulier aux États-Unis et en Grande-Bretagne. On ne dispose d'aucune donnée touchant les importations.

Rendement

Le commerce de gros est tributaire de la vitalité de l'économie, des cours mondiaux des produits de base et des taux de croissance de l'emploi, du revenu, des investissements et du commerce.

Depuis 1970, le commerce de gros a toujours connu une expansion plus rapide que l'ensemble de l'économie. Entre 1971 et 1981, le PIB relatif au commerce de gros, en dollars constants de 1986, a augmenté à un taux annuel moyen de 4,5 %, comparativement à 3,8 % pour l'ensemble de l'économie canadienne. La récession de 1981—1982 a incité de nombreuses maisons de gros à se lancer dans de vastes programmes de rationalisation, ce qui a entraîné l'abandon de gammes de produits secondaires, la fermeture d'entrepôts et la réduction des ressources humaines. En 1982, le chiffre d'affaires total, le nombre d'établissements et les effectifs ont diminué de 2 à 3 % par rapport à l'année précédente. Les sous-secteurs les plus touchés ont été les machines et le matériel, les métaux, le matériel électrique, de plomberie et de chauffage, ainsi que le bois débité.

Entre 1982 et 1988, durant la phase ascendante du cycle économique, le PIB relatif au commerce de gros a connu une croissance accélérée, atteignant un taux annuel moyen de 8,6 %, comparativement à la moyenne de 4,3 % enregistrée pour l'ensemble de l'économie canadienne. En conséquence, la contribution de ce secteur au PIB total est passée de 4,3 % en 1982 à 5,5 % en 1988. Toutefois, le PIB du commerce de gros n'a crû que de 0,2 % en 1989 et il a fléchi de 2,6 % en 1990, réduisant à 5,2 % la contribution du secteur au PIB total pour l'année 1990.

Ce fléchissement de l'activité du commerce de gros est grandement attribuable au ralentissement global des dépenses des consommateurs et de la construction résidentielle en 1989 et en 1990. Les grossistes les plus touchés en 1990 ont été ceux des domaines des métaux, de la quincaillerie et du matériel de plomberie et de chauffage; leurs revenus ont subi cette année-là une baisse de 14,9 % en dollars courants. La baisse du chiffre d'affaires a été de 8 % dans les sous-secteurs du bois débité et des matériaux de construction, et de 6 % dans les autres types de machines, de matériel et de fournitures. Par ailleurs, on a observé une hausse de 3 % au chapitre du commerce de gros des produits alimentaires, des boissons, des produits pharmaceutiques et du tabac, et de 4 % dans le cas des autres produits. La perspective pour 1991 semblait laisser entrevoir une reprise : en effet, les données relatives au PIB confirment que le ralentissement important observé au premier trimestre de 1991 a été compensé vers le milieu de l'année par un taux d'activité dépassant le taux moyen de 1990.

Le secteur du commerce de gros a considérablement accru ses investissements après la récession de 1981-1982. avec une augmentation des dépenses de 22 % en 1983 et de 25 % en 1984. Les entreprises de gros ont d'abord investi dans l'achat de machines et de matériel, notamment d'ordinateurs, afin d'accroître leur efficacité et d'améliorer la qualité du service à la clientèle. Entre 1985 et 1990, les investissements globaux réels ont progressé en moyenne de 4,6 % par année, à cause surtout des dépenses de construction, celles-ci ayant connu une hausse annuelle réelle moyenne de 15,7 %, et ayant fait un saut de 26 % en 1988. Les gros projets en cours, notamment le nouveau centre de distribution de 1,1 million de pi2 (102 000 m2), d'une valeur de 187 millions de dollars, dont s'est dotée Canadian Tire pour améliorer son exploitation et augmenter sa capacité, ont contribué à hausser les plus récentes données sur la construction, touchant la fin des années 1980.

La rentabilité du commerce de gros est comparable à celle du secteur de la fabrication. Dès 1985, la relance économique et la hausse des ventes avaient ramené les bénéfices aux niveaux d'avant la récession, et la situation a continué de s'améliorer en 1987 (la dernière année pour laquelle nous disposons de données sur le rendement financier des entreprises de gros). De plus, le secteur a amélioré sa situation financière en réduisant légèrement son ratio d'endettement



à long terme (voir les détails dans les statistiques financières figurant à la page 10). À ce chapitre, les grossistes spécialisés dans les produits pétroliers et les produits agricoles font encore exception. Il est toutefois probable que la rentabilité et le niveau d'endettement de l'industrie aient reculé au cours de la récession de 1990–1991.

