



Wholesale Trade

Commerce de gros

March 2000

Mars 2000



How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Clients Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-008-XIB, is published monthly in electronic format on the Statistics Canada Internet site at a price of CDN \$14.00 per issue and CDN \$140.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe visit our Web site at www.statcan.ca, and select Products and Services.

This product is also available in print through a Print-on-Demand service, at a price of CDN \$45.00 per issue and CDN \$210.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

All prices exclude sales taxes.

The printed version can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail
Statistics Canada
Dissemination Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Regional Centre nearest you.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the Agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-008-XIB au catalogue est publié mensuellement sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada et est offert au prix de 14 \$ CA l'exemplaire et de 140 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à www.statcan.ca et en choisissant la rubrique Produits et services.

Ce produit est aussi disponible en version imprimée par l'entremise du service d'Impression sur demande, au prix de 45 \$ CA l'exemplaire et de 210 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste
Statistique Canada
Division de la diffusion
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Wholesale Trade Section

Wholesale Trade

March 2000

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce
Section du commerce de gros

Commerce de gros

Mars 2000

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

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

May 2000

Catalogue no. 63-008-XIB, Vol. 63, no. 3

Frequency: Monthly

ISSN 1480-7467

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mai 2000

N° 63-008-XIB au catalogue, vol. 63, n° 3

Périodicité : mensuelle

ISSN 1480-7467

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue no. 63-008-XIB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **Jeffrey Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division
- **Greg Parsons**, Economist, author of this publication. He may be reached at (613) 951-0062.

Signes conventionnels

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

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice n^{os} 0059, 0061, 0648, 0649) (n^o 63-008-XIB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division de la statistique du commerce
- **Jeffrey Smith**, chef, section du commerce de gros, division de la statistique du commerce
- **Greg Parsons**, économiste, auteur de cette publication. On peut le rejoindre au numéro (613) 951-0062.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	iv
Statistical Tables	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	iv
Tableaux statistiques	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10

Highlights

March 2000 (preliminary)

Wholesale sales rebounded in March, advancing 2.0% above the February level to reach \$31.6 billion. This closes the first quarter of 2000 with sales up 1.2% over the final quarter of 1999. The March percentage increase is the largest monthly change since October 1998 (+3.2%).

The advance during March was broadly based, with increases in 10 of 11 trade groups. Wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery were the only group to report a decline in sales (-0.6%).

Except for a period of stagnant sales from late 1997 to mid-1998, sales by wholesalers have been on the rise for several years though the pace of increase has subsided this past quarter. The 1.2% increase in sales this quarter is the first instance, since the fourth quarter of 1998, that the quarter-to-quarter increase dipped below 2%.

Faits saillants

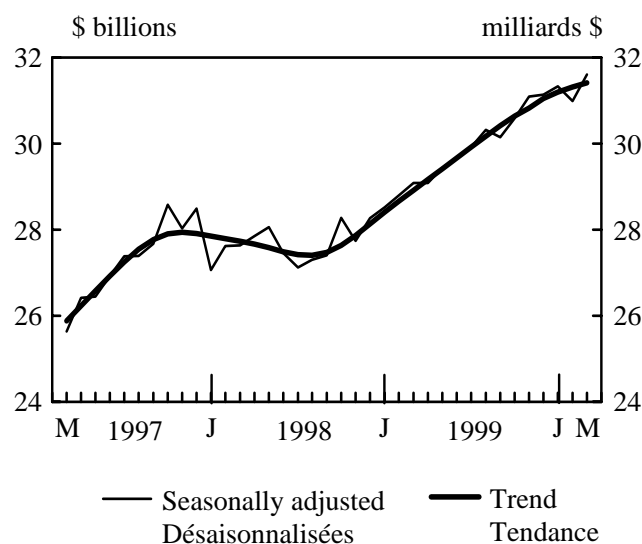
Mars 2000 (données provisoires)

Les ventes en gros ont repris en mars, dépassant de 2,0 % le niveau de février pour atteindre 31,6 milliards de dollars. Cela clôt le premier trimestre de 2000, avec des ventes dépassant de 1,2 % celles du dernier trimestre de 1999. L'augmentation en pourcentage du mois de mars constitue le plus grand changement mensuel depuis octobre 1998 (+3,2 %).

La reprise en mars a touché presque tous les secteurs de l'économie : on constate des augmentations dans 10 des 11 groupes de commerce. Seul le groupe des grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques a enregistré une baisse des ventes (-0,6 %).

Sauf pendant une période de stagnation, qui s'est échelonnée de la fin de 1997 jusqu'au milieu de 1998, les ventes des grossistes ont été à la hausse pendant plusieurs années bien que le rythme de l'augmentation ait ralenti ce dernier trimestre. C'est la première fois depuis le quatrième trimestre de 1998 que l'augmentation d'un trimestre à l'autre se situe en deçà de 2 %, se chiffrant à 1,2 %.

