



Wholesaling and Retailing in Canada,

1995



Les commerces de gros et de détail au Canada,

1995



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Wholesale Trade Section or Retail Trade Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-0062) or (613) 951-5707 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided **for all users who reside outside the local dialling area** of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-236-XPB, is published annually as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$47.00 per issue and \$47.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$47.00 per issue and US \$47.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at **(613) 951-7277** or **1 800 770-1033**; by fax, at **(613) 951-1584** or **1 800 889-9734**; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-236-XIB for CDN \$35.00 per issue or CDN \$35.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique 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 : Section du commerce de gros ou la Section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-0062) ou (613) 951-5707 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-236-XPB au catalogue paraît annuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 47,00 \$ et un abonnement d'un an coûte 47,00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 47,00 \$US et un abonnement d'un an coûte 47,00 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le **(613) 951-7277** ou le **1 800 770-1033**; par télécopieur, en composant le **(613) 951-1584** ou le **1 800 889-9734**; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet (n° 63-236-XIB au catalogue). Un numéro coûte 35.00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 35.00 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Wholesale Trade Section
Retail Trade Section

Wholesaling and Retailing in Canada

1995

Statistique Canada
Division des statistiques du commerce
Section du commerce de gros
Section du commerce de détail

Les commerces de gros et de détail au Canada

1995

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1998

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

August 1998

Catalogue no. 63-236-XPB

ISSN 1201-0588

Frequency: Annual

Catalogue no. 63-236-XIB

ISSN 1209-1154

Ottawa

Note of appreciation

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

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1998

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

Août 1998

N° 63-236-XPB au catalogue

ISSN 1201-0588

Périodicité : annuelle

N° 63-236-XIB au catalogue

ISSN 1209-1154

Ottawa

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not publishable or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Division
- **J. Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences – Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 – 1984.

Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

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

NOTA

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, Division des statistiques du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division des statistiques du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce
- **J. Smith**, chef, section du commerce de gros, Division des statistiques du commerce.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences" – "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 – 1984.

Table of Contents**Table des matières**

	Page		Page
Highlights	7	Faits saillants	7
Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey	9	Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail	9
For Further Reading	11	Lectures suggérées	11
Annual Review - Wholesale Trade	13	Revue annuelle - Commerce de gros	13
Annual Review - Retail Trade	19	Revue annuelle - Commerce de détail	19
Table		Tableau	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995	27	1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1985-1995	27
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995	27	1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1985-1995	27
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995	28	2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995	28
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995	28	2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995	28
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1995	29	3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1995	29
3.2 Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1995	30	3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1995	30
3.3 Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, 1995	31	3.3 Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, 1995	31
3.4 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1995	32	3.4 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1995	32
3.5 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1995	33	3.5 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1995	33
3.6 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1995	34	3.6 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1995	34

Table of Contents - Continued

3.7 Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1995	35
3.8 Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1995	36
3.9 Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995	37
3.10 Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995	38
3.11 Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1995	39
3.12 Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1995	40
3.13 Wholesale Trade - Grains, Canada, 1995	41
3.14 Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1995	42
4.1 Retail Trade - All Groups, Canada, 1995	43
4.2 Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1995	44
4.3 Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1995	45
4.4 Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1995	46
4.5 Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1995	47
4.6 Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1995	48
4.7 Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1995	49
4.8 Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1995	50
4.9 Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1995	51

Table des matières - suite

3.7 Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1995	35
3.8 Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1995	36
3.9 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1995	37
3.10 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1995	38
3.11 Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1995	39
3.12 Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1995	40
3.13 Commerce de gros - Céréales, Canada, 1995	41
3.14 Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1995	42
4.1 Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1995	43
4.2 Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1995	44
4.3 Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1995	45
4.4 Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1995	46
4.5 Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1995	47
4.6 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1995	48
4.7 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1995	49
4.8 Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1995	50
4.9 Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1995	51