Au moment où nous rédigeons ce profil, l'économie du Canada de même que celle des États-Unis montrent des signes de redressement, à la suite d'une période de récession. En plus d'avoir vu leurs carnets de commandes diminuer, les entreprises du commerce de gros ont dû subir des pressions sous-jacentes les incitant à une restructuration à long terme. Dans certains cas, ces pressions cycliques ont eu pour effet d'accélérer le processus d'adaptation et de restructuration. Avec les signes de relance, même s'ils sont encore irréguliers, la perspective à moyen terme va s'améliorer. L'effet du phénomène sur ce secteur industriel dépendra du rythme même de la relance.

Les emplettes transfrontières des Canadiens ont augmenté de façon spectaculaire ces trois dernières années, ce qui s'est traduit par une baisse des ventes totales au détail de l'ordre de 2 à 3 %. Jusqu'ici, les grossistes ont été moins touchés que les détaillants, parce que leur marché est plus diversifié que celui de ces derniers.

Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Les principaux facteurs qui influent sur la rentabilité des entreprises du secteur du commerce de gros sont les économies d'échelle (qui se répercutent sur l'efficacité et le rendement de leurs activités et de leurs réseaux de distribution), les liens entretenus avec d'autres secteurs industriels, de même que la capacité de répondre aux exigences des clients en matière de prix, de service, de commodité et de qualité des produits.

Selon divers représentants du secteur, l'industrie canadienne du commerce de gros se compare avantageusement, sur le plan du rendement global, à celle d'autres pays industrialisés, y compris les États-Unis. Un des principaux atouts du secteur est qu'on y retrouve de grandes entreprises canadiennes dans divers secteurs de produits (notamment United Westburne dans le matériel électrique, de plomberie et de chauffage de même que Loblaws et Provigo dans les produits alimentaires). La grande taille de ces entreprises leur permet de réaliser les économies d'échelle et de ressources nécessaires pour rassembler et distribuer les marchandises de façon efficace.

Le commerce de gros des ressources naturelles exige souvent des investissements considérables dont la marge bénéficiaire est faible. En conséquence, les économies d'échelle et l'intégration avec les producteurs constituent de gros avantages concurrentiels, en particulier pour les grossistes en céréales et en produits pétroliers.

Les principaux grossistes spécialisés dans les produits de consommation se sont assuré des marchés stables et des avantages concurrentiels en établissant des liens avec des concessionnaires, des franchises et des coopératives. C'est le cas notamment de Beaver Lumber (Le Castor bricoleur) et de Shoppers' Drug Mart (propriété d'Imasco), qui approvisionnent des magasins au détail indépendants. Pour avoir accès à ces magasins de détail, les fournisseurs doivent passer par le grossiste approprié. Cette structure permet d'allier le dynamisme du détaillant indépendant aux économies d'échelle, au pouvoir d'achat et aux ressources du grossiste de grande envergure. Les regroupements de ce genre accroissent constamment leur part du marché, ce qui incite un nombre grandissant de détaillants importants à convertir leurs magasins en franchises et à accroître leurs activités de gros. Au Canada, 85 % des points de vente de guincaillerie sont des établissements indépendants affiliés à de grandes maisons de gros comme Home Hardware.

D'autres grossistes se spécialisent dans l'importation, et tirent leur atout concurrentiel de leur bonne connaissance des marchés et des services étrangers. Les grands détaillants, qui ont comprimé leurs ressources humaines et leurs stocks au cours des dernières années, comptent de plus en plus sur l'expertise de ces grossistes pour répondre à leurs besoins en matière d'importation. Par ailleurs, l'évolution du commerce international et la spécialisation du secteur de la fabrication qui en découle pourraient également pousser les grossistes à rechercher de nouvelles sources d'approvisionnement.

Dans le commerce de gros des produits industriels, se trouver à proximité des clients et offrir un bon service représentent des avantages fort importants. À cet égard, les plus favorisés sont les grandes entreprises qui possèdent un vaste réseau de succursales, car elles ont le pouvoir d'achat nécessaire pour offrir des prix compétitifs. Dans des secteurs où les prix sont de moindre importance, toutefois, de nombreuses entreprises misent sur la qualité de leur service et leur connaissance du produit. Les droits exclusifs de distribution obtenus des fabricants peuvent aussi constituer un autre atout concurrentiel de taille, puisqu'ils accordent à un grossiste une région protégée au sein de laquelle il peut commercialiser le produit.

Depuis la récession de 1981–1982, les grossistes en produits industriels ont élargi leur gamme de produits et de services afin d'augmenter leur force concurrentielle. Les fabricants de produits industriels ont eux aussi rationalisé leurs activités, soit en vendant leurs réseaux de distribution, soit en faisant davantage appel à des agents ou à des courtiers.