**Wholesale sales during first quarter 2000 up 8.7%
over first quarter 1999**
**Augmentation de 8,7 % des ventes en gros durant le premier trimestre de 2000
par rapport au même trimestre de 1999**



Increased sales almost across the board

Wholesalers in all groups, except for the computer sector, reported increased sales in March. In dollar terms, wholesalers in four sectors accounted for almost 75% of the \$616 million increase in sales, each showing notable monthly percentage increases. They include wholesalers in the farm machinery (+ \$134 million), industrial machinery (+ \$114 million), lumber (+ \$112 million) and automotive (+ \$91 million) sectors.

Wholesalers of farm machinery posted a 27.5% increase in sales in March, this on the heels of a 17.6% drop during February. March's strength came from sales by wholesalers in Ontario and Quebec, who had recorded depressed sales in February. Despite this month's increase, sales by wholesalers in this group have generally been declining since the fall of 1997. Similarly, inventories of wholesalers in this group have been declining since the fall of 1998. The 0.2% decrease in inventories in March puts the level almost 9% below that of a year ago.

In stark contrast is the situation for wholesalers of industrial machinery, equipment and supplies. Their 2.4% increase this month is the fifth consecutive monthly increase. Most of the strength in March in this group was generated by sales from Ontario wholesalers and related to sales of office and store machinery. Except for a period of reduced sales between the end of 1997 and the fall of 1998, sales by wholesalers of industrial machinery, equipment and supplies have generally been increasing for several years. The last three quarters have seen consistently strong advances with quarterly sales growing at rates in excess of 3%. March sales are at a level almost 14% above that of a year ago.

Sales by wholesalers of lumber and building materials increased 4.6% this month, to almost offset last month's 5.2% decline. This is in conjunction with a 3.3% jump in shipments by manufacturers of wood products. Sales during the quarter ended up 2.5% above the final quarter of 1999. This establishes the 7th consecutive quarterly increase, the longest run across all the sectors. The sales for the first quarter of 2000 are 24.0% above the second quarter sales in 1998. A number of factors may contribute to this result. Recent residential construction activity remains at historically high levels, despite the drop in housing starts in Canada and the U.S. in March. Rising employment and earnings, along with fears of further interest rate hikes are cited as reasons for the continued strong demand of new housing. Sales by wholesalers of lumber and building materials have generally been on the rise since mid-1998, but the pace of progress has subsided in recent months.

Les ventes augmentent dans presque tous les secteurs

Les grossistes de tous les groupes, sauf ceux du secteur de l'informatique, ont déclaré des ventes accrues en mars. En dollars, les grossistes dans quatre secteurs ont représenté presque 75 % de l'augmentation des ventes de 616 millions de dollars, chacun de ce secteur indiquant des augmentations mensuelles notables en pourcentage. Il s'agit des grossistes des secteurs des machines agricoles (+ 134 millions de dollars), des machines industrielles (+ 114 millions de dollars), du bois (+ 112 millions de dollars) et de l'automobile (+ 91 millions de dollars).

Les grossistes de machines agricoles ont affiché une augmentation de 27,5 % dans leurs ventes en mars, à la suite d'une baisse de 17,6 % durant février. La vigueur du mois de mars est attribuable aux ventes des grossistes en Ontario et au Québec qui avaient enregistré une baisse de leurs ventes en février. Malgré l'augmentation de mars, les ventes des grossistes de ce groupe ont, de façon générale, diminué depuis l'automne 1997. Également, les stocks des grossistes de ce groupe sont en baisse depuis l'automne 1998. La diminution de 0,2 % dans les stocks en mars ramène le niveau à près de 9 % en deçà de ce qu'il était il y a un an.

La situation des grossistes de machines, matériel et fournitures industriels est tout à l'opposé. Leur augmentation de 2,4 % ce mois-ci est la cinquième augmentation mensuelle consécutive. En grande partie la vigueur en mars pour ce groupe découle des ventes des grossistes ontariens et est liée aux ventes de machines de bureau et de magasin. Sauf pour une période de ventes réduites entre la fin de 1997 et l'automne 1998, les ventes des grossistes de machines, matériel et fournitures industriels ont en général augmenté pendant plusieurs années. Ces trois derniers trimestres, on a constaté invariablement des hausses importantes : les ventes trimestrielles ont augmenté à des taux excédant 3 %. Les ventes du mois de mars sont presque 14 % supérieures à celles de l'année dernière.

