



N° 63-008-XIF au catalogue

Commerce de gros

Février 2007



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada

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 : Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : 613-951-3549; grossisteinfo@statcan.ca).

Pour obtenir des informations 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 à www.statcan.ca.

Service national de renseignements **1-800-263-1136**

Service national d'appareils de télécommunication pour les malentendants **1-800-363-7629**

Renseignements concernant le Programme des services de dépôt **1-800-700-1033**

Télécopieur pour le Programme des services de dépôt **1-800-889-9734**

Renseignements par courriel infostats@statcan.ca

Site Web www.statcan.ca

Renseignements pour accéder au produit

Le produit n° 63-008-XIF au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à www.statcan.ca et de choisir la rubrique Publications.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir des services rapides, fiables et courtois et à faire preuve d'équité envers ses clients. 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. Les normes de service sont aussi publiées dans le site www.statcan.ca sous À propos de nous > Offrir des services aux Canadiens.



Statistique Canada
Division de la statistique du commerce

Commerce de gros

Février 2007

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2007

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

Avril 2007

N° 63-008-XIF au catalogue, vol. 70, n° 2

ISSN 1710-6400

Périodicité : mensuelle

Ottawa

This publication is available in English upon request (catalogue no. 63-008-XIE).

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.

Informations pour l'utilisateur

Signes conventionnels

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

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

Remerciements

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **Richard Evans**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **Helen McDonald**, directrice adjointe, Division de la statistique du commerce
- **Catherine Mamay**, chef de section, Section du commerce de gros, Division de la statistique du commerce
- **Marc Atkins**, économiste, auteur de cette publication

Table des matières

Faits saillants	5
Analyse — Février 2007	6
Produits connexes	10
Tableaux statistiques	
1 Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées	12
1-1 Ventes	12
1-2 Variation en pourcentage depuis le mois précédent	13
1-3 Variation en pourcentage depuis l'année précédente	14
2 Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées	15
2-1 Ventes	15
2-2 Variation en pourcentage depuis l'année précédente	16
3 Marchands de gros — Ventes (périodes courantes) — Coefficient de variation	17
4 Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés	17
4-1 Stocks	17
4-2 Variation en pourcentage depuis le mois précédent	18
4-3 Variation en pourcentage depuis l'année précédente	18
5 Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés	19
5-1 Stocks	19
5-2 Variation en pourcentage depuis l'année précédente	19
6 Marchands de gros — Rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce	20
6-1 Périodes courantes	20
6-2 Périodes historiques	20
7 Marchands de gros — Stocks (périodes courantes) — Coefficient de variation	21
Qualité des données, concepts et méthodologie	
Objectifs, utilisations et utilisateurs	22
Concepts, variables et classifications	23
Couverture et bases de sondage	25

Table des matières – suite

Échantillonnage	26
Conception du questionnaire	27
Réponse et non-réponse	28
Opérations de collecte et de saisie des données	31
Vérification	32
Imputation	34
Estimation	35
Désaisonnalisation et estimation de la tendance-cycle	36
Ajustement des séries historiques	38
Évaluation de la qualité des données	39
Contrôle de la divulgation	40
Comparabilité des données	41

Appendice

I Agrégation spéciale : Commerce de gros	42
------------------------------------------	----

Graphiques

1. Ventes des grossistes	6
2. Ratio des stocks aux ventes	9
3. Stocks	9

Faits saillants

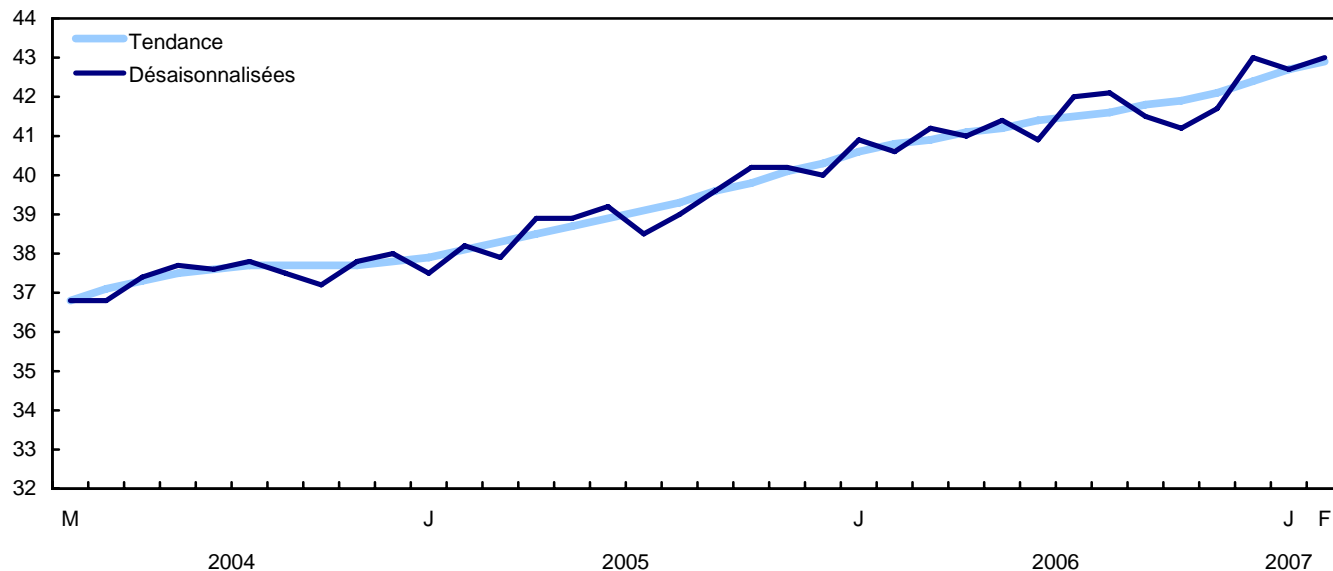
- Après avoir connu un début d'année plutôt terne, le commerce de gros s'est redressé en février, surtout grâce à la progression des ventes de produits alimentaires et d'articles personnels et ménagers.

Analyse — Février 2007

Après avoir connu un début d'année plutôt terne, le commerce de gros s'est redressé en février, surtout grâce à la progression des ventes de produits alimentaires et d'articles personnels et ménagers.

Graphique 1
Ventes des grossistes

milliards de dollars



Les ventes en gros ont augmenté de 0,8 % pour se chiffrer à 43,0 milliards de dollars en février, neutralisant ainsi le repli de 0,7 % observé en janvier. La plus forte hausse a été indiquée dans le secteur des articles personnels et ménagers (+4,0 %), lequel a repris son ascension après le recul appréciable du mois précédent. Le secteur des produits alimentaires, du tabac et de l'alcool a également montré des signes de vigueur en février (+2,4 %), tout comme celui des produits automobiles (+1,9 %).

Ces hausses ont été partiellement effacées par les pertes accusées dans le secteur des matériaux de construction (-2,2 %) et dans celui des « produits divers » (-1,5 %).

Note aux lecteurs

Les estimations des ventes en gros sont habituellement révisées chaque année. Dans le communiqué de février 2007, les ventes en gros non désaisonnalisées en dollars constants et courants ont été révisées à partir de janvier 2004. Les ventes en gros désaisonnalisées en dollars courants et en dollars constants ont été révisées de façon uniforme à partir de janvier 2002.

Les facteurs qui influent sur les révisions comprennent la réception tardive des renseignements communiqués par les répondants, la correction des renseignements dans les données fournies, le remplacement de chiffres estimatifs par des valeurs absolues (une fois celles-ci disponibles), la reclassification des entreprises dans le secteur du commerce de gros ou à l'extérieur de ce dernier, les mises à jour des facteurs saisonniers et de la pondération des jours de la semaine. Ces révisions sont maintenant offertes sur CANSIM ainsi que sur demande spéciale. Les estimations révisées seront aussi incluses dans le numéro de février 2007 de la publication Commerce de gros (63-008-XWF).

Une analyse détaillée du commerce de gros en 2006 utilisant les données révisées paraîtra le 10 mai.

Ce sont les grossistes du Québec qui ont le plus profité de la croissance enregistrée en février, le reste de la progression s'étant manifesté surtout en Ontario. Entre-temps, les ventes globales dans les Prairies sont restées à peu près inchangées en février, tandis que les provinces de l'Atlantique ont cédé une partie des accroissements considérables obtenus en janvier.

L'effet d'ensemble des prix a été minime en février, car le total des ventes en dollars constants a augmenté de 0,9 %.

Le secteur des articles personnels et ménagers rebondit

Le secteur des articles personnels et ménagers a repris son ascension en février (+4,0 %), après la chute appréciable (-4,6 %) inscrite le mois précédent. Deux des trois groupes de commerce ont affiché une augmentation des ventes en février, seul le groupe de l'habillement ayant fléchi.

La croissance la plus marquée (+6,2 %) a été indiquée dans le groupe des articles ménagers et personnels. Il s'agit d'une troisième hausse en quatre mois pour ce groupe de commerce, qui s'était fortement contracté en janvier. La progression notée en février a été largement attribuable aux ventes plus élevées d'articles de soins personnels et d'articles de divertissement et de sports. L'augmentation des ventes d'articles de divertissement et de sports s'explique vraisemblablement par un retour à la normale des conditions hivernales.

Une tendance similaire s'est profilée dans le groupe des produits pharmaceutiques, la progression observée en février (+4,5 %) ayant plus que compensé le repli du mois précédent. La baisse inscrite en janvier n'avait en fait été que la quatrième enregistrée depuis le début de 2005 dans ce groupe de commerce, qui continue de tirer parti de l'accroissement de la demande de consommation des produits pharmaceutiques. Selon les chiffres les plus récents de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail, les ventes annualisées de médicaments sur ordonnance et en vente libre en 2006 ont augmenté de 11,0 % et de 7,2 % respectivement.

En février, les ventes de vêtements ont accusé leur recul mensuel le plus important (-4,7 %) depuis juillet 2005, mais cette baisse masque les bons résultats obtenus au cours des derniers mois. Malgré le fléchissement noté en février, les ventes de vêtements restent nettement supérieures à ce qu'elles étaient un an plus tôt. Les ventes dans ce groupe de commerce ont connu certaines fluctuations dernièrement, les tendances saisonnières habituelles ayant peut-être été perturbées par l'arrivée tardive de l'hiver dans la plupart des régions du Canada.

Le groupe des produits alimentaires affiche sa plus forte hausse en près de deux ans

Le secteur des produits alimentaires, de l'alcool et du tabac a été dominé par la progression des ventes de produits alimentaires (+2,7 %), alors que les ventes d'alcool et de tabac ont peu varié (-0,2 %).

La hausse observée dans le groupe des produits alimentaires est la plus importante depuis septembre 2005 et fait suite à plusieurs mois de baisses, après le sommet atteint en août 2006.

La forte diminution des ventes de bois d'oeuvre freine le secteur des matériaux de construction

La forte baisse des ventes de bois d'oeuvre et de menuiseries a constitué le principal facteur à l'origine du fléchissement de 2,2 % enregistré par le secteur des matériaux de construction, qui a cédé ainsi presque tout le terrain gagné en janvier.

Le recul (-8,6 %) du groupe du bois d'oeuvre et des menuiseries est survenu après une hausse substantielle (+11,8 %) inscrite en janvier, lorsque le temps plus doux qu'à la normale avait temporairement stimulé les ventes. Avant la forte baisse observée en février, les ventes de bois d'oeuvre et de menuiseries avaient amorcé une légère reprise à la suite du creux inégalé en deux ans et demi atteint en juillet dernier. En effet, ce groupe avait affiché cinq hausses mensuelles au cours des six mois subséquents. La chute enregistrée en février coïncide également avec une forte baisse (-14,1 %) des exportations de bois d'oeuvre qui, elles aussi, s'étaient quelque peu redressées ces derniers temps. Environ 30 % du bois d'oeuvre et des menuiseries vendus par les grossistes sont exportés.

Toujours dans ce secteur, les ventes du groupe des produits métalliques ont également fléchi (-3,9 %), alors qu'elles avaient considérablement augmenté récemment en décembre. Les ventes de ce groupe de commerce suivent une tendance à la hausse depuis août 2005, le dynamisme des activités pétrolières et gazières en Alberta, combiné à un niveau d'activité sans précédent de la construction dans l'Ouest du pays, ayant continué de stimuler la demande de produits métalliques.