Dans de nombreux secteurs de produits du commerce de gros, les installations d'entreposage et la constitution des stocks représentent des coûts d'entrée plutôt élevés. Toutefois, il existe encore des domaines où les investissements requis sont beaucoup moins importants, ce qui permet à de petites entreprises gérées par leur propriétaire de connaître du succès. La force concurrentielle de ces entreprises repose sur leur capacité d'offrir des services spécialisés dans des créneaux auxquels les grandes maisons ne s'intéressent pas. Cependant, les petits entrepreneurs éprouvent des problèmes en raison de leurs faiblesses en matière de gestion et de leur difficulté à se procurer du financement. Ces facteurs les rendent plus vulnérables aux ralentissements de l'économie.

Facteurs liés au commerce

Les grossistes assurent la distribution des biens des fabricants à d'autres entreprises au Canada et à l'étranger. Ils doivent ainsi composer avec des facteurs qui peuvent entraver le commerce et l'expansion sur la scène internationale, par exemple les tarifs douaniers et les barrières non tarifaires (BNT) comme les quotas, les règlements techniques et les pratiques d'achat des gouvernements. Ainsi, les exigences canadiennes comme l'approbation de certains produits par l'Association canadienne de normalisation peuvent-elles empêcher l'importation pour revente de produits fabriqués à l'étranger, produits qui ne satisfont pas à ces normes. La limitation de l'accès aux sources d'approvisionnement étrangères peut modifier la nature et le degré de la concurrence au sein du secteur canadien du commerce de gros. De même, les restrictions imposées sur les produits canadiens dans d'autres pays peuvent limiter les exportations et empêcher les grossistes possédant des comptoirs à l'étranger de s'approvisionner auprès de fournisseurs canadiens.

L'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis (ALE), entré en vigueur le 1er janvier 1989, a d'importantes conséquences sur le secteur du commerce de gros à cause de la vaste gamme de produits distribués. Ainsi, la réduction des droits de douane donne-t-elle aux grossistes accès à un plus large éventail de produits à prix compétitifs, ce qui améliore la position concurrentielle des entreprises canadiennes face aux grossistes étrangers. Dès l'entrée en vigueur de l'ALE, les droits de douane ont été abolis sur certains produits comme les ordinateurs et le matériel connexe, les patins, les skis, la fourrure et les vêtements de fourrure, le whisky, les aiguilles et les motocyclettes. Par ailleurs, les tarifs sur la plupart des produits agricoles et des produits de consommation dont les grossistes font commerce sont en voie d'être éliminés en 10 étapes annuelles et égales. Dans le cas de nombreux produits industriels, dont les produits en papier, les produits chimiques et la plupart des machines, l'élimination des droits de douane se fait de façon accélérée, soit en cinq étapes annuelles et égales se terminant le 1er janvier 1993. Certains produits, comme les machines agricoles, faisaient déjà l'objet d'un commerce de franchise lors de la mise en œuvre de l'ALE.

Parmi les autres éléments importants de l'ALE, mentionnons la décision d'accorder un traitement national aux services commerciaux y compris les services de gros; les dispositions visant à faciliter les séjours temporaires des gens d'affaires; l'amélioration de l'accès des produits énergétiques au marché américain; les efforts visant à harmoniser les normes et le système de règlement des différends. L'accès garanti au marché américain est un aspect important pour les grossistes canadiens, étant donné la faible envergure du marché canadien et les difficultés éprouvées dans le passé par les grossistes et les producteurs dans l'exportation aux États-Unis de produits comme le bois débité, les produits agricoles et l'acier. À l'avenir, un plus grand nombre de grossistes canadiens chercheront des débouchés et des possibilités d'expansion aux États-Unis et ailleurs.

La rationalisation du secteur de la fabrication, qui devrait être une conséquence normale de l'ALE, ainsi que les effets de la déréglementation dans le secteur canadien des transports pourraient amener la création d'une série de nouveaux circuits de distribution sur le continent nord-américain. Dans le commerce de gros de certains groupes de produits. l'axe traditionnel est-ouest se transformera probablement en un axe nord-sud. On s'attend à ce que le secteur ait ainsi de nombreuses occasions de réduire ses frais de transport et d'améliorer l'efficacité de ses activités, en tirant parti des nouvelles sources internationales d'approvisionnement et en ouvrant de nouveaux marchés internationaux pour leurs produits. Le développement de ce nouvel axe de distribution nord-sud pourrait cependant être limité par des différences persistantes entre le Canada et les États-Unis au sujet de l'emballage, de l'étiquetage, des normes applicables aux produits et des exigences des clients.