Les ventes des grossistes de bois et de matériaux de construction ont augmenté de 4,6 % ce mois-ci, ce qui compense presque entièrement la baisse de 5,2 % du mois précédent. Cette augmentation s'est produite de concert avec une hausse de 3,3 % des livraisons des fabricants de produits du bois. Les ventes durant le trimestre ont été de 2,5 % supérieures à celles du dernier trimestre de 1999. Il s'agit de la septième augmentation trimestrielle consécutive, soit la période la plus longue dans tous les secteurs. Les ventes durant le premier trimestre de 2000 sont de 24,0 % supérieures aux ventes du deuxième trimestre de 1998. Un certain nombre de facteurs peuvent avoir contribué à un tel résultat. La construction résidentielle, ces temps-ci, demeure à des niveaux historiquement élevés, malgré la baisse dans les mises en chantier en mars au Canada et aux États-Unis. L'augmentation de l'emploi et de la rémunération, de même que les anticipations de futures hausses des taux d'intérêt sont des facteurs cités pour expliquer la forte demande de nouvelles habitations. Les ventes des grossistes de bois et de matériaux de construction sont, de façon générale, à la hausse depuis le milieu de 1998, à un rythme qui a toutefois ralenti ces derniers mois.

Wholesale sales within the automotive sector progressed an additional 1.5% in March. This follows two months of increases of only 0.1% each. Wholesalers in Quebec made a significant contribution to the advance this month. This quarter's 0.8% increase marks the 6th quarterly increase in a row, the other increases during those quarters ranging from 2.0% to 8.2%. The value of inventories held by wholesalers in the auto sector fell during March for the first time in six months, down 2.3%, though the general tendency for inventories remains upward.

Wholesalers in the computer sector may still be feeling the Y2K effect.

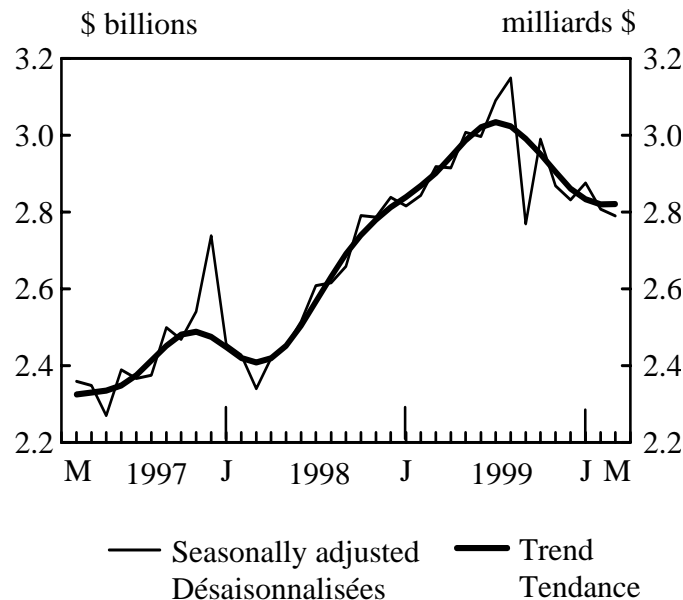
Wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery were the only group to show a decline in sales this month. Furthermore, they were the only wholesalers to show back to back quarterly decreases in sales, -3.6% in the 4th quarter of 1999 and -2.5% this quarter. Reports indicate that wholesalers are still feeling the lingering effects of delayed spending by large corporate customers. Sales by wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery have generally been declining since late summer 1999, after a period of increasing sales which began in early 1998.

Les ventes en gros dans le secteur de l'automobile ont progressé de 1,5 % en mars. Cela fait suite à deux mois d'augmentations de seulement 0,1 %. Les grossistes au Québec ont considérablement contribué à cette hausse ce mois-ci. L'augmentation de 0,8 % ce trimestre-ci marque la sixième augmentation trimestrielle d'affilée, les autres augmentations durant ces trimestres varient de 2,0 % à 8,2 %. La valeur des stocks détenus par les grossistes dans le secteur automobile a chuté durant mars pour la première fois en six mois, soit une baisse de 2,3 %, même si la tendance générale quant aux stocks demeure à la hausse.

Les grossistes dans le secteur de l'informatique ressentent peut-être encore l'effet du passage à l'an 2000

Le groupe des grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques a été le seul à connaître une diminution des ventes ce mois-ci. En outre, ils ont été les seuls grossistes à connaître des diminutions d'un trimestre à l'autre dans les ventes, -3,6 % durant le quatrième trimestre de 1999 et -2,5 %, ce trimestre-ci. Les rapports indiquent que les grossistes ressentent encore les effets persistants des dépenses différées des grandes sociétés. Les ventes des grossistes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques ont en général diminué depuis la fin de l'été 1999, après une période d'augmentation qui a commencé au début de 1998.