En février, seul le groupe des matériaux de construction a affiché une hausse (+0,4 %), la troisième observée au cours des quatre derniers mois. Les grossistes de matériaux de construction continuent de profiter des niveaux généralement élevés des activités de construction dans l'ensemble du pays.

Le Québec accapare la majeure partie de la croissance

C'est le Québec qui a le plus profité de la progression enregistrée en février, les ventes dans cette province ayant augmenté (+2,4 %) pour une troisième fois en quatre mois. Cette croissance a été largement attribuable à la progression des ventes de produits alimentaires et de produits pharmaceutiques.

Pour le reste, la croissance s'est surtout manifestée en Ontario (+0,7 %), où les grossistes ont tiré parti de la hausse des ventes de produits automobiles ainsi que d'articles ménagers et personnels. Bien que les ventes totales dans cette province aient généralement augmenté au cours des six derniers mois, les chiffres mensuels font état d'une certaine instabilité durant cette période, laquelle s'explique essentiellement par d'importantes fluctuations dans le secteur de l'automobile, qui est à l'origine du quart des ventes en Ontario.

Les grossistes hors des deux plus grandes provinces du Canada n'ont pas obtenu d'aussi bons résultats en février. Dans les Prairies, les ventes globales sont restées inchangées en février. La hausse indiquée en Saskatchewan (+1,0 %) a été contrebalancée par la baisse observée au Manitoba (-1,9 %), alors que, en Alberta, les ventes ont peu varié (+0,1 %), après avoir fortement augmenté le mois précédent.

Par ailleurs, les ventes dans les provinces de l'Atlantique se sont contractées après avoir entamé l'année sous le signe de la vigueur, des baisses ayant été indiquées dans les quatre provinces en février.

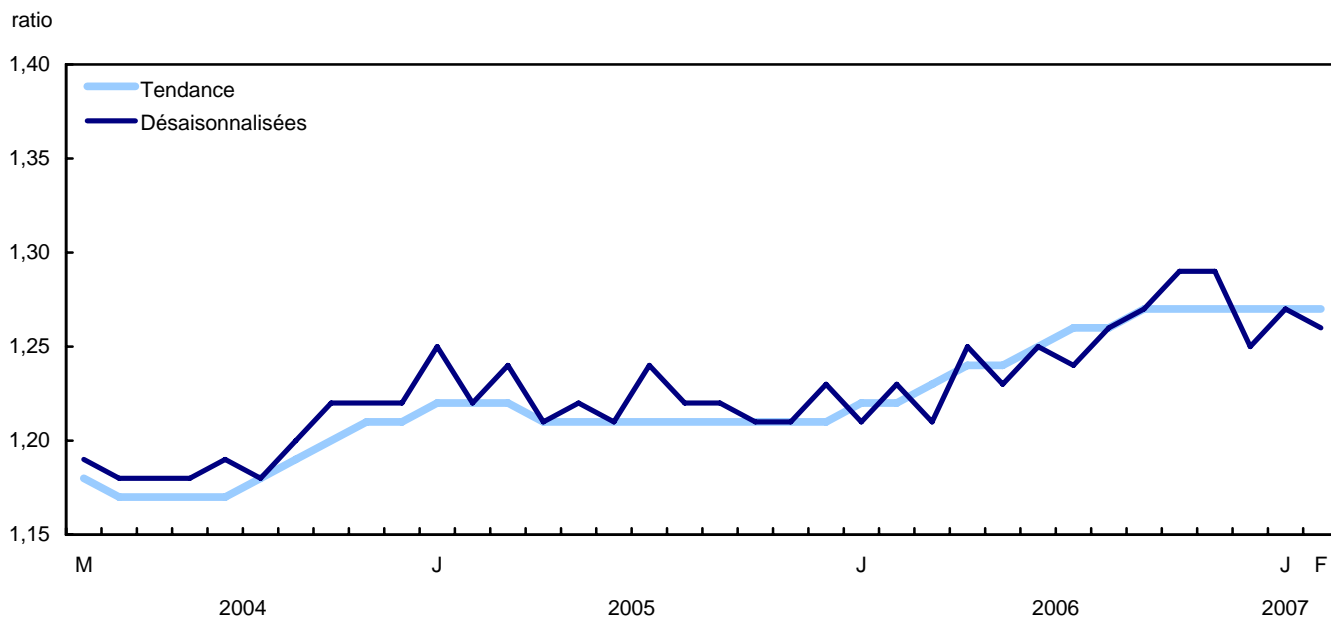
Les stocks restent inchangés en février

Après avoir grimpé de 1,1 % en janvier, les stocks des grossistes n'ont pas bougé en février. Bien que 11 des 15 groupes de commerce aient enregistré une diminution des stocks en février, ces baisses ont été complètement neutralisées par l'augmentation des stocks de véhicules automobiles, de « produits divers », de produits pharmaceutiques, d'ordinateurs et d'autres appareils électroniques.

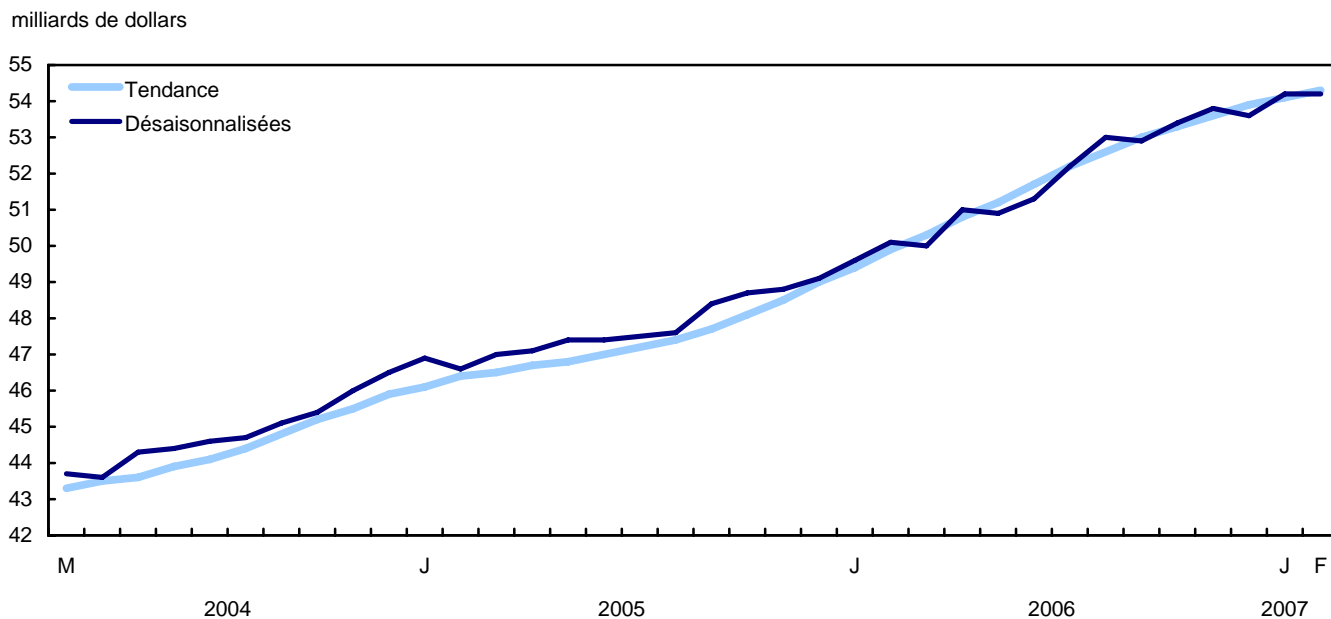
La progression des ventes, conjuguée à la stabilité des stocks, a fait légèrement diminué le ratio des stocks aux ventes, qui est passé de 1,27 à 1,26 en février. Ce ratio mesure le délai nécessaire (en mois) pour épuiser les stocks au rythme actuel des ventes.

Après avoir connu une période de croissance constante entre novembre 2005 et le sommet récent d'octobre dernier, le ratio des stocks aux ventes a légèrement fléchi au cours des quatre derniers mois, la plupart des groupes de commerce ayant reculé à ce chapitre durant cette période.

Graphique 2
Ratio des stocks aux ventes



Graphique 3
Stocks



Produits connexes

Choisis parmi les produits techniques et analytiques de Statistique Canada

11-621-M2005026	Les grossistes : des joueurs clés de l'économie canadienne
11-621-M2006040	Entre le producteur et le détaillant : une revue du commerce de gros en 2005

Choisis parmi les tableaux de CANSIM de Statistique Canada

081-0007	Commerce de gros, ventes selon le groupe de commerce basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), mensuel
081-0008	Commerce de gros, stocks selon le groupe de commerce basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), mensuel
081-0009	Commerce de gros, ventes, dollars enchaînés et indices de prix, mensuel
081-0010	Commerce de gros, ventes et tendances des ventes, désaisonnalisées, selon le secteur de groupe de commerce basé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), mensuel

Choisis parmi les enquêtes de Statistique Canada

2401	Enquête de commerce de gros (mensuelle)
------	-----------------------------------------

Choisis parmi les tableaux sommaires de Statistique Canada

- *Ventes des grossistes, par industrie (mensuel)*
- *Ventes des grossistes, par province et territoire (mensuel)*
- *Stocks des grossistes, par industrie (mensuel)*
- *Ventes des grossistes, par industrie*
- *Ventes des grossistes, par province et territoire*
- *Stocks des grossistes, par industrie*

Tableaux statistiques

Tableau 1-1

Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées — Ventes

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006	Cumulatif 2007
millions de dollars					
Groupe de commerce - Canada					
Produits agricoles	464	461	455	467	926
Produits alimentaires	7 098	6 914	6 912	7 001	14 012
Alcool et tabac	613	614	627	652	1 228
Habillement	788	826	830	750	1 614
Articles ménagers et personnels	2 783	2 620	2 822	2 805	5 403
Produits pharmaceutiques	2 843	2 722	2 813	2 647	5 565
Véhicules automobiles	6 586	6 440	6 768	6 117	13 026
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	1 551	1 546	1 535	1 568	3 097
Matériaux de construction	3 667	3 651	3 617	3 620	7 318
Produits métalliques	1 336	1 390	1 389	1 248	2 726
Bois d'oeuvre et menuiseries	1 071	1 172	1 048	1 029	2 243
Machines et fournitures	4 104	4 216	4 216	4 145	8 320
Ordinateurs et autres appareils électroniques	2 794	2 719	2 662	2 653	5 514
Machines de bureau et d'usage professionnel	1 999	1 992	1 990	2 033	3 990
Produits divers	5 329	5 408	5 293	4 938	10 737
Total, ensemble des groupes de commerce	43 026	42 691	42 977	41 673	85 717
Régions					
Terre-Neuve-et-Labrador	241	248	262	242	489
Île-du-Prince-Édouard	40	42	40	38	82
Nouvelle-Écosse	559	574	524	532	1 133
Nouveau-Brunswick	435	438	421	419	873
Québec	8 063	7 871	8 053	7 920	15 934
Ontario	21 584	21 424	21 916	20 892	43 008
Manitoba	1 045	1 065	1 028	1 010	2 111
Saskatchewan	1 281	1 268	1 263	1 190	2 549
Alberta	5 398	5 391	5 179	5 259	10 789
Colombie-Britannique	4 343	4 327	4 260	4 143	8 671
Territoire du Yukon	13	14	10	7	28
Territoires du Nord-Ouest	21	25	20	19	46
Nunavut	3	2	2	1	5

Tableau 1-2

Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées — Variation en pourcentage depuis le mois précédent