Une étude commandée par ISTC au début de 1991 indiquait que les grossistes canadiens de certains secteurs de produits sont défavorisés par rapport aux grossistes américains en raison de la structure et de la nature des secteurs canadiens du commerce de gros et du commerce de détail¹. Les raisons mentionnées sont nombreuses et variées : les volumes plus grands et la concurrence plus vive aux États-Unis font baisser

¹Ernst & Young, A Preliminary Study of the Competitiveness of Distribution Channels, Toronto, Ernst & Young, mars 1991.



les prix à tous les paliers des réseaux de distribution; les filiales américaines de sociétés étrangères peuvent pratiquer des
prix moins élevés que les filiales canadiennes à cause de
l'importance stratégique du marché américain; les entreprises
américaines ont généralement des frais d'exploitation et des
frais généraux moins élevés que les entreprises canadiennes.
Aux États-Unis, la concurrence est plus forte qu'au Canada
entre les diverses formes de distribution (ainsi, les magasins
d'usines et les comptoirs de vente postaux font-ils concurrence
aux magasins ordinaires de détail). En outre, dans le cas des
produits fabriqués aux États-Unis, la filiale canadienne représente un maillon de plus dans la chaîne de distribution, ce
qui entraîne une majoration des prix.

Le phénomène des emplettes transfrontières provoque une remise en question de l'efficacité et de la compétitivité des réseaux canadiens de distribution. Tout semble indiquer qu'à long terme, des changements structurels profonds sont devenus inévitables, et que, par exemple, les entreprises canadiennes devront former de plus grands regroupements d'achat si elles veulent demeurer concurrentielles à l'échelle internationale. Une recherche plus approfondie sur cette question a été commandée et les résultats devraient être connus au printemps de 1992.

Facteurs technologiques

Une étude, coparrainée par ISTC et fondée sur des données de Statistique Canada, a examiné la diffusion de la technologie dans le secteur des services². L'étude a permis de constater que les secteurs des communications et du commerce de gros sont les grands responsables de l'adoption des technologies de l'informatique. Ainsi, le commerce de gros présentait-il un taux d'utilisation supérieur à la moyenne globale pour 24 des 29 technologies examinées, et un taux inférieur à la moyenne pour cinq technologies seulement. Comme il fallait s'y attendre, les grossistes comptaient parmi les plus grands usagers de systèmes informatiques de saisie des commandes, de contrôle des stocks et d'échange de données informatisées.

Le commerce de gros est par définition une activité reposant sur une quantité considérable de données : commandes, facturation, unités de stock, factures de transport, etc. C'est pourquoi les grossistes doivent recourir de plus en plus à l'informatique pour améliorer la gestion de leurs opérations. Ces technologies leur ont notamment permis de réduire leurs stocks et le nombre de leurs entrepôts tout en améliorant le service à la clientèle. L'utilisation de l'informatique s'est intensifiée vers le milieu des années 1980, après que

la récession de 1981–1982 eût fait ressortir l'importance d'une plus grande efficacité.

Les grandes maisons de gros que l'on trouve dans de nombreux secteurs industriels ont les moyens financiers requis pour acquérir des systèmes informatiques de pointe, des systèmes de télécommunications et d'autres innovations. Par ailleurs, la baisse des coûts et les nouvelles technologies rendent plus économique et plus pratique l'adoption de l'informatique par les petites entreprises. De nos jours, les grossistes de toutes tailles sont en mesure de profiter des technologies existantes et d'amplifier leur utilisation des applications nouvelles.

Les grossistes canadiens suivent de près l'évolution des techniques américaines de distribution; ils commencent à mécaniser et à automatiser leurs entrepôts. L'informatisation a amélioré la gestion des stocks, et les grossistes pratiquent de plus en plus, avec leurs fournisseurs, les méthodes d'approvisionnement au moment adéquat. Cette évolution a permis aux grossistes de réduire leurs stocks en ne gardant en entrepôt que les quantités requises et en éliminant les quantités excédentaires. Cette méthode a entraîné une hausse considérable de la rotation des stocks.

Au Canada, très peu de grossistes possèdent des installations complètement automatisées comme celles que l'on retrouve aux États-Unis et en Europe pour le même genre de marchandises. Les coûts élevés, l'absence de souplesse et les forts volumes exigés rendent ces installations peu attrayantes pour les grossistes canadiens. Au Canada, l'adoption des nouvelles technologies est dans l'ensemble limitée à la gestion des entrepôts, au contrôle des stocks, à la logistique et aux systèmes de gestion des matériaux et des télécommunications; on s'intéresse peu à la manutention. Dans les secteurs d'intérêt, toutefois, le niveau technologique des méthodes canadiennes n'a rien à envier à celui des autres pays. Leur efficacité dans ces domaines a été stimulée par le besoin de distribuer des marchandises sur de longues distances, par le biais de réseaux de distribution nationaux ou régionaux qui ont recours à plusieurs installations.