Table of Contents - Continued**Table des matières - suite**

4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1995	52	4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1995	52
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1995	53	4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1995	53
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1995	54	4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1995	54
4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1995	55	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1995	55
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1995	56	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1995	56
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1995	57	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1995	57
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1995	58	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1995	58
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1995	59	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1995	59
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995	60	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995	60
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995	60	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995	60
6.1 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995	61	6.1 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995	61
6.2 Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995	64	6.2 Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995	64
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1995	67	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1995	67
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1995	68	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1995	68

Table of Contents - Concluded		Table des matières - fin	
9.0 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1989-1995	69	9.2 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1989-1995	69
Methodology	71	Méthodologie	71
Data Quality	75	Qualité des données	75
Supplementary Table		Tableau supplémentaire	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1995	79	1.1 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1995	79
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1995	79	1.2 Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoire, 1995	79
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1995	80	2.1 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1995	80
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1995	80	2.2 Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1995	80
Special Requests	81	Demandes spéciales	81
Glossary	83	Glossaire	83
Appendix I - Questionnaire	87	Appendice I - Questionnaire	87
Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1995	91	Appendice II - Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1995	91
Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1995	93	Appendice III - Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1995	93

Highlights

Retailers' and Wholesalers' activities continued to improve during 1995, at the rate of 4.1% and 8.7% respectively, despite weak domestic markets. Retail revenues rose to \$217.4 billion while Wholesale revenues, spurred by the exporting sectors, advanced to \$307.0 billion.

The Retail Trade sector accounted for 46.6% of total consumer expenditures in Canada during 1995 (Table 1.2 page 25), continuing the trend of slight but steady annual increases since 1992. The contribution to Gross Domestic Product by the Wholesale Trade sector has increased while the Retail Trade sector has remained steady since 1992.

Employment in the Retail Trade sector increased 2.6% to 1,444,087 in 1995, while the number of persons employed in the Wholesale Trade sector rose by 5.9% to 647,410.

The Other Products and Petroleum sectors led wholesaling activity with year over year revenue gains of 17.6% and 15.2% respectively. The Automotive sector continued to drive growth in Retail Trade, accounting for 36.1% of all retail revenue, with the Clothing sector posting the highest rate of change of 8.5%. Wholesaling of Lumber and Building Materials posted the only revenue decline of 1.1% in 1995, while all retail sectors increased, with the Food sector generating the lowest gain of 0.1%.

Regionally, Western Canada was the most prosperous for retailers with 6.4% growth in revenue, with rates declining rapidly eastward across the country to 2.9% in Atlantic Canada. Wholesalers in the Prairie Provinces enjoyed the highest increases amongst the regions (13.8%), well above the Canadian rate of 8.7%.

The sluggish domestic economy pressured overall Retail sector gross margins down 0.5% from 27.3% in 1994, to 26.9% in 1995, despite continued gross margin increases in the Automotive and Clothing sectors. Similarly, the gross margins amongst wholesalers declined slightly from the 1994 level of 21.2% to 21.0% in 1995. Retail profit margins were also suppressed by 0.5% to 4.5% nationally, with only Department Stores experiencing a net loss from

Faits saillants

En dépit de la faiblesse des marchés intérieurs, l'activité des détaillants et des grossistes a continué de s'améliorer en 1995 (gains de 4.1% et de 8.7%, respectivement). Les recettes des détaillants ont atteint \$217.4 milliards tandis que celles des grossistes, stimulées par les secteurs à vocation exportatrice, se sont chiffrées à \$307.0 milliards.

En 1995, le secteur du commerce de détail a représenté 46.6% des dépenses totales des consommateurs au Canada (tableau 1.2, page 25); le mouvement de hausses annuelles légères mais constantes amorcé en 1992 s'est donc maintenu. La contribution du secteur du commerce de gros au produit intérieur brut a augmenté tandis que celle du secteur du commerce de détail est demeurée stable depuis 1992.

L'emploi dans le secteur du commerce de détail a crû de 2.6% en 1995, pour atteindre 1,444,087; dans le secteur du commerce de gros, le nombre de personnes occupant un emploi a augmenté de 5.9%, passant à 647,410.