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	0,6	1,5	-2,6	-3,6
Produits alimentaires	2,7	0,0	-1,3	0,1
Alcool et tabac	-0,2	-2,1	-3,7	-0,7
Habillement	-4,7	-0,5	10,7	-0,6
Articles ménagers et personnels	6,2	-7,2	0,6	6,0
Produits pharmaceutiques	4,5	-3,3	6,3	-2,9
Véhicules automobiles	2,3	-4,9	10,6	8,7
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	0,4	0,7	-2,1	0,2
Matériaux de construction	0,4	0,9	-0,1	1,2
Produits métalliques	-3,9	0,1	11,3	-1,7
Bois d'oeuvre et menuiseries	-8,6	11,9	1,8	3,8
Machines et fournitures	-2,7	0,0	1,7	0,8
Ordinateurs et autres appareils électroniques	2,7	2,2	0,3	0,9
Machines de bureau et d'usage professionnel	0,4	0,1	-2,1	-1,6
Produits divers	-1,5	2,2	7,2	-3,6
Total, ensemble des groupes de commerce	0,8	-0,7	3,1	1,1
Régions				
Terre-Neuve-et-Labrador	-3,1	-5,2	8,0	2,6
Île-du-Prince-Édouard	-4,3	5,5	3,3	12,2
Nouvelle-Écosse	-2,6	9,5	-1,6	-4,0
Nouveau-Brunswick	-0,6	3,9	0,5	1,2
Québec	2,4	-2,3	1,7	1,4
Ontario	0,7	-2,2	4,9	2,1
Manitoba	-1,9	3,6	1,8	-2,0
Saskatchewan	1,0	0,4	6,1	1,9
Alberta	0,1	4,1	-1,5	2,1
Colombie-Britannique	0,4	1,6	2,8	-4,4
Territoire du Yukon	-6,3	36,4	48,7	-30,7
Territoires du Nord-Ouest	-14,9	28,4	2,1	-5,0
Nunavut	76,4	8,0	30,1	-37,3

Tableau 1-3

Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, désaisonnalisées — Variation en pourcentage depuis l'année précédente

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006	Cumulatif 2007
	pourcentage				
Groupe de commerce - Canada					
Produits agricoles	6,5	2,1	-4,9	-7,1	4,3
Produits alimentaires	5,6	1,8	3,1	4,6	3,7
Alcool et tabac	-9,3	-7,1	1,4	-0,7	-8,2
Habillement	10,4	11,0	8,7	-4,6	10,7
Articles ménagers et personnels	15,8	7,9	20,2	7,9	11,9
Produits pharmaceutiques	9,0	4,7	11,7	0,9	6,8
Véhicules automobiles	2,8	-2,2	8,7	0,3	0,3
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	0,7	1,3	-0,3	-5,2	1,0
Matériaux de construction	3,5	3,5	2,5	6,1	3,5
Produits métalliques	14,4	17,7	17,9	3,5	16,1
Bois d'oeuvre et menuiseries	-7,1	1,5	-6,7	-5,6	-2,8
Machines et fournitures	0,9	3,4	6,0	7,5	2,1
Ordinateurs et autres appareils électroniques	12,4	6,3	13,5	9,4	9,3
Machines de bureau et d'usage professionnel	2,3	4,8	5,8	12,3	3,5
Produits divers	13,2	14,9	11,1	3,6	14,1
Total, ensemble des groupes de commerce	6,0	4,4	7,5	3,7	5,2
Régions					
Terre-Neuve-et-Labrador	7,2	11,5	19,3	11,6	9,3
Île-du-Prince-Édouard	9,1	23,5	13,1	5,7	16,0
Nouvelle-Écosse	6,5	8,4	1,4	-1,8	7,4
Nouveau-Brunswick	9,1	10,9	6,1	3,9	10,0
Québec	6,0	1,9	7,7	1,5	3,9
Ontario	5,1	3,1	8,7	3,9	4,1
Manitoba	8,5	10,0	2,8	3,5	9,3
Saskatchewan	20,7	25,2	13,6	-2,0	22,9
Alberta	7,0	8,4	6,3	9,8	7,7
Colombie-Britannique	4,5	2,4	1,9	2,0	3,4
Territoire du Yukon	41,7	38,7	8,9	-40,3	40,1
Territoires du Nord-Ouest	27,6	42,0	19,7	0,5	35,0
Nunavut	151,2	8,7	-5,5	-35,5	70,4

Tableau 2-1

Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées — Ventes

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006	Cumulatif 2007
millions de dollars					
Groupe de commerce - Canada					
Produits agricoles	454	416	435	499	870
Produits alimentaires	6 249	6 361	7 271	7 096	12 610
Alcool et tabac	518	517	629	691	1 035
Habillement	795	684	533	733	1 479
Articles ménagers et personnels	2 387	2 266	2 776	3 368	4 653
Produits pharmaceutiques	2 604	2 663	2 846	2 862	5 267
Véhicules automobiles	6 524	5 695	5 914	6 092	12 219
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	1 375	1 380	1 275	1 633	2 756
Matériaux de construction	3 102	3 125	2 958	3 741	6 226
Produits métalliques	1 281	1 383	1 096	1 356	2 664
Bois d'oeuvre et menuiseries	968	1 011	806	999	1 978
Machines et fournitures	3 531	3 643	3 929	4 007	7 174
Ordinateurs et autres appareils électroniques	2 528	2 530	3 142	2 860	5 059
Machines de bureau et d'usage professionnel	1 796	1 796	2 016	2 099	3 592
Produits divers	4 446	4 461	4 615	4 815	8 906
Total, ensemble des groupes de commerce	38 558	37 930	40 243	42 851	76 488
Régions					
Terre-Neuve-et-Labrador	189	213	256	241	402
Île-du-Prince-Édouard	30	31	32	33	60
Nouvelle-Écosse	452	481	505	526	933
Nouveau-Brunswick	360	376	391	426	736
Québec	7 230	6 954	7 297	8 418	14 183
Ontario	19 640	19 043	20 768	21 798	38 683
Manitoba	875	875	888	938	1 750
Saskatchewan	1 036	982	1 094	1 056	2 018
Alberta	4 782	4 943	5 094	5 160	9 725
Colombie-Britannique	3 926	4 003	3 893	4 232	7 928
Territoire du Yukon	10	10	9	7	20
Territoires du Nord-Ouest	27	21	15	15	48
Nunavut	2	1	1	1	2

Tableau 2-2

Marchands de gros — Ventes, selon le groupe de commerce et la région, non-désaisonnalisées — Variation en pourcentage depuis l'année précédente

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006	Cumulatif 2007
	pourcentage				
Groupe de commerce - Canada					
Produits agricoles	6,7	5,4	-7,4	-6,8	6,1
Produits alimentaires	5,8	4,6	0,5	4,3	5,2
Alcool et tabac	-9,2	-6,9	0,2	-0,7	-8,1
Habillement	10,3	17,2	7,0	-4,6	13,3
Articles ménagers et personnels	18,6	13,3	19,2	6,5	16,0
Produits pharmaceutiques	9,2	7,5	8,3	0,1	8,4
Véhicules automobiles	3,0	0,7	7,0	-0,2	2,0
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	1,0	2,0	-4,1	-4,7	1,5
Matériaux de construction	3,7	6,1	0,4	5,1	4,9
Produits métalliques	13,8	22,3	13,8	3,4	18,1
Bois d'oeuvre et menuiseries	-7,0	5,2	-9,7	-5,7	-1,2
Machines et fournitures	0,9	7,9	2,7	7,9	4,3
Ordinateurs et autres appareils électroniques	12,2	8,9	11,1	8,7	10,5
Machines de bureau et d'usage professionnel	2,2	7,8	3,6	10,3	4,9
Produits divers	13,3	17,9	8,2	5,1	15,6
Total, ensemble des groupes de commerce	6,2	7,5	5,0	3,5	6,8
Régions					
Terre-Neuve-et-Labrador	7,1	15,6	18,5	10,8	11,5
Île-du-Prince-Édouard	10,1	28,4	10,3	5,5	18,7
Nouvelle-Écosse	7,1	11,0	-2,6	-0,4	9,1
Nouveau-Brunswick	9,1	12,4	3,3	2,7	10,8
Québec	6,3	6,0	4,4	1,7	6,1
Ontario	5,2	5,6	7,1	3,3	5,4
Manitoba	8,9	11,8	-1,0	5,2	10,3
Saskatchewan	21,2	28,7	12,3	-1,4	24,7
Alberta	7,5	12,3	3,3	8,7	9,9
Colombie-Britannique	4,8	6,7	-2,0	3,7	5,8
Territoire du Yukon	43,3	39,2	6,0	-40,3	41,2
Territoires du Nord-Ouest	28,6	42,4	18,8	0,5	34,2
Nunavut	134,9	-4,3	-18,7	-44,9	61,6

Tableau 3
Marchands de gros — Ventes (périodes courantes) — Coefficient de variation

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	2,9	2,9	3,2	2,3
Produits alimentaires	2,3	2,2	2,1	2,2
Alcool et tabac	1,2	1,2	1,4	1,3
Habillement	5,0	5,6	5,3	5,0
Articles ménagers et personnels	3,7	4,0	4,1	3,4
Produits pharmaceutiques	1,0	0,9	0,9	1,1
Véhicules automobiles	0,9	1,7	1,4	2,4
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	3,1	2,5	2,8	3,1
Matériaux de construction	3,8	3,4	3,3	3,3
Produits métalliques	2,9	3,5	3,7	3,3
Bois d'oeuvre et menuiseries	5,1	5,3	4,5	4,2
Machines et fournitures	2,3	2,4	2,5	2,4
Ordinateurs et autres appareils électroniques	2,3	2,6	1,7	2,1
Machines de bureau et d'usage professionnel	3,9	3,6	3,5	3,3
Produits divers	2,5	2,7	2,5	3,0
Total, ensemble des groupes de commerce	0,7	0,8	0,7	0,8
Régions				
Terre-Neuve-et-Labrador	1,3	1,3	1,7	1,7
Île-du-Prince-Édouard	1,6	1,9	2,4	1,8
Nouvelle-Écosse	2,0	1,8	2,1	2,2
Nouveau-Brunswick	1,7	1,4	1,3	1,6
Québec	2,1	2,1	2,0	2,0
Ontario	1,0	1,1	1,0	1,2
Manitoba	1,4	1,7	1,8	1,9
Saskatchewan	1,5	1,6	1,7	2,1
Alberta	1,7	2,2	1,9	1,7
Colombie-Britannique	2,2	2,2	2,2	2,1
Territoire du Yukon	0,0	0,0	0,0	0,0
Territoires du Nord-Ouest	0,0	0,0	0,0	0,0
Nunavut	0,0	0,0	0,0	0,0

Tableau 4-1
Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés — Stocks

	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006
	millions de dollars			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	176	182	184	200
Produits alimentaires	4 274	4 302	4 281	4 326
Alcool et tabac	282	305	281	271
Habillement	1 664	1 686	1 724	1 659
Articles ménagers et personnels	3 890	3 975	3 871	3 887
Produits pharmaceutiques	3 179	3 144	3 125	3 222
Véhicules automobiles	5 392	5 214	5 057	5 164
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	3 373	3 384	3 296	3 297
Matériaux de construction	5 781	5 816	5 820	5 752
Produits métalliques	2 974	3 003	3 065	3 059
Bois d'oeuvre et menuiseries	1 183	1 202	1 169	1 119
Machines et fournitures	11 546	11 596	11 469	11 564
Ordinateurs et autres appareils électroniques	1 686	1 633	1 623	1 590
Machines de bureau et d'usage professionnel	2 597	2 648	2 692	2 677
Produits divers	6 167	6 090	5 956	6 033
Total, ensemble des groupes de commerce	54 165	54 179	53 613	53 822

Tableau 4-2

Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés — Variation en pourcentage depuis le mois précédent

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	-3,3	-1,3	-7,8	0,1
Produits alimentaires	-0,6	0,5	-1,0	0,3
Alcool et tabac	-7,5	8,3	3,6	-1,0
Habillement	-1,3	-2,2	3,9	0,0
Articles ménagers et personnels	-2,1	2,7	-0,4	1,2
Produits pharmaceutiques	1,1	0,6	-3,0	-1,0
Véhicules automobiles	3,4	3,1	-2,1	2,5
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	-0,3	2,7	0,0	-0,9
Matériaux de construction	-0,6	-0,1	1,2	0,6
Produits métalliques	-1,0	-2,0	0,2	1,1
Bois d'oeuvre et menuiseries	-1,5	2,8	4,4	1,9
Machines et fournitures	-0,4	1,1	-0,8	2,2
Ordinateurs et autres appareils électroniques	3,2	0,6	2,0	-1,2
Machines de bureau et d'usage professionnel	-1,9	-1,6	0,6	-1,7
Produits divers	1,3	2,3	-1,3	0,9
Total, ensemble des groupes de commerce	0,0	1,1	-0,4	0,8