Autres facteurs

La réforme fiscale fédérale a eu des conséquences sur les grossistes. Le remplacement de la TVF par la TPS assure en bout de ligne une application plus équitable des taxes sur les produits importés ou fabriqués au pays. En vertu de la TVF, les droits exigés sur les produits importés étaient basés sur la valeur des marchandises, à l'exclusion des coûts de distribution, des frais de garantie et des contrats de montage

²ISTC et Communications Canada, Les technologies et les industries de services, Ottawa, Approvisionnement et Services Canada, mars 1990.



et d'installation au Canada, tandis que la plupart des fabricants intérieurs devaient acquitter des taxes sur ces activités.

Les fabricants des marchandises auparavant assujetties à la TVF ont maintenant la possibilité de réduire leurs prix de vente aux grossistes. Ces derniers, qui devaient autrefois défrayer la TVF à l'importation de marchandises, n'ont plus à acquitter que la TPS, quoique celle-ci s'applique aussi aux frais de transport. Cependant, l'élargissement de l'assiette fiscale a annulé en partie ces avantages; certains biens et services qui n'étaient pas assujettis à la TVF sont maintenant taxés, et les activités de gros sont visées par la TPS.

Évolution du milieu

Confrontés à une croissance au ralenti, à l'évolution des exigences des clients et à une concurrence plus vive, les grossistes s'efforcent de mettre sur pied de nouveaux réseaux et de nouveaux services pour commercialiser leurs produits. Dans ce contexte, on doit s'attendre à une multiplication des fusions et des acquisitions. Par ailleurs, des investissements accrus dans l'informatique et la technologie permettront d'améliorer la productivité et le processus décisionnel tout en fournissant un plus grand nombre de services de plus grande valeur. En raison du capital qu'ils exigent, ces investissements seront surtout effectués par des entreprises qui comptent obtenir un meilleur rendement du capital en améliorant la productivité. Il est probable que les grandes entreprises investiront proportionnellement davantage dans la technologie et qu'elles renforceront ainsi leur position concurrentielle si l'application est efficace. Les entreprises de taille moyenne feront face à la compétition la plus dure, car elles devront affronter d'un côté les petites entreprises sur le plan des services personnalisés et de la souplesse, et de l'autre, les grandes entreprises sur le plan des prix, des économies d'échelle et des ressources technologiques. Les nouvelles méthodes de commercialisation, l'évolution rapide de la technologie et les problèmes financiers et administratifs plus complexes exigeront un recyclage constant du personnel.

Les nouveaux tarifs mis en vigueur en vertu de l'ALE élargiront les sources d'approvisionnement et les marchés des grossistes canadiens et américains dans toute l'Amérique du Nord. Les plus grandes possibilités du marché favoriseront l'adoption de nouvelles techniques de distribution et de commercialisation, et l'intensification de la concurrence pourrait entraîner une légère baisse des prix. Cependant, l'ALE ne devrait transformer ni le milieu des affaires en général, ni les conditions d'investissement aux États-Unis ou au Canada pour les grossistes des deux pays.

Dans l'ensemble. l'ALE devrait stimuler l'activité économique au Canada ainsi que les ventes et l'emploi dans le secteur du commerce de gros. En outre, l'amélioration de l'efficacité des entreprises canadiennes de fabrication pourrait élargir la gamme de produits concurrentiels susceptibles d'être exportés par les grossistes vers les États-Unis et d'autres marchés. Toutefois, sur le marché américain, les grossistes canadiens devront soutenir la concurrence des Américains, ceux-ci bénéficiant d'un avantage sur le plan des prix en raison des ristournes de volume obtenues directement des fabricants. Dans de nombreux cas, les grossistes canadiens qui distribuent leurs produits aux États-Unis à partir du Canada doivent s'approvisionner auprès des filiales canadiennes de fabricants américains, et ce maillon additionnel dans la chaîne de distribution augmente le prix pavé par les grossistes canadiens. Par ailleurs, les grossistes qui distribuent des produits importés encore assujettis aux droits de douane doivent supporter ce coût jusqu'à l'exportation, ce qui représente des frais supplémentaires.

Évaluation de la compétitivité

Le secteur canadien du commerce de gros est dynamique et se compare avantageusement avec celui d'autres pays au chapitre de l'adoption de nouvelles technologies et d'innovations visant à améliorer la productivité et les services à la clientèle. Les grossistes œuvrant dans les domaines des produits agricoles et des produits pétroliers continuent d'éprouver des difficultés, provoquées surtout par la baisse du cours de ces produits, mais ils s'emploient à rationaliser leurs activités.

L'ALE profitera à ce secteur en élargissant les sources d'approvisionnement et les marchés, ce qui facilitera la diffusion des innovations et des investissements. Ces nouvelles perspectives de croissance devraient compenser les coûts engendrés par l'adaptation à un nouvel environnement plus concurrentiel.