Chez les grossistes, les secteurs des produits divers et du pétrole ont mené le bal, enregistrant des gains annuels respectifs de 17.6% et de 15.2% au chapitre des recettes. Du côté des détaillants, c'est le secteur de l'automobile qui a donné le ton (36.1% de l'ensemble des recettes des détaillants); le taux de variation le plus élevé (8.5%) a été enregistré par le secteur des vêtements. En 1995, les grossistes de bois et de matériaux de construction sont les seuls dans le secteur du commerce de gros à avoir été témoins d'une baisse de leurs recettes (-1.1%). Dans le secteur du commerce de détail, tous les groupes de commerce ont déclaré une régression, le gain le plus modeste (0.1%) ayant été enregistré par les industries des aliments.

L'Ouest canadien a été la région la plus prospère pour les détaillants, la croissance des recettes atteignant 6.4%. Les taux de croissance ont diminué rapidement en allant vers l'est du pays; dans la région de l'Atlantique, le taux n'était plus que 2.9%. Les grossistes de la région des Prairies sont ceux qui ont affiché la plus forte croissance parmi les régions avec un taux de 13.8%, résultat nettement supérieur à la moyenne canadienne (8.7%).

La langueur de l'économie nationale a fait baisser de 0.5% la marge brute dans le secteur du commerce de détail, qui est passée de 27.3% en 1994 à 26.9% en 1995, et ce en dépit d'une amélioration constante des marges brutes dans les secteurs de l'automobile et des vêtements. De même, la marge brute des grossistes a légèrement diminué entre 1994 et 1995, passant de 21.2% à 21.0%. La marge de profit nette des détaillants a également diminué (-0.5%) à l'échelle nationale, pour d'établir à

operations of 0.19 of a percentage point. A similar story unfolded amongst wholesalers whose profit margins declined from 5.5% in 1994 to 5.0% in 1995, with wholesalers of Lumber and Building Materials reporting the only loss (-0.5%).

4.5%, alors que seuls les grands magasins ont subi une perte d'exploitation nette (-0.19 point). Le scénario a été le même chez les grossistes, dont la marge de profit était de 5.5% en 1994, s'élevait à 5.0% en 1995. Les grossistes de bois et de matériaux de construction ont été les seuls à signaler une perte d'exploitation (-0.5%).

Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

Introduction

This is the third edition of *Wholesaling and Retailing in Canada*. This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* and *Annual Retail Trade*. Its objective is to present information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

The New Survey

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of wholesalers and independent retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

This is the third year for which estimates based on the new methodology are published. The previous annual publications under the old methodology compiled estimates from both survey and administrative data. Survey data came from the Annual Wholesale Trade Survey (AWTS), covering all known wholesale merchants; the ARC for chain and department store organizations; and the Annual Retail Trade Survey (ARTS), covering all known independent retailers not covered by the ARC. Wholesale and retail operations under a certain revenue threshold were excluded from the survey. Administrative data came from income tax returns for corporations and unincorporated businesses.

Comparability

Changes in concepts and methodology and revisions of data made by respondent may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWTS. The use of a sample-based survey also marks a break in the series from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the

Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

Introduction

Ceci est la troisième édition de *Les commerces de gros et de détail au Canada*. Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros et Commerce de détail annuel*. Son objectif est de présenter des données sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

La nouvelle enquête

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

C'est la troisième année que les estimations sont publiées selon la nouvelle méthodologie. Les publications annuelles précédentes, réalisées selon l'ancienne méthodologie, renfermaient des estimations produites à partir de données d'enquête et de données administratives. Les données d'enquête provenaient de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros (EACG), qui couvrait tous les grossistes connus; l'EAMS pour les organisations de magasins à succursales et de grands magasins; et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail (EACD), qui couvrait tous les détaillants indépendants connus qui n'étaient pas couverts par l'EAMS. Les exploitations de gros et de détail dont les revenus étaient inférieurs à un seuil déterminé étaient exclues de l'enquête. Les données administratives provenaient de déclarations d'impôt sur le revenu de sociétés et d'entreprises non constituées.

Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimations préliminaires qui sont révisées à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de

collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by about 1%.

The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

Revisions

1994 AWRTS data were not revised.

l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail d'environ 1%.

Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute. La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.

Révisions

Les données de 1994 de l'EACGD n'ont pas été révisées.

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

LECTURES SUGGÉRÉESChoisies parmi les publications de
Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual.	63-002-XPB	Ventes et stocks des grands magasins, mensuel, bilingue.
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	63-005-XPB	Commerce de détail, mensuel, bilingue.
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual.	63-008-XPB	Commerce de gros, mensuel, bilingue.
Retail Chain and Department stores, Annual, Bilingual.	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.
Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.	63-218-XPB	La vente directe au Canada, annuel, bilingue
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	63-541-XPB	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.
Interprovincial Wholesale Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	63-542-XPB	Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros, hors série, bilingue.

To order a publication, you may telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1-800-267-6677 (Canada and United States) toll free. If you order by telephone, written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue no. 11-204-XPE, price Canada: \$15.00, United States: US\$18.00, and Other Countries: US\$21.00.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet: order@statcan.ca. Vous pouvez aussi appeler sans frais (Canada et États-Unis) au 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204-XPF au catalogue, prix Canada: 15 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Annual review - Wholesale Trade

Year 1995

Overall the total operating revenue posted by Canadian wholesalers during 1995 amounted to \$307.0 billion, an advance of 8.7% over that of 1994. This rate was considerably lower than the 11.2% increase during 1994. In terms of dollar value, 60% of the increase was concentrated within three trade groups of which Other Products accounted for the largest share (\$6.7 billion), followed by Petroleum Products (\$5.0 billion) and thirdly Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies (\$3.0 billion).

The year 1995 was characterized by a general economic slowdown. Demand for Canadian products was lower, the value of the Canadian dollar was higher, interest rates were rising, and the domestic market was sluggish while the U.S. economy was slowing down.

Weak spending by Canadian households, owing to their limited incomes and high level of indebtedness, slowed the sales directed to the Canadian consumers. Even though wholesalers' growth was weaker in 1995, foreign markets continued to be more favourable to wholesalers than the domestic market. Wholesalers are currently responsible for about 13% of our exports. The growth in exports, though slowing, combined with recent price increases helped push revenue up for those export driven industries.

As economic activity slowed in 1995, businesses tried to adapt mostly by reducing their costs. In Canada, this translated into restructuring and downsizing in businesses across all sectors. These important elements partly contributed in 1995 to some of the large fluctuations that were observed in various sectors.

Review by trade group

Wholesalers of Other Products, which accounted for the largest dollar increase in 1995, reported a 17.6% jump in sales over 1994. Pulp and paper, fertilizers and potash are some of the commodities found within this trade group for which sales were heavily influenced by foreign demand. Also, prices of a number of commodities included in this trade group, especially paper and paper products, newsprint and pulp, rose steadily during 1995, therefore contributing to the increase in revenue reported by these companies.

Revue annuelle - Commerce de gros

Année 1995

En 1995, les recettes totales d'exploitation des grossistes canadiens se sont chiffrées à \$307.0 milliards, soit une hausse de 8.7% par rapport à 1994. Ce taux est nettement inférieur à la progression enregistrée en 1994 (11.2%). En termes de valeur monétaire, trois groupes de commerce ont représenté 60% de l'augmentation, la part du lion allant au groupe des produits divers (\$6.7 milliards), suivi de celui des produits du pétrole (\$5.0 milliards) et de celui des machines, du matériel et des fournitures industriels et autres (\$3.0 milliards).

L'année 1995 a été caractérisée par un ralentissement économique général. La demande de produits canadiens a diminué, le dollar s'est apprécié, les taux d'intérêt se sont raffermis et le marché national a stagné alors que l'économie américaine a connu une baisse de régime.