Tableau 4-3

Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, désaisonnalisés — Variation en pourcentage depuis l'année précédente

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	4,4	5,7	33,0	6,2
Produits alimentaires	1,2	-0,2	-0,4	0,0
Alcool et tabac	-0,9	12,2	-2,2	-3,4
Habillement	4,5	5,7	8,6	4,3
Articles ménagers et personnels	4,1	7,1	10,2	13,3
Produits pharmaceutiques	1,9	0,7	3,3	2,5
Véhicules automobiles	13,2	14,1	8,2	15,3
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	4,4	2,4	3,3	1,1
Matériaux de construction	5,0	7,7	10,6	12,9
Produits métalliques	26,6	30,2	31,0	31,4
Bois d'oeuvre et menuiseries	11,9	18,6	10,3	6,6
Machines et fournitures	16,1	18,8	20,1	22,7
Ordinateurs et autres appareils électroniques	11,4	10,4	11,5	6,5
Machines de bureau et d'usage professionnel	4,7	7,0	14,9	7,4
Produits divers	1,2	-0,2	-7,1	-2,9
Total, ensemble des groupes de commerce	8,2	9,3	9,1	10,3

Tableau 5-1
Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés — Stocks

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006
	millions de dollars			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	198	170	170	192
Produits alimentaires	4 301	4 339	4 387	4 462
Alcool et tabac	277	286	288	259
Habillement	1 722	1 726	1 625	1 513
Articles ménagers et personnels	3 857	3 862	3 824	4 005
Produits pharmaceutiques	3 207	3 200	3 183	3 326
Véhicules automobiles	5 858	5 293	4 823	5 063
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	3 423	3 362	3 222	3 174
Matériaux de construction	5 764	5 753	5 601	5 553
Produits métalliques	3 014	3 029	3 054	3 013
Bois d'oeuvre et menuiseries	1 204	1 208	1 131	1 028
Machines et fournitures	11 545	11 348	11 066	11 170
Ordinateurs et autres appareils électroniques	1 779	1 715	1 730	1 651
Machines de bureau et d'usage professionnel	2 602	2 642	2 665	2 709
Produits divers	6 559	6 367	5 878	5 757
Total, ensemble des groupes de commerce	55 309	54 298	52 645	52 875

Tableau 5-2
Marchands de gros — Stocks, selon le groupe de commerce, non-désaisonnalisés — Variation en pourcentage depuis l'année précédente

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	4,3	5,3	32,8	9,5
Produits alimentaires	1,4	-0,2	-2,3	-0,2
Alcool et tabac	-0,1	12,1	-1,5	-6,0
Habillement	4,4	5,9	8,4	3,2
Articles ménagers et personnels	4,1	7,5	9,6	11,8
Produits pharmaceutiques	1,8	0,6	2,2	3,7
Véhicules automobiles	13,4	13,8	7,3	20,5
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	4,3	3,0	1,8	0,6
Matériaux de construction	5,1	8,1	11,6	11,5
Produits métalliques	25,8	29,4	32,1	34,5
Bois d'oeuvre et menuiseries	10,8	19,1	11,6	6,1
Machines et fournitures	16,0	18,8	20,3	24,2
Ordinateurs et autres appareils électroniques	11,5	10,6	11,4	5,5
Machines de bureau et d'usage professionnel	4,9	7,3	11,9	8,5
Produits divers	1,3	0,0	-5,7	-2,4
Total, ensemble des groupes de commerce	8,2	9,3	8,8	10,9

Tableau 6-1

Marchands de gros — Rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce — Périodes courantes

	Rapport stocks/ventes			
	Février ^p 2007	Janvier ^r 2007	Décembre ^r 2006	Novembre ^r 2006
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	0,38	0,39	0,40	0,43
Produits alimentaires	0,60	0,62	0,62	0,62
Alcool et tabac	0,46	0,50	0,45	0,42
Habillement	2,11	2,04	2,08	2,21
Articles ménagers et personnels	1,40	1,52	1,37	1,39
Produits pharmaceutiques	1,12	1,16	1,11	1,22
Véhicules automobiles	0,82	0,81	0,75	0,84
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	2,17	2,19	2,15	2,10
Matériaux de construction	1,58	1,59	1,61	1,59
Produits métalliques	2,23	2,16	2,21	2,45
Bois d'oeuvre et menuiseries	1,10	1,03	1,12	1,09
Machines et fournitures	2,81	2,75	2,72	2,79
Ordinateurs et autres appareils électroniques	0,60	0,60	0,61	0,60
Machines de bureau et d'usage professionnel	1,30	1,33	1,35	1,32
Produits divers	1,16	1,13	1,13	1,22
Total, ensemble des groupes de commerce	1,26	1,27	1,25	1,29

Tableau 6-2

Marchands de gros — Rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce — Périodes historiques

	Rapport stocks/ventes			
	Février 2006	Janvier 2006	Décembre 2005	Novembre 2005
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	0,39	0,38	0,29	0,37
Produits alimentaires	0,63	0,63	0,64	0,65
Alcool et tabac	0,42	0,41	0,46	0,43
Habillement	2,23	2,14	2,08	2,02
Articles ménagers et personnels	1,55	1,53	1,50	1,32
Produits pharmaceutiques	1,20	1,20	1,20	1,20
Véhicules automobiles	0,74	0,69	0,75	0,73
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	2,10	2,16	2,07	1,97
Matériaux de construction	1,55	1,53	1,49	1,49
Produits métalliques	2,01	1,95	1,99	1,93
Bois d'oeuvre et menuiseries	0,92	0,88	0,94	0,96
Machines et fournitures	2,44	2,39	2,40	2,44
Ordinateurs et autres appareils électroniques	0,61	0,58	0,62	0,62
Machines de bureau et d'usage professionnel	1,27	1,30	1,25	1,38
Produits divers	1,29	1,30	1,35	1,30
Total, ensemble des groupes de commerce	1,23	1,21	1,23	1,21

Tableau 7
Marchands de gros — Stocks (périodes courantes) — Coefficient de variation

	Février ^P 2007	Janvier ^r 2007	Décembre 2006	Novembre 2006
	pourcentage			
Groupe de commerce - Canada				
Produits agricoles	15,1	14,2	13,8	12,8
Produits alimentaires	3,3	3,3	3,4	3,2
Alcool et tabac	2,2	2,1	2,0	2,4
Habillement	5,3	5,4	5,2	4,9
Articles ménagers et personnels	4,9	5,1	4,9	4,7
Produits pharmaceutiques	2,5	2,4	2,2	2,1
Véhicules automobiles	3,8	3,2	2,6	2,3
Pièces et accessoires de véhicules automobiles	4,2	4,1	4,2	4,3
Matériaux de construction	4,3	4,4	4,3	4,4
Produits métalliques	3,5	3,4	3,5	3,5
Bois d'oeuvre et menuiseries	4,5	5,4	5,1	4,5
Machines et fournitures	3,0	2,9	3,0	3,5
Ordinateurs et autres appareils électroniques	3,5	3,1	3,4	3,3
Machines de bureau et d'usage professionnel	4,7	4,7	4,5	4,3
Produits divers	3,9	3,8	3,7	3,7
Total, ensemble des groupes de commerce	1,1	1,1	1,1	1,2

Objectifs, utilisations et utilisateurs

Objectifs

L'Enquête mensuelle sur le commerce de gros (EMCG) fournit des renseignements sur la performance du secteur du commerce de gros et constitue un important indicateur de la santé de l'économie canadienne. Le milieu des affaires utilise aussi les données pour analyser le comportement du marché.

Utilisations

Les estimations fournissent une mesure de la santé et de la performance du secteur du commerce de gros. L'information recueillie est utilisée pour estimer le niveau et la tendance mensuelle des ventes et des stocks des marchands en gros. À la fin de chaque année, les estimations donnent un premier aperçu de la valeur annuelle des ventes de gros et de la performance du secteur.

Utilisateurs

Divers organismes, associations sectorielles et administrations utilisent l'information. Les grossistes utilisent les résultats de l'enquête pour comparer leurs résultats à ceux d'entreprises similaires, ainsi qu'à des fins de marketing. Les associations de grossistes peuvent surveiller la performance de l'industrie et promouvoir leurs industries du commerce de gros. Les investisseurs peuvent surveiller la croissance de l'industrie, ce qui peut donner aux grossistes un meilleur accès au capital d'investissement. Les données de l'enquête aident les administrations à comprendre le rôle des grossistes dans l'économie, ce qui facilite l'élaboration des politiques et des encouragements fiscaux. Le commerce de gros étant une industrie importante dans l'économie canadienne (de 5 % à 6 % du produit intérieur brut, selon l'année), les données permettent aux administrations de déterminer plus exactement la santé globale de l'économie grâce à l'utilisation des estimations dans le calcul du produit intérieur brut (PIB) national.

Concepts, variables et classifications

Concepts

Le **commerce de gros** est généralement l'étape intermédiaire dans la distribution des marchandises. Le secteur comprend les établissements dont l'activité principale consiste à acheter et à vendre des marchandises et à fournir des services connexes de logistique, de marketing et de soutien.

Les grossistes sont organisés pour vendre des marchandises en grande quantité à des détaillants, à des entreprises et à une clientèle institutionnelle. Cependant, certains grossistes, notamment ceux qui fournissent des biens d'équipement qui ne sont pas de grande consommation, vendent des marchandises à la pièce aux utilisateurs finals.

Le secteur comprend deux grands types de grossistes, soient, d'une part, les marchands en gros et, d'autre part, les agents et les courtiers en gros.

Les **marchands en gros** achètent et vendent des marchandises pour leur propre compte; autrement dit, ils s'approprient les marchandises qu'ils vendent. Ils travaillent habituellement à partir d'entrepôts ou de bureaux et ils peuvent expédier les marchandises qu'ils ont en stock, ou les faire expédier directement du fournisseur au client.

En plus de vendre des marchandises, ils peuvent assurer ou faire le nécessaire pour que soient assurés des services de logistiques, de marketing et de soutien, tels que l'emballage et l'étiquetage, la gestion des stocks, l'expédition, le traitement des réclamations au titre de la garantie, la promotion interne ou la promotion coop et la formation requise par le produit.

Entrent aussi dans cette catégorie les négociants en machines et en matériel, comme les négociants en machines agricoles et en poids lourds.

Les établissements de ce secteur sont connus sous diverses appellations selon les liens qu'ils entretiennent avec les fournisseurs ou les clients, ou selon la méthode de distribution qu'ils emploient. Ils peuvent se faire appeler, par exemple, grossistes, distributeurs en gros, intermédiaires en gros, concessionnaires de rayon, marchands d'import-export, groupes d'acheteurs, coopératives de marchands et grossistes d'une bannière particulière.

Aux fins de la classification des branches d'activité, les marchands en gros sont classés d'après les principales gammes de marchandises vendues. La description de chaque groupe de commerce inclus dans les données statistiques d'accompagnement figure à l'Appendice I. Comme la plupart des entreprises vendent plusieurs types de marchandises, la classification attribuée reflète généralement la marchandise unique ou le groupe de marchandises qui est la source principale des recettes de l'établissement, ou un ensemble de marchandises qui caractérise l'activité de l'établissement.

Les **agents et courtiers en gros** achètent et vendent des marchandises pour le compte de tiers moyennant le versement d'honoraire ou d'une commission. Ils ne deviennent pas propriétaires de ces marchandises, et ils travaillent habituellement à partir d'un bureau.

Les agents et les courtiers en gros sont connus sous diverses appellations, dont agents d'import-export, agents en gros à la commission, courtiers en gros et agents commerciaux.

Variables

Les **ventes** sont définies comme étant les ventes de toutes les marchandises achetées pour la revente, nettes des rendus et des escomptes. Sont incluses les pièces qui sont à l'origine des revenus d'entretien et de réparation, les revenus de main-d'oeuvre pour l'entretien et la réparation, les ventes de biens fabriqués par le grossiste à titre d'activité secondaire, et les recettes provenant de la location ou de la location à bail de locaux à bureaux, d'autres biens immobiliers, et de biens et d'équipement.

Sont également incluses les recettes sous forme de commissions et d'honoraires résultant de l'achat et de la vente de marchandises par des marchands en gros pour le compte de tiers.

Sont exclues les autres recettes d'exploitation, comme les subventions d'exploitation, ainsi que les recettes provenant de l'expédition, de la manutention et du stockage de biens pour des tiers.