Pour plus de renseignements sur ce dossier ou sur les études sectorielles d'ISTC (voir page 15), s'adresser à la

Direction générale des industries des services et de la construction

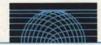
Industrie, Sciences et Technologie Canada

Objet : Commerce de gros

235, rue Queen OTTAWA (Ontario) K1A 0H5

Tél.: (613) 954-2979

Télécopieur : (613) 952-9054



	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Établissementsa		THE STATE OF							
Marchands de gros	49 306	50 515	59 163	60 039	62 226	65 278	63 373	n.d.	n.d.
Agents et courtiers	5 015	4 805	4 472	4 800	4 535	4 014	3 393	n.d.	n.d.
Total	54 321	55 320	63 635	64 839	66 761	69 292	66 766	n.d.	n.d.
Emploib	480 000	472 000	485 000	509 000	557 000	545 000	566 000	563 000	587 000
Chiffre d'affairesa (milliards d	le \$)								
Marchands de gros	145,4	158,9	181,6	195,3	199,6	220,0	237,6	234,8°	227,3
Agents et courtiers	27,3	31,2	33,8	36,4	36,0	44,2	45,6	44,6°	43,9
Total	172,7	190,1	215,4	231,7	235,6	264,2	283,2	279,4°	271,2
PIB ^d (millions de \$ constants de 1986)	16 463	17 945	19 358	21 766	23 312	25 131	26 992	27 048	26 342
(% du total canadien)	4,3	4,5	4,6	5,0	5.2	5,3	5,5	5,3	5,2

^aVoir *Statistique sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers*, nº 63-226 au catalogue de Statistique Canada, annuel (division I, commerce de gros).

bVoir La population active, nº 71-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

Estimations d'ISTC fondées sur Commerce de gros, nº 63-008 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

dVoir Produit intérieur brut par industrie, no 15-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.

n.d.: non disponible



	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Dépenses en capital : nvestissements ^a									
(millions de \$ constants de 1986)	557,8	678,8	851,1	866,4	872,2	932,9	993,8	1 117,8	1 084,15
(% de variation par rapport à l'année précédente)	-8,0	21,7	25,4	1,8	0,7	7,0	6,5	12,5	-3,0
Bénéfices avant impôts ^c		1411				21/			
(% du revenu total)	1,2	1,7	2,2	2,3	2,4	2,6	n.d.	n.d.	n.d.
(% du capital)	7,4	9,5	14,4	14,9	14,4	16,2	n.d.	n.d.	n.d.
(% du capital utilisé)	6,1	8,0	11,9	12,3	12,1	13,2	n.d.	n.d.	n.d.
Ratio d'endettement à long terme ^c (%)	18,1	16,6	17,8	17,1	15,0	15,6	n.d.	n.d.	n.d.
Rapport du chiffre d'affaires aux stocks ^c (fois)	6,5	6,7	6,8	6,9	7,0	7,3	n.d.	n.d.	n.d.
Exportationsd (milliards de \$) Marchands de gros	16,6	18,4	20,4	20,0	17,9	18,3	19,7	n.d.	n.d.

^aVoir Investissements privés et publics au Canada, perspective, nº 61-205 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

n.d.: non disponible

RÉPARTITION RÉGIONALE (1988)						
	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	
Établissements ^a (% du total)	6	27	37	18	13	
Emploib (% du total)	. 6	23	40	19	12	
Ventesa (% du total)	4	23	45	17	11	

aVoir Statistique sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, nº 63-226 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

Données préliminaires.

[«]Voir Statistique financière des sociétés, nº 61-207 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

dVoir Statistique sur le commerce de gros, marchands de gros, agents et courtiers, nº 63-226 au catalogue de Statistique Canada, annuel.

bVoir La population active, nº 71-001 au catalogue de Statistique Canada, mensuel.



PRINCIPALES SOCIÉTÉS Emplacement Pays Nom d'appartenance du siège social Ressources naturelles Produits pétroliers États-Unis Toronto (Ontario) Compagnie Pétrolière Impériale Limitée Canada Calgary (Alberta) Petro-Canada Inc. Calgary (Alberta) Shell Canada Limited Pays-Bas Produits agricoles Calgary (Alberta) Alberta Wheat Pool Canada États-Unis Winnipeg (Manitoba) Cargill Limited Montréal (Québec) Coopérative fédérée de Québec Canada Winnipeg (Manitoba) James Richardson et Fils Limitée Canada Saskatchewan Wheat Pool Canada Regina (Saskatchewan) Bois débité Vancouver (Colombie-Britannique) Canfor Corporation Canada Canada Toronto (Ontario) Green Forest Lumber Corporation Vancouver (Colombie-Britannique) MacMillan Bloedel Ltd. Canada Vancouver (Colombie-Britannique) Seabord Lumber Sales Company Limited Canada Weldwood of Canada Limited États-Unis Vancouver (Colombie-Britannique) Produits de consommation Produits alimentaires Toronto (Ontario) Loblaw Companies Ltd. Canada Canada Montréal (Québec) Métro-Richelieu Inc. Le Groupe Oshawa Limitée Canada Toronto (Ontario) Montréal (Québec) Canada Provigo Inc. Pièces d'automobiles Acklands Limitée Canada Winnipeg (Manitoba) La Société Canadian Tire Limitée Canada Toronto (Ontario) Montréal (Québec) UAP Inc. Canada Quincaillerie et matériaux de construction Toronto (Ontario) Canada Beaver Lumber Co. Ltd. (Le Castor bricoleur) Boucherville (Québec) Canada Le Groupe Ro-Na Dismat Inc. St. Jacobs (Ontario) Home Hardware Canada Victoriaville (Québec) Sodisco Inc. Canada Vêtements et textiles Canada Toronto (Ontario) Carsilco International Ltd. Canada Toronto (Ontario) Etac Sales Ltd. Montréal (Québec) Le Groupe de loisirs Fletcher Inc. Canada Toronto (Ontario) Gesco Industries Inc. Canada