Le faible niveau de dépenses des ménages canadiens, attribuable à leur revenu limité et à leur haut niveau d'endettement, a ralenti les ventes d'articles de consommation au Canada. Bien que les grossistes aient affiché une plus faible croissance en 1995, les marchés étrangers ont continué de leur être plus favorables que le marché intérieur. Le secteur du commerce de gros représente actuellement environ 13% de nos exportations. L'accroissement des exportations, quoique beaucoup plus lent, ainsi que les hausses de prix ont contribué à améliorer les ventes des secteurs axés sur l'exportation.

En 1995, les entreprises ont tenté de s'adapter au ralentissement économique surtout en réduisant leurs coûts. Au Canada, ce mouvement s'est traduit par des restructurations et des réductions d'effectifs dans tous les secteurs. Ces éléments importants expliquent en partie certaines des énormes fluctuations qui ont été observées dans divers secteurs en 1995.

Revue par groupe de commerce

Les grossistes du groupe «Divers», qui ont affiché la plus forte augmentation en termes de valeur monétaire en 1995, ont signalé une hausse de 17.6% de leurs ventes par rapport à 1994. Les pâtes et papiers, les engrais et la potasse comptent parmi les produits de ce groupe de commerce pour lesquels la demande étrangère a fortement influé sur les ventes. En outre, les prix d'un certain nombre de produits compris dans ce groupe de commerce, particulièrement le papier et les produits du papier, le papier journal et la pâte à papier, se sont constamment raffermis au cours de 1995, ce qui a contribué à la hausse des recettes d'exploitation des entreprises qui produisent ces biens.

Wholesalers of Beverage, Drug and Tobacco recorded a 14.6% increase in sales in 1995. A large part of the increase can be attributed to some classification changes and updates, which occurred between 1994 and 1995.

Sales by wholesalers of Petroleum posted strong growth in 1995, recording a jump of 15.2% over 1994. Amalgamations of operations along with classification changes were responsible for a large proportion of the increase within this group. Also in 1995, the growth in this group was partly attributable to a pick-up in energy prices in western Canada.

Wholesalers of Grain have posted strong sales for a second year in a row. Their 1995 sales increased 13.9% which follows a 21.3% increase in 1994. Within this trade group, sales were heavily influenced by foreign demand as exports accounted for more than 60% of all grain sales.

After leading the pack in recent years, wholesalers of Industrial Machinery, Equipment and Supplies reported a rise in revenue during 1995 of 8.6%, a much lower rise than the previously reported increase of 15.9% in 1994. This marked slowdown in sales throughout 1995, combined with decreases in manufacturers' machinery and equipment shipments seem to suggest that the bulk of the investment in equipment for retooling in the Canadian industrial sector is completed. On the other hand, wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery continued to report strong sales in 1995. This may suggest that businesses were still seeking further productivity gains by increasing their investment in new technologies and therefore contributing to the rise in computer sales and other related high-tech commodities. For example, the arrival in Canada of a number of discount, specialty and warehouse format stores since the early 1990's triggered an increase use of new information technologies as redesigned distribution activities or new "logistics" practices were being introduced across the country.

Wholesalers of Metals, Hardware and Plumbing and Heating Equipment and Supplies recorded a 2.2% increase in 1995. The rise in sales was largely attributable to the metals component, for which demand in 1995 remained good while prices moved upward.

Wholesalers of Motor Vehicles, Parts and Accessories reported a 6.3% gain in 1995 compared to a 14.4% increase in 1994. Much of the Canadian production of motor vehicles is exported to the U.S., so despite a marked slowdown of Canadian consumer spending in 1995, wholesaling of motor vehicles remained relatively healthy, benefitting from a more active American economy.

Les grossistes de boissons, de médicaments et de tabac ont vu leurs ventes faire un bond de 14.6% en 1995. Cette hausse est attribuable en grande partie à des changements de classification et à des mises à jour qui ont été effectués entre 1994 et 1995.