Les **stocks** sont définis comme étant la valeur comptable, c'est-à-dire la valeur inscrite dans les livres comptables, de tous les stocks possédés par un établissement à la fin du mois et destinés à la revente. Sont inclus les stocks détenus dans les points de vente, les entrepôts, en transit ou en consignation par des tiers. Sont également inclus les stocks possédés au Canada et à l'étranger.

Sont exclus les stocks détenus en consignation pour des tiers (non possédés), ainsi que les fournitures de magasin et de bureau et tout autre type de fournitures non destinées à la vente.

L'**emplacement d'affaires** comprend le ou les emplacements physiques où a lieu l'activité commerciale dans chaque province et territoire, et dont les ventes sont créditées ou reconnues dans les états financiers de la compagnie. Pour les grossistes, il s'agit habituellement d'un centre de distribution.

Le **prix courant** s'entend du prix en vigueur durant la période de référence.

Le **prix constant** est la valeur exprimée au prix en vigueur durant une période de référence fixe ou période de base.

Classifications

L'Enquête mensuelle sur le commerce de gros est fondée sur la définition du commerce de gros adoptée dans le SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord). Le SCIAN est le cadre commun reconnu pour la production de statistiques comparables par les organismes statistiques du Canada, du Mexique et des États-Unis. L'accord définit les limites de 20 secteurs. Le SCIAN est fondé sur un cadre conceptuel axé sur la production, ou l'offre, en ce sens que les établissements sont regroupés par industrie d'après la similarité des processus utilisés pour produire les biens et les services.

Les estimations sont calculées pour 15 grands groupes de commerce fondés sur des agrégations spéciales des industries du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) de 2002. Les 15 groupes de commerce sont en outre agrégés en sept secteurs de groupes de commerce qui correspondent exactement aux codes à trois chiffres du SCIAN pour les classes du secteur du commerce de gros, à l'exception des agents et courtiers en gros, et des grossistes-distributeurs de pétrole, et de graines oléagineuses et de céréales.

Du point de vue géographique, les estimations des ventes sont produites pour le Canada et pour chaque province et territoire. Les estimations des stocks sont produites uniquement pour le Canada dans son ensemble.

Couverture et bases de sondage

La base de sondage de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros (EMCG) est le Registre des entreprises (RE) de Statistique Canada. Ce dernier est une liste structurée d'entreprises productrices de biens et de services au Canada. Cette base de données tenue à jour centralement contient des renseignements détaillés sur la plupart des entités commerciales exploitées au Canada. Le RE couvre toutes les entreprises constituées en société, avec ou sans employés. Pour les entreprises non constituées en société, le RE comprend toutes les entreprises ayant des employés, ainsi que les entreprises sans employés dont les ventes annuelles sont supérieures à 30 000 \$ titulaires d'un compte de la taxe sur les produits et services (TPS) (le RE n'englobe pas les entreprises non constituées en société n'ayant pas d'employés dont les ventes annuelles sont inférieures à 30 000 \$).

Dans le RE, les entreprises sont représentées selon une structure hiérarchique à quatre niveaux ayant pour sommet l'entreprise statistique suivie, par ordre décroissant, par la compagnie statistique, l'établissement statistique et l'emplacement statistique. Une entreprise peut être reliée à une ou à plusieurs compagnies statistiques, une compagnie statistique à un ou à plusieurs établissements statistiques et un établissement statistique à un ou à plusieurs emplacements statistiques.

La population cible de l'EMCG comprend tous les établissements statistiques figurant dans le RE qui sont classés dans le secteur du commerce de gros conformément au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) (environ 110 000 établissements). La fourchette de codes du SCIAN pour le secteur du commerce de gros varie de 410000 à 419999. L'établissement statistique est l'entité de production ou le plus petit groupe d'entités de production qui produit un ensemble de biens ou de services homogènes, dont les activités ne débordent pas les frontières provinciales/territoriales, et qui est en mesure de fournir des données sur la valeur de la production, ainsi que sur le coût des matières utilisées et le coût et l'importance de la main-d'oeuvre affectée à la production. L'entité de production est l'unité physique où se déroulent les activités de l'entreprise. Elle doit avoir une adresse de voirie et une main-d'oeuvre directement affectée au processus de production.

Sont exclus de la population cible les établissements auxiliaires (producteurs de services de soutien de l'activité de production de biens et services destinés au marché de plus d'un établissement de l'entreprise, et qui sont considérés comme un centre de coûts ou un centre de dépenses discrétionnaires pour lequel les données sur tous les coûts, y compris la main-d'oeuvre et l'amortissement, peuvent être déclarées par l'entreprise), les futurs établissements, les établissements pour lesquels la valeur du revenu brut d'entreprise (RBE) est nulle, et les établissements appartenant aux catégories du SCIAN non couvertes qui suivent :

- 41112 (graines oléagineuses et céréales)
- 412 (produits pétroliers)
- 419 (agents et courtiers du commerce de gros)

Échantillonnage

L'échantillon de l'EMCG est formé de 8 000 groupes d'établissements (grappes) classés dans le secteur du commerce de gros et sélectionnés à partir du Registre des entreprises de Statistique Canada. Par définition, une grappe d'établissements comprend tous les établissements appartenant à une entreprise statistique qui font partie d'un même groupe industriel et d'une même région géographique. L'EMCG est fondée sur un plan d'échantillonnage stratifié avec sélection d'un échantillon aléatoire simple dans chaque strate. La stratification est faite selon le groupe de commerce en utilisant les catégories à quatre chiffres du SCIAN et selon la région géographique, c'est-à-dire selon la province ou le territoire. Ensuite, la population est stratifiée selon la taille de l'établissement. La mesure de taille est créée en combinant des données provenant d'enquêtes indépendantes et trois variables administratives, à savoir le RBE, les ventes assujetties à la TPS et le revenu T2 (provenant de la déclaration de revenus des sociétés).

Les strates de taille comptent une strate à tirage complet (recensement), au moins deux strates à tirage partiel (échantillonnage partiel) et une strate à tirage nul (non échantillonnage). La strate à tirage nul est destinée à réduire le fardeau de réponse en excluant les entreprises les plus petites de la population observée. Ces entreprises représentent, en principe, au plus 5 % du total des ventes. Au lieu d'envoyer un questionnaire à ces entreprises, on produit les estimations d'après des données administratives.

L'échantillon est réparti de façon optimale afin d'atteindre les coefficients de variation cibles au niveau du Canada dans son ensemble, de la province ou du territoire, de l'industrie et du groupe de commerce selon la province ou le territoire. On procède aussi à un suréchantillonnage pour tenir compte des unités disparues, non-répondantes ou classées incorrectement.

L'EMCG est une enquête répétée avec maximisation du chevauchement des échantillons mensuels. On retient l'échantillon d'un mois à l'autre et, chaque mois, on y ajoute les nouvelles unités et on supprime les unités disparues. Pour découvrir les nouvelles unités visées par l'EMCG, c'est-à-dire les nouvelles grappes d'établissement(s), on examine chaque mois l'univers le plus récent du RE. On stratifie ces nouvelles unités conformément aux mêmes critères que ceux appliqués à la population initiale, puis on les échantillonne conformément à la fraction d'échantillonnage de la strate à laquelle elles appartiennent et on les ajoute à l'échantillon mensuel. Des disparitions d'entité surviennent également chaque mois. Une entité disparue peut être une grappe d'établissements qui ont arrêté leurs activités (fermeture) ou dont les activités principales ne se rattachent plus au commerce de gros (hors du champ). La situation de ces entreprises est mise à jour dans le RE d'après des renseignements de source administrative et les commentaires reçus lors des enquêtes, y compris ceux des entreprises prenant part à l'EMCG. Les méthodes suivies pour traiter les unités disparues et les unités classées incorrectement font partie des procédures d'échantillonnage et de mise à jour de la population.

Conception du questionnaire

Le questionnaire est conçu pour recueillir mensuellement auprès d'un échantillon de grossistes des données sur les ventes en gros, sur le nombre d'emplacements d'affaires par province ou territoire et sur les stocks de biens possédés et destinés à la revente. Lors du remaniement de 2004, à part l'inclusion du Nunavut, la plupart des questionnaires n'ont subi que des changements de présentation. Les modifications ont été discutées avec les intervenants et les répondants ont eu l'occasion de faire des commentaires avant que le nouveau questionnaire ne soit finalisé. Si d'autres modifications devaient être apportées à l'un des questionnaires, les changements proposés seraient soumis à un comité d'examen et ferait l'objet d'un essai sur le terrain auprès de répondants et d'utilisateurs des données pour s'assurer de leur pertinence.

Réponse et non-réponse

Réponse et non-réponse

Bien que les gestionnaires d'enquête et les employés des opérations fassent tout leur possible pour maximiser la réponse à l'EMCG, un certain degré de non-réponse a lieu. Pour qu'un établissement statistique soit considéré comme répondant, il faut que le degré de réponse partielle (situation où une réponse exacte n'est obtenue que pour certaines questions posées au répondant) atteigne un seuil minimal au-dessous duquel la déclaration fournie par l'établissement serait rejetée et l'établissement, considéré comme une unité non-répondante. Le cas échéant, on considère que l'entreprise n'a pas répondu du tout.

La non-réponse a deux effets sur les données : premièrement, elle introduit un biais dans les estimations si les non-répondants diffèrent des répondants en ce qui concerne les caractéristiques mesurées et, deuxièmement, elle fait augmenter la variance d'échantillonnage des estimations, parce que la taille effective de l'échantillon est réduite comparativement à celle considérée au départ.

L'ampleur des efforts déployés pour obtenir une réponse auprès d'un non-répondant dépend des contraintes budgétaires et de temps, de l'effet de la non-réponse sur la qualité globale et du risque de biais dû à la non-réponse.

La méthode principalement utilisée pour réduire l'effet de la non-réponse à l'étape de l'échantillonnage consiste à augmenter la taille de l'échantillon en appliquant un taux de suréchantillonnage déterminé d'après les résultats d'enquêtes similaires.

Les cas de non-réponse qui surviennent malgré les méthodes appliquées aux étapes de l'échantillonnage et de la collecte pour réduire l'effet de la non-réponse sont traités par imputation.

Afin de déterminer l'importance de la non-réponse qui a lieu chaque mois, on calcule divers taux de réponse. Pour un mois de référence donné, on produit les estimations au moins deux fois (estimations provisoires et estimations révisées). Entre les deux exécutions, certaines données fournies par les répondants peuvent être jugées inutilisables et des valeurs imputées peuvent être corrigées au moyen de données fournies par les répondants. Par conséquent, les taux de réponse sont calculés après chaque exécution du processus d'estimation.

Pour l'EMCG, deux types de taux sont calculés (non pondérés et pondérés). Afin d'évaluer l'efficacité du processus de collecte, on calcule les taux de réponse non pondérés. Les taux pondérés, fondés sur le poids d'estimation et la valeur de la variable d'intérêt, évaluent la qualité de l'estimation. À l'intérieur de chacun de ces types de taux, il existe des taux distincts pour les unités faisant partie de l'échantillon et pour les unités qui sont uniquement modélisées à partir de données administratives qui ont été extraites des fichiers de TPS.

Afin d'obtenir une meilleure idée du succès du processus de collecte de données, on calcule deux taux non pondérés appelés « taux de résultat de la collecte » et « taux de résultat de l'extraction ». On calcule ces taux en divisant le nombre de répondants par le nombre d'unités avec lesquelles on a essayé de prendre contact ou pour lesquelles on a essayé de recevoir des données extraites. Les déclarants non mensuels (répondants bénéficiant de modalités de déclaration spéciales leur permettant de ne pas produire de déclaration chaque mois, mais pour lesquels des données réelles sont disponibles lors des révisions subséquentes) sont exclus du numérateur ainsi que du dénominateur pour les mois où aucun contact n'est pris avec eux. Brièvement, les taux de réponse se calculent comme suit :

Taux pondérés :

Taux de réponse des unités faisant partie de l'échantillon (estimation) =

$$\frac{\text{Somme des ventes pondérées des unités avec situation de réponse } i}{\text{Somme des ventes pondérées des unités faisant partie de l'échantillon}}$$

où i = unités pour lesquelles il existe des données déclarées qui seront utilisées dans l'estimation ou qui sont des refus convertis, ou pour lesquelles il existe des données déclarées qui n'ont pas encore été évaluées pour l'estimation.