Wholesalers in the computer group looking for a turnaround Reprise escomptée par les grossistes en informatique



Wholesalers in Quebec recover to lead the way during March

Increased sales during March by wholesalers in Quebec (+4.7%) and British Columbia(+2.6%) compensated for their substantially decreased sales during February, down 3.9% and 3.1% respectively.

Les ventes des grossistes au Québec ont repris, plaçant ceux-ci en tête au mois de mars

La hausse des ventes affichée par les grossistes du Québec (+4,7%) et de la Colombie-Britannique (+2,6%) leur a permis de compenser leur perte importante de février, soit 3,9% et 3,1% respectivement.

In Quebec, wholesalers in the lumber and farm machinery sectors rebounded from poor February sales. Also during March, wholesalers in the auto sector in Quebec experienced a very strong month of sales. Since a brief slowdown in sales from late 1997 until the spring of 1998, sales by wholesalers in Quebec have generally seen a steady build up.

In British Columbia, the March increase was based on the strong sales by wholesalers in the food, the auto, and the lumber sectors. Sales by wholesalers in B.C. have generally been climbing since late 1998, though the rate of expansion has eased off in recent months. Sales were up only 0.4% in the 1st quarter of 2000, compared to the final quarter of 1999.

In the east, wholesalers in all four Atlantic provinces saw their sales decline in March compared to February levels. The decreases ranged from -0.1% in New Brunswick to -1.8% in PEI. Despite these recent setbacks, sales by wholesalers in these provinces generally continued their upward movement.

Value of inventories slips

For the first time since May 1999, inventories held by wholesalers at months end decreased from the prior month, down 0.2% during March to \$42.0 billion.

Despite the decline during March, inventories continue to climb though the pace has subsided in recent months. Except for a period of moderate gains from early 1998 until the spring of 1999, the overall value of inventories has been building for several years.

Au Québec, les grossistes dans les secteurs du bois et des machines agricoles ont connu une reprise par rapport aux faibles ventes de février. De plus, en mars, les grossistes dans le secteur de l'automobile au Québec ont connu des ventes très importantes. Depuis un bref ralentissement des ventes de la fin de 1997 au printemps 1998, les ventes des grossistes au Québec se sont en général accrues de manière continue.

En Colombie-Britannique, l'augmentation du mois de mars se fonde sur les importantes ventes des grossistes dans les secteurs des produits alimentaires, de l'automobile et du bois. Les ventes des grossistes en Colombie-Britannique ont en général augmenté depuis la fin de 1998, même si le taux d'expansion a ralenti ces derniers mois. Les ventes ont augmenté de seulement 0,4 % durant le premier trimestre de 2000 par report au dernier trimestre de 1999.

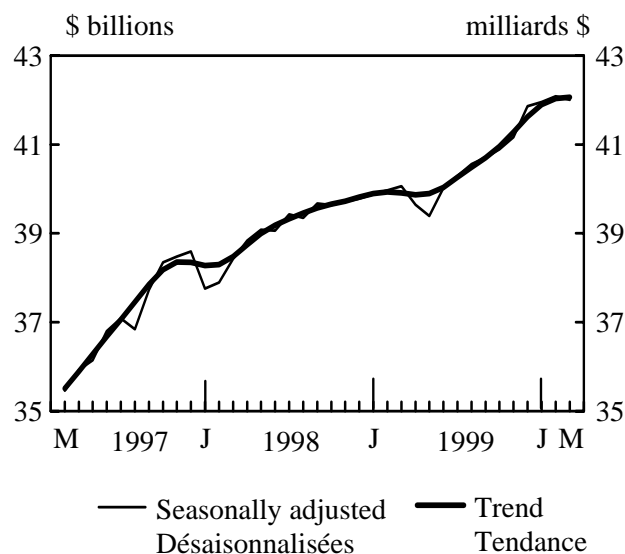
Dans l'est, les grossistes des quatre provinces de l'Atlantique ont connu une baisse de leurs ventes en mars comparativement aux niveaux de février. Les diminutions ont varié de -0,1 % au Nouveau-Brunswick à -1,8 % à l'Île-du-Prince-Édouard. Malgré ces récents bonds en arrière, les ventes des grossistes dans ces provinces ont, de façon générale, continué leur mouvement à la hausse.

Valeur des stocks à la baisse

Pour la première fois depuis mai 1999, les stocks détenus par les grossistes à la fin du mois ont diminué par rapport au mois précédent, soit une baisse de 0,2 % durant mars pour atteindre 42,0 milliards de dollars.

Malgré la diminution durant le mois de mars, les stocks continuent leur mouvement à la hausse, mais à un rythme qui s'est toutefois ralenti ces derniers mois. Sauf pour une période de gains modérés du début de 1998 au printemps 1999, la valeur globale des stocks augmente depuis plusieurs années.