(suite à la page suivante)



PRINCIPALES SOCIÉTÉS (suite)

Nom	Pays d'appartenance	Emplacement du siège social
Produits de consommation (suite)		
Tabac et produits pharmaceutiques		
Drug Trading Company Ltd.	Canada	Toronto (Ontario)
Groupe Pharmaceutique Focus Inc.	États-Unis	Montréal (Québec)
Imasco Limited	Canada	Montréal (Québec)
IIIIdSCO LIIIIIleO	Royaume-Uni	Worlder (Quebec)
Meubles et appareils électroménagers		
Canon Canada Inc.	Japon	Toronto (Ontario)
Cassidy's Ltd.	Canada	Toronto (Ontario)
Sony du Canada Ltée	Canada	Winnipeg (Manitoba)
ovily do outland Live	Japon	Trinipog (maintoba)
Toshiba du Canada Limitée	Japon	Toronto (Ontario)
TOSTIDA UL CATIADA ETITICO	Зароп	Totolilo (olitalio)
Produits industriels		
Machines, matériel et fournitures		
Finning Ltd.	Canada	Vancouver (Colombie-Britannique)
Hewitt Équipement Ltée	Canada	Montréal (Québec)
John Deere Limitée	États-Unis	Grimsby (Ontario)
Rivtow Straits Limited	Canada	Vancouver (Colombie-Britannique)
Wajax Industries Limitée	Canada	Ottawa (Ontario)
Matériel électrique, de plomberie et de cha	uffage	
Emco Limited	Canada	London (Ontario)
	États-Unis	3.5
Guillevin International Inc.	Canada	Montréal (Québec)
	France	
Les Entreprises Union électrique Limitée	Canada	Toronto (Ontario)
United Westburne Inc.	France	Montréal (Québec)
Office Production inc.	Tance	Montroal (Auduco)
Métaux et produits en métal		
Federal Industries Ltd.	Canada	Winnipeg (Manitoba)
Idéal Métal Inc.	Canada	Laval (Québec)
Acier Marshall Limitée	Canada	Laval (Québec)
Premetalco Inc.	Royaume-Uni	Toronto (Ontario)
Samuel, Son and Co. Limited	Canada	Toronto (Ontario)
Papier et produits en papier		
Abitibi-Price Inc.	Canada	Toronto (Ontario)
Domtar Inc. (groupe de Distribution)	Canada	Montréal (Québec)
Rolland Inc.	Canada	Montréal (Québec)
Autres		
Van Waters and Rogers Ltd.	États-Unis	Vancouver (Colombie-Britannique)



ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE

On trouve au Canada environ 20 associations regroupant uniquement des grossistes ou comprenant un grand nombre de représentants du commerce de gros. D'autres associations peuvent également compter des grossistes. Pour obtenir la liste complète des principales associations de l'industrie, consulter la publication d'ISTC intitulée *Le commerce de détail et de gros au Canada : sources d'information.*

Association des industries de l'automobile du Canada 1272, rue Wellington OTTAWA (Ontario) K1Y 3A7

Tél.: (613) 728-5821 Télécopieur: (613) 728-6021

Association canadienne des représentants des ventes en gros 370, rue King ouest, bureau 336 C.P. 2 TORONTO (Ontario)

M5V 1J9 Tél.: (416) 593-6500 *Télécopieur: (416) 593-5145*

Conseil canadien de la distribution alimentaire C.P. 1082 MONTRÉAL (Québec) H2W 2N9 Tél.: 514 (082-0267)

Tél.: 514 (982-0267) Télécopieur: (514) 849-3021

Association canadienne des distributeurs d'équipement électrique First Pickering Place, bureau 217 1550, chemin Kingston PICKERING (Ontario) L1V 1C3 Tél. : (416) 831-2454