Taux de réponse des unités modélisées à partir de données administratives (estimation) =

$$\frac{\text{Somme des ventes pondérées des unités avec situation de réponse } ii}{\text{Somme des ventes pondérées des unités modélisées à partir de données administratives}}$$

où ii = unités pour lesquelles il existe des données extraites des fichiers administratifs et qui sont utilisables pour l'estimation.

Taux de réponse total (estimation) =

$$\frac{\text{Somme des ventes pondérées des unités avec situation de réponse } i \text{ ou situation de réponse } ii}{\text{Somme de toutes les ventes pondérées}}$$

Taux non pondérés :

Taux de réponse des unités faisant partie de l'échantillon (collecte) =

$$\frac{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } iii}{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } iv}$$

où iii = unités pour lesquelles il existe des données déclarées (dont le cas n'est pas résolu, utilisées ou non utilisées pour l'estimation) ou qui sont des refus convertis;

où iv = toutes les unités susmentionnées, ainsi que les unités qui ont refusé de répondre, les unités avec lesquelles on n'a pas pris contact et d'autres types d'unités non répondantes.

Taux de réponse des unités modélisées à partir de données administratives (extraction) =

$$\frac{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } vi}{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } vii}$$

où vi = unités dans le champ d'observation pour lesquelles il existe des données (utilisables ou non utilisables) extraites des fichiers administratifs;

où vii = toutes les unités susmentionnées, ainsi que les unités qui ont refusé de déclarer à la source de données administratives, les unités avec lesquelles on n'a pas pris contact et d'autres types d'unités non répondantes.

(% de questionnaires recueillis par rapport à l'ensemble des questionnaires dans le champ d'observation)

Taux de résultat de la collecte =

$$\frac{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } iii}{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } viii}$$

où iii = même que iii défini plus haut;

où *viii* = même que *iv*, à part l'exclusion des unités avec lesquelles on a pris contact, parce que leur réponse n'est pas disponible pour un mois particulier, puisqu'il s'agit de déclarants non mensuels.

$$\text{Taux de résultat de l'extraction} = \frac{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } ix}{\text{Nombre de questionnaires avec situation de réponse } vii}$$

où *ix* = même que *vi*, avec l'ajout des unités extraites qui ont été imputées ou qui étaient hors du champ de l'enquête;
où *vii* = même que *vii* défini plus haut.

(% de questionnaires recueillis par rapport à l'ensemble des questionnaires dans le champ d'observation que nous avons tenté de recueillir)

Tous les taux pondérés et non pondérés susmentionnés sont calculés au niveau du groupe de commerce, de la région et du groupe de taille, ainsi que pour toute combinaison de ces niveaux.

Utilisation de données administratives

Réduire le fardeau de réponse est un défi important pour Statistique Canada. Afin d'alléger le fardeau des répondants, et de réduire les coûts reliés à l'enquête, notamment en ce qui a trait aux petites entreprises, Statistique Canada a examiné diverses options à la réalisation d'enquêtes. Les données administratives sont une source importante d'information touchant les données commerciales et Statistique Canada s'efforce d'en faire une utilisation optimale. Ainsi, à partir du mois de référence d'octobre 2005, l'EMCG a réduit le nombre d'établissements simples de l'échantillon qui sont enquêtés directement et dérive plutôt les chiffres de ventes pour ces établissements à partir des fichiers de la TPS en utilisant un modèle statistique. Le modèle explique les différences entre les ventes et les recettes déclarées aux fins de la TPS, ainsi que le décalage entre la période de référence de l'enquête et celle de la TPS.

Les stocks des entreprises dont les ventes sont tirées du fichier de la TPS sont imputés par le système d'imputation de l'EMCG. L'imputation se rapporte aux chiffres du mois précédent, aux variations de mois-en-mois et d'année-en-année, pour des entreprises enquêtées de même taille.

Pour en savoir plus sur la méthode utilisée lors de la modélisation des ventes tirées de fichiers administratifs, veuillez consulter le document intitulé Enquête mensuelle sur le commerce de gros : Utilisation de données administratives sous la rubrique 'Documentation' du BMDI.

Méthodes utilisées pour réduire la non-réponse durant la collecte

Beaucoup d'efforts sont déployés en vue de réduire au minimum la non-réponse durant la collecte. Les méthodes utilisées incluent des techniques d'interview, comme l'utilisation de questions d'approfondissement et des techniques de persuasion, la replanification répétée des appels téléphoniques pour obtenir l'information et la mise en place de procédures indiquant aux intervieweurs comment s'y prendre avec les répondants qui refusent de participer à l'enquête.

Si les données demandées ne sont pas disponibles au moment de la collecte, la meilleure estimation fournie par le répondant est acceptée et est révisée par la suite, quand les données réelles sont disponibles.

Pour réduire au minimum la non-réponse totale pour toutes les variables, des réponses partielles sont acceptées. En outre, les questionnaires sont personnalisés pour la collecte de certaines variables, comme les stocks, de sorte que la collecte ait lieu durant les mois où les données sont disponibles.

Enfin, pour établir un climat de confiance entre les intervieweurs et les répondants, les cas sont généralement affectés au même intervieweur chaque mois. Ce dernier peut ainsi établir une relation personnelle avec le répondant et renforcer sa confiance.

Opérations de collecte et de saisie des données

La collecte des données est réalisée par les bureaux régionaux de Statistique Canada. Ces derniers envoient un questionnaire aux répondants ou communiquent avec ceux-ci par téléphone afin d'obtenir les valeurs de leurs ventes et de leurs stocks, et de confirmer l'ouverture ou la fermeture des emplacements d'affaires. Ils effectuent aussi un suivi auprès des non-répondants. La collecte des données débute environ sept jours ouvrables après la fin du mois de référence et se poursuit pendant tout le mois en question.

Les entités qui participent à l'enquête pour la première fois reçoivent une lettre d'introduction en vue d'informer le répondant qu'un représentant de Statistique Canada l'appellera. Cet appel a pour but de présenter l'enquête, de confirmer l'activité de l'entreprise, d'établir et de commencer la collecte des données, et de répondre à toutes questions que le répondant pourrait avoir.

Vérification

La vérification des données est l'application de contrôles pour déceler les entrées manquantes, invalides ou incohérentes, ou pour repérer les enregistrements de données susceptibles d'être erronés. Durant le processus d'enquête de l'EMCG, les données sont vérifiées à deux moments distincts.

Premièrement, une vérification est faite durant la collecte des données. Après leur collecte par téléphone ou au moyen du questionnaire à renvoyer par la poste, les données sont saisies à l'aide d'applications informatiques personnalisées. Toutes sont soumises à une vérification. Les vérifications réalisées durant la collecte des données, appelés contrôles sur le terrain, comprennent généralement des vérifications de validité et certaines vérifications de cohérence simples. Ils servent aussi à déceler les erreurs commises durant l'interview par le répondant ou par l'intervieweur et de repérer l'information manquante à l'étape de la collecte en vue de réduire le besoin d'un suivi ultérieur. Les contrôles sur le terrain ont également pour but d'épurer les réponses. Dans le cas de l'EMCG, les réponses du mois courant sont comparées aux réponses fournies par le répondant le mois précédent et (ou) l'année précédente pour le mois courant. Les contrôles sur le terrain permettent de repérer les problèmes que posent les procédures de collecte des données et la conception des questionnaires, et de déterminer s'il faut offrir une formation supplémentaire aux intervieweurs.

Tout enregistrement de données rejeté lors des contrôles préliminaires fait l'objet d'un suivi auprès du répondant afin de valider les données soupçonnées d'être incorrectes. Une fois validé, les données recueillies sont transmises de façon régulière au Bureau central à Ottawa.

Deuxièmement, après la collecte, les données sont soumises à une vérification statistique dont la nature est plus empirique. On exécute la vérification statistique avant l'imputation, afin de repérer les données qui serviront de base pour l'imputation de valeurs pour les non-répondants. Les valeurs très extrêmes risquant de perturber une tendance mensuelle sont exclues des calculs de tendance lors de la vérification statistique. Il convient de souligner qu'aucun ajustement n'est fait à cette étape pour corriger les valeurs extrêmes déclarées.

La première étape de la vérification statistique consiste à repérer les réponses qui seront soumises aux règles de vérification statistique. Les données déclarées pour le mois de référence courant sont soumises à divers contrôles.

Le premier ensemble de contrôles est fondé sur la méthode d'Hidiroglou-Berthelot qui consiste à examiner le rapport des données du mois courant fournies par un répondant à des données historiques (c.-à-d. dernier mois ou même mois l'année précédente) ou administratives (c.-à-d. ventes assujetties à la TPS ou RBE). Si le rapport calculé pour le répondant diffère significativement de ceux obtenus pour des répondants dont les caractéristiques sont comparables en ce qui concerne le groupe de commerce et/ou la région géographique, la réponse est considérée comme une valeur extrême.

Le deuxième ensemble de contrôles est basé sur la vérification de la part de marché. Cette méthode, qui s'appuie sur les données du mois courant uniquement, permet de vérifier les données fournies par tous les répondants, mêmes ceux pour lesquels on ne dispose pas de données historiques ou de données auxiliaires. Par conséquent, parmi un groupe de répondants présentant des caractéristiques similaires en ce qui concerne le groupe de commerce et (ou) la région géographique, toute valeur dont la contribution pondérée au total du groupe est trop importante sera considérée comme une valeur extrême.

Pour les contrôles fondés sur la méthode d'Hidiroglou-Berthelot, les données jugées extrêmes ne sont pas incluses dans les modèles d'imputation (ceux fondés sur les ratios). En outre, les données considérées comme des valeurs extrêmes lors de la vérification de la part de marché ne sont pas incluses dans les modèles d'imputation où les moyennes et les médianes sont calculées pour imputer des valeurs pour les réponses pour lesquelles il n'existe pas de données historiques.

Conjointement avec les vérifications statistiques effectuées après la collecte de données, on procède à la détection d'erreurs des données extraites des fichiers administratifs. Les données modélisées de la TPS sont également assujetties à une phase de vérification approfondie. Chaque fichier sur lequel les données modélisées sont fondées est vérifié de même que les valeurs modélisées. Les vérifications sont effectuées au niveau agrégé (industrie, géographie) afin de détecter les fichiers qui dévient de la norme (soit en exhibant des différences d'un mois à l'autre trop importantes ou qui diffèrent considérablement des autres unités. Toutes les données qui faillissent ces étapes de contrôle sont sujettes à une vérification manuelle, et si nécessaire, à une action corrective.

Imputation

Le processus d'imputation de l'EMCG a pour but de remplacer les données manquantes par des valeurs imputées. Des valeurs sont attribuées aux enregistrements pour lesquels la vérification a révélé des valeurs manquantes afin de s'assurer que les estimations soient de haute qualité et d'établir une cohérence interne plausible. Pour des raisons de fardeau de réponse, de coût et d'actualité des données, il est généralement impossible de réaliser auprès des répondants tous les suivis nécessaires pour résoudre les problèmes de réponses manquantes. Puisqu'il est souhaitable de produire un fichier de microdonnées complet et cohérent, on recourt à l'imputation pour traiter les cas persistants de données manquantes.

Dans le cas de l'EMCG, on peut fonder l'imputation des valeurs manquantes sur des données historiques ou sur des données administratives. Le choix de la méthode appropriée est fondé sur une stratégie qui dépend de l'existence de données historiques ou de données administratives et (ou) du mois de référence en question.

Il existe trois types de méthode d'imputation d'après des données historiques. Le premier est l'application d'une tendance générale qui s'appuie sur une source unique de données historiques (mois précédent, données recueillies pour le mois suivant ou données recueillies pour le même mois l'année précédente). Le deuxième est un modèle de régression dans lequel sont utilisées simultanément les données provenant du mois précédent et celles provenant du même mois l'année précédente. La troisième méthode consiste à remplacer directement les valeurs manquantes par des données historiques. Selon le mois de référence, il existe, pour le choix de la méthode, un ordre de préférence en vue d'assurer une imputation de haute qualité. Le troisième type de méthode d'imputation historique est toujours la dernière option considérée pour chaque mois de référence.