The runup in inventory levels takes a break during March
L'élan des stocks est brisé en mars



The inventory-to-sales ratio decreased from 1.36 in February to 1.33 in March. A 0.03 shift in level has not occurred since November 1998. The change reflects the opposing movement in levels of inventory and sales during March. The ratio had peaked at about 1.45 by mid-1998 and had fallen by mid-1999 to the 1.35 range where it has remained.

Le ratio des stocks/ventes a diminué, passant de 1,36 en février à 1,33 en mars. Une variation mensuelle de 0,03 ne s'était pas produite depuis novembre 1998. Le changement reflète le mouvement opposé dans les niveaux de stocks et de ventes durant le mois de mars. Le ratio a atteint un sommet à environ 1,45 au milieu de 1998 et est redescendu au milieu de 1999 à 1,35, où il a plafonné.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

Table 1.

Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 2000 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent		
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre		March 2000 mars	February 2000 février	
		millions of dollars - millions de dollars							
	Trade Group - Canada								
1	Food products	4,732	4,712	4,690	4,906	14,134	0.4	0.5	
2	Beverage, drug and tobacco products	1,924	1,886	1,898	1,921	5,708	2.0	-0.6	
3	Apparel and dry goods	545	517	531	578	1,593	5.3	-2.5	
4	Household goods	851	838	870	848	2,559	1.5	-3.6	
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,243	6,152	6,147	6,143	18,542	1.5	0.1	
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,077	2,026	2,116	2,093	6,218	2.5	-4.2	
7	Lumber and building materials	2,559	2,447	2,581	2,556	7,587	4.6	-5.2	
8	Farm machinery, equipment and supplies	622	488	592	568	1,703	27.5	-17.6	
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4,895	4,781	4,734	4,628	14,410	2.4	1.0	
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	2,790	2,807	2,876	2,832	8,473	-0.6	-2.4	
11	Other products	4,364	4,332	4,294	4,066	12,991	0.7	0.9	
12	Total, all trade groups	31,603	30,987	31,329	31,139	93,918	2.0	-1.1	
	Regions								
13	Newfoundland	222	224	223	215	669	-1.0	0.6	
14	Prince Edward Island	52	53	50	51	155	-1.8	4.6	
15	Nova Scotia	575	581	530	582	1,687	-1.1	9.6	
16	New Brunswick	398	398	403	404	1,199	-0.1	-1.1	
17	Quebec	6,407	6,117	6,364	6,395	18,888	4.7	-3.9	
18	Ontario	15,667	15,491	15,558	15,465	46,716	1.1	-0.4	
19	Manitoba	872	889	895	876	2,656	-1.9	-0.8	
20	Saskatchewan	966	955	915	822	2,837	1.2	4.3	
21	Alberta	3,069	2,985	2,998	2,983	9,052	2.8	-0.5	
22	British Columbia	3,349	3,263	3,367	3,324	9,979	2.6	-3.1	
23	Yukon	10	10	10	10	30	0.8	2.8	
24	Northwest Territories	13	19	12	10	44	-31.1	54.2	
25	Nunavut	2	3	3	2	8	-5.2	-13.3	

Tableau 1.**Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
January 2000 janvier	December 1999 décembre	March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
Groupe de commerce - Canada								
-4.4	2.7	3.6	3.5	--	9.5	2.3	Produits alimentaires	1
-1.2	0.9	1.6	2.6	3.5	6.9	2.6	Boissons, médicaments et tabac	2
-8.2	-4.2	-0.8	-8.5	-0.3	7.3	-3.3	Vêtements et articles de mercerie	3
2.6	-1.1	8.7	6.4	14.8	5.9	9.9	Articles ménagers	4
0.1	-0.3	16.9	16.1	20.3	18.9	17.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.1	0.3	9.5	7.4	16.2	14.0	11.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.0	2.3	12.3	9.9	17.7	18.2	13.3	Bois et matériaux de construction	7
4.3	-6.3	-3.6	-25.3	-12.3	-9.2	-13.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.3	0.2	13.7	11.6	9.5	10.8	11.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.6	-1.3	-4.4	-1.3	2.2	-0.2	-1.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
5.6	-1.2	11.9	12.2	14.1	5.7	12.7	Produits divers	11
0.6	0.2	8.7	7.6	9.9	10.2	8.7	Total, ensemble des groupes de commerce	12
Régions								
3.5	-1.6	7.2	9.4	8.3	7.5	8.3	Terre-Neuve	13
-1.8	1.5	6.1	10.2	1.9	5.4	6.0	Île-du-Prince-Édouard	14
-8.8	7.9	5.4	8.1	-3.6	6.0	3.3	Nouvelle-Écosse	15
-0.3	2.3	7.5	11.9	14.5	24.1	11.3	Nouveau-Brunswick	16
-0.5	1.8	6.9	2.8	8.7	11.4	6.1	Québec	17
0.6	-1.2	8.2	8.0	9.3	9.5	8.5	Ontario	18
2.3	-0.4	-1.8	1.1	4.4	1.4	1.2	Manitoba	19
11.3	-5.3	19.6	11.3	15.2	6.5	15.3	Saskatchewan	20
0.5	4.4	16.3	14.2	15.2	16.1	15.2	Alberta	21
1.3	-0.2	9.0	9.4	12.7	8.8	10.3	Colombie-Britannique	22
-3.6	16.8	-8.9	12.6	-19.9	2.2	-7.1	Yukon	23
17.9	-14.4	10.0	34.8	-10.3	..	11.8	Territoires du Nord-Ouest	24
19.3	-10.1	-4.4	7.8	31.2	..	10.8	Nunavut	25