Association canadienne des courtiers en alimentation 3080, rue Yonge, bureau 5062 TORONTO (Ontario) M4N 3N1

Tél.: (416) 488-5090 Télécopieur: (416) 488-5023

Télécopieur : (416) 831-4919

Institut canadien de plomberie et de chauffage 295, The West Mall, bureau 330 ETOBICOKE (Ontario) M9C 4Z4

Tél. : (416) 695-0447 Télécopieur : (416) 695-0450

Association nationale canadienne des distributeurs de matériaux de construction 77, avenue Finch est, bureau 423 WILLOWDALE (Ontario) M2N 6H8
Tél.: (416) 225-8988

Tél.: (416) 225-8988 Télécopieur: (416) 733-0566

Association canadienne des distributeurs de machines de bureau 3464, chemin Kingston, bureau 204 SCARBOROUGH (Ontario) M1M 1R5

Tél.: (416) 261-1607 Télécopieur: (416) 261-1677

Association canadienne des produits de bureau 1243, avenue Islington, bureau 911 TORONTO (Ontario) M8X 1Y9

Tél.: (416) 239-2737 Télécopieur: (416) 239-1553

Association canadienne de la distribution de fruits et légumes 1101, chemin Prince of Wales, bureau 310 OTTAWA (Ontario) K2C 3W7

Tél.: (613) 226-4187 Télécopieur: (613) 226-2984

(suite à la page suivante)



ASSOCIATIONS DE L'INDUSTRIE (suite)

Institut canadien des centres de service des produits métallurgiques 345, chemin Lakeshore est, bureau 501 OAKVILLE (Ontario) L6J 1J5

Tél.: (416) 842-1861 Télécopieur: (416) 842-5836

Association des grossistes en médicaments du Canada 1110, rue Sherbrooke ouest, bureau 2206 MONTRÉAL (Québec) H3A 1G8

Tél.: (514) 842-8627 Télécopieur: (514) 842-3061

Association canadienne de marketing d'électronique domestique
10 Carlson Court, bureau 500
REXDALE (Ontario)
M9W 6L2

Tél.: (416) 674-7410 Télécopieur: (416) 674-7412 Institut canadien du chauffage, de la climatisation et de la réfrigération 5468, rue Dundas ouest, bureau 308 ETOBICOKE (Ontario) M9B 6E3 Tél.: (416) 239-8191

Télécopieur : (416) 239-1983

Association nord-américaine des agents manufacturiers 5255, rue Yonge, bureau 902 NORTH YORK (Ontario) M2N 6P4 Tél.: (416) 590-9202

Télécopieur : (416) 590-9446



INITIATIVES ET ÉTUDES SECTORIELLES

La publication suivante est disponible auprès de :

Ventes des publications Statistique Canada OTTAWA (Ontario) K1A 0T6

Tél.: (613) 951-7277

Numéro sans frais partout au Canada: 1-800-267-6677

Télécopieur : (613) 951-1584

Rapport spécial sur les logiciels

Nº 63-015 au catalogue de Statistique Canada, volume 1, nº 3. Ce rapport, commandé par ISTC et réalisé par Statistique Canada, présente les conclusions d'une enquête spéciale menée en 1988 sur les distributeurs canadiens de logiciels. Il traite des logiciels commercialisés et des logiciels personnalisés.

La publication suivante est disponible auprès de :

The Fraser Institute 626, rue Bute VANCOUVER (Colombie-Britannique) V6E 3M1

Tél.: (604) 688-0221

Télécopieur : (604) 688-8539

Retail and Wholesale Trade Services in Canada 1988

Cette étude de Keith Acheson et Stephen Ferris de l'Université Carleton a été effectuée dans le cadre du Programme global d'études sur les industries de services. Elle décrit les intrants et les extrants des secteurs du commerce de gros et de détail, de même que les caractéristiques de ce secteur en matière de productivité et de marché de l'emploi. L'étude se penche également sur l'évolution structurelle comme la commercialisation de produits associés, la propriété réciproque, les franchises et les centres commerciaux.

On peut obtenir les publications suivantes au Centre de services aux entreprises d'ISTC le plus près (voir la liste à l'intérieur de la page couverture).

A Preliminary Study of the Competitiveness of Distribution Channels (mars 1991)

Cette étude d'Ernst & Young présente une évaluation préliminaire des facteurs qui nuisent à la compétitivité des réseaux de distribution canadiens au chapitre des prix.

Le commerce de détail et de gros au Canada : sources d'information (1990)

Ce guide regroupe des sources d'information précises sur les secteurs canadiens du commerce de détail et du commerce de gros.

Les technologies et les industries de services (1990)

Cette enquête présente des renseignements sur l'emploi des technologies et des applications informatiques dans le secteur canadien des services, secteur dont fait partie le commerce de gros.