Les méthodes d'imputation fondées sur des données administratives sont sélectionnées automatiquement lorsqu'on ne dispose pas de données historiques pour un non-répondant. La source de données administratives (ventes annuelles assujetties à la TPS) est le fondement de ces méthodes. Les ventes annuelles assujetties à la TPS sont utilisées pour deux types de méthode. L'une est une tendance générale que l'on utilise pour les structures simples, comme les entreprises ne comptant qu'un seul établissement et l'autre, appelée méthode de la médiane-moyenne, est utilisée pour les unités dont la structure est plus complexe.

En dernier lieu, on doit noter que les stocks des entreprises dont les ventes sont tirés des fichiers administratifs, sont également imputés par le système d'imputation de l'EMCG. Les valeurs imputées sont calculés par le même système d'imputation qui existe pour remplacer les données manquantes dues à la non-réponse.

Estimation

L'estimation est un processus qui consiste à calculer une valeur approximative des paramètres de population inconnus en utilisant uniquement la partie de la population qui est incluse dans un échantillon. Des inférences sont ensuite faites au sujet des paramètres inconnus en utilisant les données d'échantillon et les renseignements connexes sur le plan de sondage.

Dans le cas de l'EMCG, de nouveaux processus d'estimation ont été mis en place au moyen du Système généralisé d'estimation (SGE) de Statistique Canada pour résoudre la question des unités influentes et appliquer des corrections spéciales durant le traitement des données. Diverses méthodes ont été établies pour estimer les ventes et les stocks des marchands en gros.

Pour les ventes des marchands en gros, la population est divisée en une partie observée (strates à tirage complet et à tirage partiel) et une partie non observée (strate à tirage nul). D'après l'échantillon tiré à partir de la partie observée, on calcule une estimation pour la population au moyen d'un estimateur d'Horvitz-Thompson où les réponses concernant les ventes sont pondérées par l'inverse des probabilités d'inclusion des unités échantillonnées. Ces poids (appelés poids d'échantillonnage) peuvent être interprétés comme étant le nombre de fois que chaque unité échantillonnée devrait être répétée pour représenter la population complète. Les valeurs pondérées des ventes ainsi calculées sont totalisées par domaine, pour produire une estimation du total des ventes pour chaque combinaison de groupe de commerce/région géographique. Un domaine est défini comme correspondant aux valeurs de classification les plus récentes disponibles dans le RE pour l'unité et la période de référence de l'enquête. Les domaines peuvent différer des strates d'échantillonnage originales, parce que les unités peuvent avoir changé de taille, de groupe de commerce ou d'emplacement. Les changements de classification sont reflétés immédiatement dans les estimations et ne sont pas cumulés au cours du temps. Pour la partie non observée de la population, on calcule un estimateur de type ratio au moyen de données auxiliaires. L'estimation du total des ventes des marchands en gros est égale à la somme des estimations produites pour les parties observée et non observée de la population.

Pour les stocks des marchands en gros, on se sert de l'échantillon sélectionné pour estimer les ventes pour calculer l'estimation au moyen d'un estimateur d'Horvitz-Thompson pour la partie observée de la population. Puis, on utilise un ratio fondé sur l'échantillon pour produire l'estimation pour la partie non observée et on obtient l'estimation du total des stocks en additionnant les estimations obtenues pour les parties observée et non observée.

Pour en savoir plus sur la méthode utilisée lors de la modélisation des ventes tirées de fichiers administratifs, veuillez consulter le document intitulé Enquête mensuelle sur le commerce de détail : Utilisation de données administratives sous la rubrique « Documentation » du BMDI.)

La variance est la mesure de précision utilisée dans le cas de l'EMCG pour évaluer la qualité de l'estimation des paramètres de population et pour obtenir des inférences valides. Pour la partie observée de la population, la variance est calculée directement à partir d'un échantillon aléatoire simple stratifié sans remise.

Les estimations d'échantillon peuvent différer de la valeur prévue des estimations. Cependant, puisque l'estimation est fondée sur un échantillon probabiliste, il est possible d'évaluer la variabilité de l'estimation d'échantillon par rapport à la valeur prévue. La variance d'une estimation est une mesure de la précision de l'estimation d'échantillon qui est définie comme étant la moyenne, sur tous les échantillons possibles, de l'écart quadratique de l'estimation par rapport à sa valeur prévue.

Désaisonnalisation et estimation de la tendance-cycle

Des révisions des données brutes doivent être effectuées pour corriger les erreurs non dues à l'échantillonnage qui sont décelées. Ceci comporte généralement le remplacement de données imputées par des données déclarées, la correction de données déclarées précédemment, et de procéder à des estimations pour les nouvelles entreprises créées dont on ne connaissait pas l'existence au moment des estimations originales.

Les données brutes sont révisées, sur une base mensuelle, pour le mois précédant immédiatement le mois de référence en cours qui fait l'objet de la publication. C'est donc dire que lorsque les données pour décembre sont publiées pour la première fois, on procédera aussi à des révisions, au besoin, à l'égard des données brutes pour novembre. En outre, des révisions sont aussi effectuées une fois par année, au moment de la première publication des données de février, pour tous les mois de l'année précédente. On vise ainsi à corriger tout problème important que l'on ait décelé et qui s'applique pour une période prolongée. La période de révision proprement dite dépend de la nature du problème décelé, mais elle ne dépasse rarement trois ans.

L'EMCG utilise la méthode X11ARMMI/2000¹ de désaisonnalisation. Cette technique consiste essentiellement, dans un premier temps, à extrapoler une année de données brutes avec des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées); et dans un deuxième temps, à désaisonnaliser la série brute prolongée par la méthode X-11.

Les séries temporelles socio-économiques comme celles de l'EMCG peuvent être décomposées en cinq composantes principales : la tendance-cycle, la saisonnalité, la composante de rotation des jours, l'effet de la fête de Pâques et la composante irrégulière.

La tendance représente l'évolution de long terme de la série, tandis que le cycle représente un mouvement lisse, quasi périodique, autour de la tendance qui met en évidence une succession de phases de croissance et de décroissance (ex. le cycle des affaires). Les deux composantes tendance et cycle sont estimées ensemble et la tendance-cycle reflète l'évolution fondamentale de la série. Les autres composantes traduisent des mouvements passagers à court terme.

La composante saisonnière représente des fluctuations infra-annuelles, mensuelles ou trimestrielles, qui se répètent plus ou moins régulièrement d'une année à l'autre. Les variations saisonnières sont le produit des effets directs et indirects des saisons climatiques, d'éléments de type institutionnel (attribuable aux conventions sociales ou aux règles administratives; ex. Noël) et d'éléments de type technologique.

La composante de rotation des jours provient du fait que l'importance relative des jours varie systématiquement à l'intérieur de la semaine et que le nombre de chacun des jours dans un mois donné, ou un trimestre donné, varie d'une année à l'autre. Cet effet est présent lorsque l'activité change en fonction du jour de la semaine. Par exemple, dimanche connaît typiquement moins d'activité que les autres jours, et le nombre de dimanches, lundis, etc., en juillet (disons) change d'année en année.

L'effet de la fête de Pâques est la variation due au déplacement d'une partie de l'activité d'avril vers mars quand Pâques tombe en mars plutôt qu'en avril.

Et enfin, la composante irrégulière regroupe toutes les autres fluctuations plus ou moins erratiques non prises en compte dans les composantes précédentes. Elle représente un résidu qui incorpore, entre autre, les erreurs de mesure sur la variable elle-même ainsi que des événements inhabituels (ex. grèves, sécheresse, inondations, ou d'autres variations inattendues dans les activités commerciales des répondants).

1. Pour de plus amples informations voir X11ARIMA version2000, une mise à jour de Méthode de désaisonnalisation X11ARIMA/88, Développé par Estelle Bee Dagum, Centre de recherche et d'analyse des séries chronologiques, Statistique Canada.

Ainsi, les composantes saisonnière et irrégulière, de rotation des jours et de l'effet de la fête de Pâques masquent la composante fondamentale de la série, qui est la tendance-cycle. La désaisonnalisation (correction des variations saisonnières) consiste à retirer les composantes saisonnières, de rotation des jours et de l'effet de la fête de Pâques de la série. Elle contribue donc à révéler la tendance-cycle. On doit cependant garder à l'esprit que la série désaisonnalisée comprend non seulement la tendance-cycle mais aussi la composante irrégulière (techniquement difficile à isoler pour les mois courants).

La méthode X-11, qui permet d'analyser des séries mensuelles et trimestrielles, repose sur un principe itératif d'estimation des différentes composantes, cette estimation étant faite à chaque étape grâce à des moyennes mobiles adéquates². Les moyennes mobiles utilisées pour estimer les principales composantes, la tendance et la saisonnalité, sont avant tout des outils de lissage conçus pour éliminer une composante indésirable de la série. Puisque les moyennes mobiles réagissent mal à la présence de valeurs atypiques, la méthode X-11 incorpore un outil de détection et de correction des points atypiques utilisé pour nettoyer la série préalablement à la désaisonnalisation.

Finalement, les composantes effet de jours ouvrables et effet de la fête de Pâques sont estimées par des modèles de régression linéaire, à partir de la composante irrégulière. Pour évaluer les différentes composantes de la série, en tenant compte de la présence éventuelle de points atypiques, X-11 va procéder de façon itérative : estimation des composantes, recherche des effets gênants dans la composante irrégulière, estimation des composantes sur une série corrigée, recherche des effets gênants dans la composante irrégulière etc.

Le commerce de gros forme un système de 29 séries : le grand total pour le Canada, les 15 totaux par groupe de commerce et les 13 totaux provinciaux et territoriaux. Pour les séries non désaisonnalisées, l'addition des 15 totaux par groupe de commerce produit le grand total (Canada) et est égal à l'addition des 13 totaux provinciaux et territoriaux, et ce, pour chaque mois.

Malheureusement, la désaisonnalisation enlève son additivité infra-annuelle à un système de séries; de faibles écarts, qui varient généralement entre -1 % et 1 %, sont observés entre la somme des groupes de commerce désaisonnalisés et la somme des provinces et territoires désaisonnalisés. Afin d'en restituer l'additivité, un procédé de réconciliation est appliqué aux séries désaisonnalisées du Commerce de gros. Le processus de réconciliation fonctionne comme suit :

1. Le grand total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de « façon indirecte » en faisant la somme des groupes de commerce désaisonnés séparément au préalable. Et
2. les totaux provinciaux et territoriaux désaisonnés sont ensuite réconciliés de telle sorte que l'addition de ceux-ci égale le grand total désaisonné au niveau du Canada dérivé préalablement. Le procédé est tel que :
 - (a) les composantes désaisonnées du système sont modifiées le moins possible en pourcentage,
 - (b) les composantes désaisonnées s'additionnent au grand total pour chaque mois et
 - (c) les valeurs mensuelles désaisonnées s'additionnent aux totaux annuels de la série non désaisonnée.

2. Ladiray, D. and Quenneville, B. (2001). *Seasonal Adjustment with the X-11 Method*. New York : Springer-Verlag, *Lecture Notes in Statistics* #158.

Ajustement des séries historiques

Les séries historiques de l'EMCG débutent en janvier 1993. Les données de janvier 1993 à mars 2004 ont été rétropolées basées sur des coefficients de conversion de l'EMCG sur la base CTI 80. Avant la première diffusion des résultats de l'EMCG remaniée pour le mois de référence avril 2004, des estimations ont été produites à partir de décembre 2003 pour établir une base de comparaison entre l'ancienne et la nouvelle enquête. Les séries rétropolées ont été ajustées au niveau des séries de l'enquête remaniée.

Dans un premier temps, les séries rétropolées ont été étalonnées à partir de janvier 1993. Pour ce faire, des ratios individuels des séries provenant de la nouvelle enquête ont été calculés. Ces ratios ont été ensuite appliqués aux séries rétropolées.

Cet étalonnage enlève son additivité au système de séries parce que les séries sont étalonnées individuellement. Par exemple, ce processus entraîne des écarts entre la somme des groupes de commerce et la somme des provinces et territoires. Afin de restituer l'additivité, un procédé de réconciliation est appliqué aux séries étalonnées.