Table 2.**Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.	Trade Group	Sales				
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	Trade Group - Canada					
1	Food products	4,802	4,302	4,208	5,231	13,311
2	Beverage, drug and tobacco products	1,899	1,710	1,642	1,992	5,250
3	Apparel and dry goods	671	592	413	351	1,676
4	Household goods	824	681	670	893	2,174
5	Motor vehicles, parts and accessories	7,244	6,293	5,083	5,494	18,620
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,090	1,865	1,792	1,800	5,747
7	Lumber and building materials	2,365	1,930	1,813	2,037	6,108
8	Farm machinery, equipment and supplies	583	368	417	507	1,367
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	5,426	4,573	4,258	4,787	14,256
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	3,624	2,653	2,430	3,568	8,707
11	Other products	4,515	3,901	3,467	3,705	11,882
12	Total, all trade groups	34,042	28,866	26,192	30,366	89,100
	Regions					
13	Newfoundland	215	190	177	213	583
14	Prince Edward Island	48	41	39	53	127
15	Nova Scotia	580	480	430	629	1,490
16	New Brunswick	391	337	326	401	1,054
17	Quebec	6,728	5,650	5,301	6,012	17,679
18	Ontario	17,543	14,845	13,090	15,253	45,478
19	Manitoba	867	761	688	805	2,316
20	Saskatchewan	945	818	687	768	2,451
21	Alberta	3,134	2,708	2,531	2,971	8,373
22	British Columbia	3,563	3,009	2,905	3,240	9,477
23	Yukon	10	7	6	9	24
24	Northwest Territories	16	19	10	9	45
25	Nunavut	2	1	1	2	5

Tableau 2.**Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	Year-to-date 2000 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
3.7	6.8	-0.7	10.3	3.3	Produits alimentaires	1
1.3	6.8	2.8	6.9	3.5	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.3	-3.4	-1.3	5.9	-1.7	Vêtements et articles de mercerie	3
5.9	8.2	17.6	6.9	10.0	Articles ménagers	4
15.8	21.1	21.7	19.0	19.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
8.5	12.5	17.4	12.6	12.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
13.5	13.2	16.4	20.9	14.2	Bois et matériaux de construction	7
-1.1	-23.5	-13.6	-8.7	-11.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
14.6	16.5	8.6	10.7	13.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-3.6	1.4	0.2	2.3	-1.0	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
14.6	17.9	13.5	6.0	15.3	Produits divers	11
9.0	12.1	9.3	10.3	10.1	Total, ensemble des groupes de commerce	12
					Régions	
7.5	15.3	7.5	7.1	9.9	Terre-Neuve	13
7.9	14.5	3.4	8.4	8.5	Île-du-Prince-Édouard	14
7.5	11.9	-3.2	9.1	5.4	Nouvelle-Écosse	15
7.3	16.2	14.4	26.0	12.2	Nouveau-Brunswick	16
6.8	6.8	7.9	11.4	7.1	Québec	17
8.5	12.6	9.1	9.4	10.0	Ontario	18
-1.7	5.2	3.8	2.4	2.1	Manitoba	19
24.9	19.9	8.4	9.4	18.2	Saskatchewan	20
16.2	19.9	13.8	15.1	16.6	Alberta	21
9.2	12.5	12.4	9.4	11.2	Colombie-Britannique	22
-12.9	23.4	-22.4	-0.3	-7.9	Yukon	23
2.9	59.9	-11.6	..	16.7	Territoires du Nord-Ouest	24
-13.0	19.0	41.1	..	7.4	Nunavut	25