Évaluation de la qualité des données

La méthodologie de l'enquête a pour objectif de contrôler les erreurs et de réduire leurs effets éventuels sur les estimations. Les résultats de l'enquête peuvent néanmoins contenir des erreurs dont l'erreur d'échantillonnage n'est que l'une des composantes. L'erreur d'échantillonnage survient lorsque les observations sont faites uniquement sur un échantillon et non sur l'ensemble de la population. Toutes les autres erreurs commises aux diverses phases de l'enquête sont appelées erreurs non dues à l'échantillonnage. Des erreurs de ce type peuvent survenir, par exemple, quand un répondant fournit des renseignements incorrects ou qu'il ne répond pas à certaines questions, quand une unité hors du champ de l'enquête y est incluse erronément ou que des erreurs sont commises lors du traitement des données, comme des erreurs de codage ou de saisie. Bien que l'effet des erreurs non dues à l'échantillonnage soit difficile à évaluer, certaines mesures, comme les taux de réponse et d'imputation, peuvent donner une idée du niveau éventuel de ce type d'erreur.

Avant la publication, on analyse les résultats combinés de l'enquête afin d'en évaluer la comparabilité; il s'agit généralement d'un examen détaillé des réponses individuelles (particulièrement celles des grandes entreprises), de la conjoncture économique générale et des tendances historiques.

Une mesure habituelle de la qualité des données des enquêtes est le coefficient de variation (CV). Le coefficient de variation, défini comme étant l'erreur-type divisée par l'estimation d'échantillon, est une mesure de la précision relative. Puisque le coefficient de variation est calculé d'après les réponses des unités individuelles, il mesure aussi certaines erreurs non dues à l'échantillonnage.

La formule utilisée pour calculer le coefficient de variation (CV) en pourcentage est :

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X} * 100\%$$

où X représente l'estimation et S(X) représente l'erreur type de X.

On peut construire les intervalles de confiance autour des estimations en utilisant l'estimation et le CV. Donc, pour notre échantillon, il est possible de déclarer avec un niveau donné de confiance que la valeur prévue sera comprise dans l'intervalle de confiance construit autour de l'estimation. Par exemple, si une estimation de 12 millions de dollars à un CV de 2 %, l'erreur-type sera de 240 000 \$ (l'estimation multipliée par le CV). On peut déclarer avec 68 % de confiance que les valeurs prévues seront comprises dans l'intervalle dont la longueur est égale à un écart-type de part et d'autre de l'estimation, c'est-à-dire entre 11 760 000 \$ et 12 240 000 \$. Ou bien, nous pouvons déclarer avec 95 % de confiance que la valeur prévue sera comprise dans l'intervalle dont la longueur est égale à deux écart-type de part et d'autre de l'estimation, c'est-à-dire entre 11 520 000 \$ et 12 480 000 \$.

Enfin, étant donné la faible contribution de la partie non observée de la population aux estimations totales, le biais dans la partie non observée a un effet négligeable sur les CV. Par conséquent, on utilise le CV provenant de la partie observée pour l'estimation totale qui est égale à la somme des estimations pour les parties observée et non observée de la population.

Contrôle de la divulgation

La loi interdit à Statistique Canada de rendre publique toute donnée susceptible de révéler l'information recueillie en vertu de la Loi sur la statistique et se rapportant à toute personne, entreprise ou organisation reconnaissable, sans que cette personne, entreprise ou organisation le sache ou y consente par écrit. Diverses règles de confidentialité s'appliquent à toutes les données diffusées ou publiées afin d'empêcher la publication ou la divulgation de toute information jugée confidentielle. Au besoin, des données sont supprimées pour empêcher la divulgation directe ou par recoupement de données reconnaissables.

L'analyse de la confidentialité des données inclut la détection de la « divulgation directe » éventuelle, qui survient lorsque la valeur figurant dans une cellule d'un tableau ne correspond qu'à quelques répondants ou que la cellule est dominée par un petit nombre d'entreprises.

Comparabilité des données

En juin 2004, on a diffusé les estimations fondées sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) de 2002. Cette diffusion a eu lieu après une production en parallèle de quatre mois durant lesquels les estimations ont été calculées à la fois d'après le SCIAN et d'après la Classification type des industries de 1980 en vue d'effectuer des analyses internes. Le changement de classification et le nouvel échantillon ont causé une variation du niveau des estimations. Pour éviter une rupture dans les séries, les estimations concernant le commerce de gros ont été rajustées au niveau du groupe de commerce selon la province ou le territoire en remontant jusqu'à janvier 1993.

La comparaison des totaux mensuels annualisés calculés d'après les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros aux estimations calculées d'après les données de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros devrait se faire avec prudence. Certains écarts pourraient être causés par des différences d'échantillonnage, des différences conceptuelles et de couverture (comme l'inclusion des grossistes-distributeurs de graines oléagineuses et de céréales, et de pétrole, ainsi que des agents et courtiers en gros dans les estimations d'après l'Enquête annuelle sur le commerce de gros et leur exclusion des estimations d'après l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros), le moment où ont lieu les révisions dans les deux processus d'enquête, la période de déclaration couverte (année financière ou civile), des différences de taux de réponse entre les deux enquêtes et la façon dont les revenus sont déclarés.

Chaque année, des efforts sont faits en vue d'évaluer les différences et de corriger les divergences connues dans les données. Cependant, on ne procède pas à l'étalonnage des deux enquêtes.

Appendice I

Agrégation spéciale : Commerce de gros

D'après le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2002

M Produits agricoles¹

010 Produits agricoles

- 41111 Grossistes-distributeurs d'animaux vivants
- 41112 Grossistes-distributeurs de graines oléagineuses et de céréales (Hors champs pour l'enquête mensuelle)
- 41113 Grossistes-distributeurs de produits et plantes de pépinières
- 41119 Grossistes-distributeurs d'autres produits agricoles

N Produits pétroliers

020 Produits pétroliers (Hors champs pour l'enquête mensuelle)

- 41211 Grossistes-distributeurs de produits pétroliers

O Produits alimentaires, tabac et alcool

030 Produits alimentaires

- 41311 Grossistes-distributeurs de produits alimentaires généraux
- 41312 Grossistes-distributeurs de produits laitiers
- 41313 Grossistes-distributeurs de volailles et d'oeuf
- 41314 Grossistes-distributeurs de poissons et de fruits de mer
- 41315 Grossistes-distributeurs de fruits et légumes frais
- 41316 Grossistes-distributeurs de viandes rouges et de produits de viande
- 41319 Grossistes-distributeurs d'autres produits alimentaires spéciaux
- 41321 Grossistes-distributeurs de boissons non alcoolisées

040 Alcool et tabac

- 41322 Grossistes-distributeurs de boissons alcoolisées
- 41331 Grossistes-distributeurs de cigarettes et de produits du tabac

P Articles personnels et ménagers

050 Habillement

- 41411 Grossistes-distributeurs de vêtements et d'accessoires vestimentaires
- 41412 Grossistes-distributeurs de chaussures
- 41413 Grossistes-distributeurs de tissus à la pièce et d'articles de mercerie

060 Articles ménagers et personnels

- 41421 Grossistes-distributeurs de matériel de divertissement au foyer
- 41422 Grossistes-distributeurs d'appareils ménagers

1. Aussi publié sans le SCIAN 411120 Grossistes-distributeurs de graines oléagineuses et de céréales sous le titre : Secteur groupe de commerce « Aa » Produits agricoles (excluant : Grossistes-distributeurs de graines oléagineuses et de céréales), comprenant le Groupe de commerce 11 Produits agricoles (excluant : Grossistes-distributeurs de graines oléagineuses et de céréales).

41431	Grossistes-distributeurs de porcelaine, verrerie, faïence et poterie
41432	Grossistes-distributeurs de revêtements de sol
41433	Grossistes-distributeurs de linge de maison, de tentures et d'autres textiles domestiques
41439	Grossistes-distributeurs d'autres accessoires de maison
41441	Grossistes-distributeurs de bijoux et de montres
41442	Grossistes-distributeurs de livres, de périodiques et de journaux
41443	Grossistes-distributeurs de matériel et fournitures photographiques
41444	Grossistes en enregistrements sonores
41445	Grossistes en vidéocassettes
41446	Grossistes-distributeurs de jouets et d'articles de passe-temps
41447	Grossistes-distributeurs d'articles de divertissement et de sport
41452	Grossistes-distributeurs d'articles de toilette, de cosmétiques et d'autres produits

070 Produits pharmaceutiques

41451	Grossistes-distributeurs de produits et fournitures pharmaceutiques
-------	---------------------------------------------------------------------

Q Produits automobiles**080 Véhicules automobiles**

41511	Grossistes-distributeurs d'automobiles et camions légers neufs et d'occasion
41512	Grossistes-distributeurs de camions, de tracteurs routiers et d'autobus
41519	Grossistes-distributeurs de véhicules de plaisance et d'autres véhicules automobiles

090 Pièces et accessoires de véhicules automobiles

41521	Grossistes-distributeurs de pneus
41529	Grossistes-distributeurs d'autres pièces et d'accessoires neufs pour véhicules automobiles
41531	Grossistes-distributeurs de pièces et d'accessoires d'occasion pour véhicules automobiles

R Matériaux de construction**100 Matériaux de construction**

41611	Grossistes-distributeurs de fils et de fournitures électriques de construction
41612	Grossistes-distributeurs de matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation
41631	Grossistes-distributeurs de fournitures générales de construction
41633	Grossistes-distributeurs d'articles de quincaillerie
41634	Grossistes-distributeurs de peintures, de vitres et de papier peint
41639	Grossistes-distributeurs d'autres fournitures spéciales de construction

110 Produits métalliques

41621	Grossistes-distributeurs de métaux et de produits métalliques
-------	---------------------------------------------------------------

120 Bois d'oeuvre et menuiseries

41632	Grossistes-distributeurs de bois d'oeuvre, de contreplaqués et de menuiseries préfabriquées
-------	---------------------------------------------------------------------------------------------

S Machines et fournitures électroniques**130 Machines et fournitures**

41711	Grossistes-distributeurs de machines et matériel pour l'agriculture, l'entretien des pelouses et le jardinage
41721	Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures pour la construction et la foresterie
41722	Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures pour l'extraction minière et l'exploitation pétrolière et gazière

- 41723 Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures industriels
- 41799 Grossistes-distributeurs de tous les autres machines, matériel et fournitures

140 Ordinateurs et autres appareils électroniques

- 41731 Grossistes-distributeurs d'ordinateurs, de périphériques et de logiciels de série
- 41732 Grossistes-distributeurs de composants électroniques, matériel et fournitures de navigation et de communication

150 Machines de bureau et d'usage professionnel

- 41791 Grossistes-distributeurs de machines et matériel de bureau et de magasin
- 41792 Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures d'établissement de services
- 41793 Grossistes-distributeurs de machines, matériel et fournitures d'usage professionnel

T Produits divers

160 Produits divers

- 41811 Grossistes-distributeurs de métaux recyclables
- 41812 Grossistes-distributeurs de papier et carton recyclables
- 41819 Grossistes-distributeurs d'autres matières recyclables
- 41821 Grossistes-distributeurs de papeterie et de fournitures de bureau
- 41822 Grossistes-distributeurs d'autres papiers et de produits en plastique jetables
- 41831 Grossistes-distributeurs d'aliments pour animaux d'élevage
- 41832 Grossistes-distributeurs de semences
- 41839 Grossistes-distributeurs de produits chimiques et autres fournitures agricoles
- 41841 Grossistes-distributeurs de produits chimiques et de produits analogues, sauf les produits chimiques agricoles
- 41891 Grossistes-distributeurs de billes et de copeaux de bois
- 41892 Grossistes-distributeurs de minéraux, de minerais et de métaux précieux
- 41893 Grossistes-distributeurs de marchandises d'occasion, sauf les machines et les produits automobiles
- 41899 Tous les autres grossistes-distributeurs

U Agents et courtiers (Hors champs pour l'enquête mensuelle)

170 Agents et courtiers

- 41911 Agents et courtiers - produits agricoles
- 41912 Agents et courtiers - produits pétroliers
- 41913 Agents et courtiers - produits alimentaires, boissons et tabac
- 41914 Agents et courtiers - articles personnels et ménagers
- 41915 Agents et courtiers - véhicules automobiles et pièces
- 41916 Agents et courtiers - matériaux et fournitures de construction
- 41917 Agents et courtiers - machines, matériel et fournitures
- 41919 Autres agents et courtiers du commerce de gros