Table 3.**Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre
		per cent - pourcentage			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	93.3	94.7	94.3	93.9
2	Beverage, drug and tobacco products	93.4	94.9	93.8	91.9
3	Apparel and dry goods	86.1	90.1	90.3	91.0
4	Household goods	91.2	92.3	93.5	93.4
5	Motor vehicles, parts and accessories	96.5	98.0	98.2	98.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	92.1	93.3	93.2	93.3
7	Lumber and building materials	91.1	90.5	90.0	90.4
8	Farm machinery, equipment and supplies	91.5	93.0	93.3	94.0
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	89.2	90.5	89.2	90.1
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	91.2	93.5	91.2	90.9
11	Other products	86.8	88.7	88.3	92.3
12	Total, all trade groups	91.8	93.3	92.6	93.1
	Regions				
13	Newfoundland	93.0	92.5	91.8	90.2
14	Prince Edward Island	90.2	90.0	91.9	91.0
15	Nova Scotia	92.4	92.9	91.3	93.0
16	New Brunswick	95.6	95.8	94.1	94.1
17	Quebec	90.7	91.9	91.9	92.9
18	Ontario	92.3	94.4	93.9	93.6
19	Manitoba	91.1	92.0	90.1	92.3
20	Saskatchewan	90.1	91.1	89.5	89.9
21	Alberta	91.1	91.8	90.3	91.9
22	British Columbia	92.2	93.0	92.0	93.4
23	Yukon	87.8	89.4	88.3	87.3
24	Northwest Territories	88.6	93.7	96.1	89.4
25	Nunavut	93.9	97.1	73.7	98.2

Tableau 3.**Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes**

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
2.2	1.9	2.0	2.4	Produits alimentaires	1
3.1	3.6	2.5	2.0	Boissons, médicaments et tabac	2
6.5	7.9	6.3	6.9	Vêtements et articles de mercerie	3
6.5	6.7	5.9	6.4	Articles ménagers	4
1.3	1.8	1.4	1.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.6	4.2	4.5	7.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
6.3	5.3	5.5	5.2	Bois et matériaux de construction	7
5.2	5.8	7.0	5.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.9	3.7	3.8	3.0	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.1	4.2	4.7	4.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.7	2.7	2.8	2.4	Produits divers	11
1.2	1.1	1.1	1.1	Total, ensemble des groupes de commerce	12
				Régions	
2.9	2.7	2.5	2.4	Terre-Neuve	13
3.8	3.2	3.1	2.1	Île-du-Prince-Édouard	14
4.3	4.0	4.3	10.6	Nouvelle-Écosse	15
1.9	1.6	1.5	1.4	Nouveau-Brunswick	16
2.7	2.7	2.7	2.6	Québec	17
1.6	1.5	1.6	1.5	Ontario	18
2.7	2.5	2.5	2.9	Manitoba	19
2.1	2.1	2.6	2.8	Saskatchewan	20
4.0	3.2	3.1	2.5	Alberta	21
4.5	3.7	3.7	3.9	Colombie-Britannique	22
0.6	0.8	1.6	0.9	Yukon	23
--	--	--	--	Territoires du Nord-Ouest	24
--	--	--	--	Nunavut	25

Table 4.**Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	March 2000 mars	February 2000 février
		millions of dollars - millions de dollars					
	Trade Group - Canada						
1	Food products	2,871	2,829	2,898	2,824	1.5	-2.4
2	Beverage, drug and tobacco products	2,387	2,383	2,343	2,409	0.2	1.7
3	Apparel and dry goods	1,110	1,146	1,145	1,184	-3.1	0.1
4	Household goods	1,471	1,525	1,540	1,582	-3.5	-1.0
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,458	6,612	6,430	6,386	-2.3	2.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3,771	3,792	3,726	3,740	-0.5	1.8
7	Lumber and building materials	4,070	4,052	4,014	3,996	0.4	1.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	2,018	2,023	2,020	2,050	-0.2	0.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10,287	10,185	10,189	10,100	1.0	--
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2,462	2,469	2,500	2,464	-0.3	-1.2
11	Other products	5,100	5,071	5,151	5,124	0.6	-1.6
12	Total, all trade groups	42,006	42,086	41,953	41,860	-0.2	0.3

Table 5.**Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre
		millions of dollars - millions de dollars			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	2,787	2,785	2,871	2,953
2	Beverage, drug and tobacco products	2,342	2,340	2,341	2,399
3	Apparel and dry goods	1,102	1,199	1,162	1,114
4	Household goods	1,381	1,472	1,466	1,509
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,891	6,983	6,492	6,189
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3,780	3,799	3,701	3,678
7	Lumber and building materials	4,220	4,059	3,890	3,808
8	Farm machinery, equipment and supplies	2,097	2,053	1,985	1,985
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10,268	10,078	10,024	9,817
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2,446	2,558	2,593	2,536
11	Other products	5,482	5,140	5,033	4,980
12	Total, all trade groups	42,796	42,465	41,557	40,969

Tableau 4.

Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
January 2000 janvier	December 1999 décembre	March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre		
per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
2.6	1.0	7.5	7.0	9.6	5.0	Produits alimentaires	1
-2.7	2.6	7.9	7.6	6.0	10.9	Boissons, médicaments et tabac	2
-3.3	-3.0	-11.0	-8.2	-8.6	-4.5	Vêtements et articles de mercerie	3
-2.7	3.0	-4.2	-1.4	0.5	4.0	Articles ménagers	4
0.7	5.4	14.8	19.0	16.3	16.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.4	-0.5	7.2	7.9	6.8	7.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
0.4	1.7	12.8	13.3	11.9	13.0	Bois et matériaux de construction	7
-1.5	-0.1	-8.9	-8.8	-10.8	-11.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.9	2.4	5.4	4.6	5.4	5.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.4	0.9	4.3	1.3	2.4	-0.1	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
0.5	-0.8	-4.0	-3.8	-2.2	-3.3	Produits divers	11
0.2	1.7	4.9	5.3	5.2	5.2	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 5.

Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre		
per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
7.5	6.2	9.6	5.3	Produits alimentaires	1
8.1	8.1	6.1	11.3	Boissons, médicaments et tabac	2
-11.6	-7.5	-8.6	-4.4	Vêtements et articles de mercerie	3
-4.9	-1.0	1.2	4.5	Articles ménagers	4
14.1	20.0	16.2	16.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
7.0	8.7	6.7	7.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
12.0	13.1	10.5	13.8	Bois et matériaux de construction	7
-8.9	-9.0	-10.7	-11.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
5.6	4.3	5.9	5.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.6	1.1	2.7	--	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-3.6	-4.3	-1.8	-3.2	Produits divers	11
4.7	5.4	5.3	5.4	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Table 6.**Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre
	Trade Group - Canada				
1	Food products	0.61	0.60	0.62	0.58
2	Beverage, drug and tobacco products	1.24	1.26	1.23	1.25
3	Apparel and dry goods	2.04	2.21	2.16	2.05
4	Household goods	1.73	1.82	1.77	1.87
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.03	1.07	1.05	1.04
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.82	1.87	1.76	1.79
7	Lumber and building materials	1.59	1.66	1.56	1.56
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.24	4.14	3.41	3.61
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.10	2.13	2.15	2.18
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.88	0.88	0.87	0.87
11	Other products	1.17	1.17	1.20	1.26
12	Total, all trade groups	1.33	1.36	1.34	1.34

Table 7.**Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre
	Trade Group - Canada				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	84.9	86.7	86.7	83.0
2	Beverage, drug and tobacco products	87.1	91.4	90.4	91.9
3	Apparel and dry goods	78.4	82.6	81.6	79.0
4	Household goods	86.6	87.6	87.7	86.6
5	Motor Vehicles, parts and accessories	91.1	90.7	91.9	92.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	88.3	90.5	88.8	91.1
7	Lumber and building materials	83.0	83.0	83.3	83.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	82.4	82.7	81.0	81.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	82.0	84.5	83.9	86.0
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	80.9	81.1	82.0	80.8
11	Other products	77.7	79.0	76.1	78.0
12	Total, all trade groups	84.0	85.5	85.0	85.7

Tableau 6.

Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
March 1999 mars	February 1999 février	January 1999 janvier	December 1998 décembre		
per cent - pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
0.58	0.58	0.56	0.60	Produits alimentaires	1
1.17	1.21	1.21	1.21	Boissons, médicaments et tabac	2
2.27	2.21	2.35	2.30	Vêtements et articles de mercerie	3
1.96	1.96	2.02	1.90	Articles ménagers	4
1.05	1.05	1.08	1.07	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.85	1.86	1.92	1.90	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.58	1.61	1.64	1.64	Bois et matériaux de construction	7
3.43	3.40	3.35	3.70	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.27	2.27	2.24	2.29	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.81	0.86	0.87	0.87	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.36	1.37	1.40	1.38	Produits divers	11
1.38	1.39	1.40	1.41	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 7.

Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	No
March 2000 mars	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre		
per cent - pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
4.9	4.9	5.5	5.2	Produits alimentaires,	1
4.6	5.0	5.1	5.3	Boissons, médicaments et tabac	2
5.9	7.6	7.6	6.4	Vêtements et articles de mercerie	3
6.7	9.3	8.7	8.7	Articles ménagers	4
3.9	3.8	3.4	3.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.7	6.8	4.6	7.2	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
9.4	9.3	9.8	9.6	Bois et matériaux de construction	7
7.8	8.2	7.9	7.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.8	3.7	3.6	3.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
7.0	6.6	5.5	5.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
4.0	4.1	3.8	3.7	Produits divers	11
1.8	1.8	1.7	1.8	Total, ensemble des groupes de commerce	12