En 1995, les grossistes de pétrole ont connu une forte croissance, leurs ventes progressant de 15.2% par rapport à 1994. La hausse enregistrée par ce groupe découle en grande partie des fusions d'entreprises et des changements de classification. Le raffermissement des prix dans le secteur de l'énergie dans l'Ouest canadien est un deuxième facteur qui explique la croissance de ce groupe de commerce en 1995.

Les grossistes de grain ont été témoins d'une activité vigoureuse pour une deuxième année de suite, enregistrant un gain de 13.9% dans la foulée de l'avance de 21.3% signalée en 1994. La demande étrangère a fortement influé sur les ventes de ce groupe de commerce, dont les exportations ont représenté plus de 60% des recettes d'exploitation.

En 1995, les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels, qui étaient en tête du peloton depuis quelques années, ont signalé une augmentation de leurs recettes (8.6%) nettement inférieure à celle observée en 1994 (15.9%). Ce recul marqué des ventes tout au cours de 1995 ainsi que la diminution des livraisons de machines et de matériel par les fabricants semblent indiquer que la majeure partie des investissements consacrés à l'achat de matériel servant au réoutillage dans le secteur industriel au Canada ont été faits. Par ailleurs, les grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'équipements électroniques connexes ont signalé à nouveau de fortes ventes en 1995. Cette situation est peut-être une indication que les entreprises cherchaient encore à accroître leur productivité en investissant davantage dans les nouvelles technologies et pourrait expliquer la hausse des ventes d'ordinateurs et de produits connexes de haute technologie. Par exemple, l'implantation au Canada d'un certain nombre de magasins de rabais, spécialisés ou de type entrepôt depuis le début des années 90 s'est soldée par une utilisation accrue des nouvelles technologies de l'information au fur et à mesure que des activités de distribution restructurées ou une nouvelle logistique étaient mises en place à l'échelle du pays.

Les grossistes de métaux, d'articles de quincaillerie et de matériaux de plomberie et de chauffage ont enregistré une hausse de 2.2% de leurs ventes en 1995. Cette progression est attribuable en grande partie à l'élément métaux, pour lequel la demande est demeurée bonne malgré les hausses de prix.

Les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires ont affiché un gain de 6.3% en 1995 comparativement à une hausse de 14.4% en 1994. Comme une grande partie de la production canadienne de véhicules automobiles est exportée aux États-Unis, l'économie américaine, caractérisée par une plus forte activité, a permis aux ventes en gros de véhicules automobiles de demeurer relativement vigoureuses en 1995 malgré la baisse marquée des dépenses des consommateurs canadiens.

Sales by wholesalers of Household Goods and wholesalers of Lumber and Building Materials posted only small changes from 1994 to 1995, up 2.8% and down 1.1% respectively. As interest rates were rising in 1995, Canadian consumers restrained their spending on housing items due to job insecurity and even cutbacks in many instances.

Wholesalers of Food Products reported a small gain in 1995, increasing 1.8%. In the first part of the year, short supplies due to weather damage of U.S. crops and higher producer prices were main factors which affected sales levels.

Wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies posted a much lower rise in 1995, up 6.8% from 1994. Again, lower industrial investment spending may explain part of the weaker rise.

Sales by wholesalers to household consumers

The wholesaling industry in Canada is in constant transformation. In addition to services such as supply management, provision of information on new technologies, and product grading, wholesalers have expanded their customer base to include selling to household consumers. Increased competition has pushed wholesalers to diversify in order to remain competitive.

In 1995, sales made directly to households by wholesalers totalled \$12.6 billion. This represents 4.1% of total sales by wholesalers. Just under 40% of sales made to households by wholesalers came from building materials (32.3%) and computers and packaged software (7.5%).

Traditionally, sales in these two sectors were destined to non-household consumers. However, since the arrival of personal computers and warehouse-type building supplies stores, sales to households have been increasing. In 1995, 18.6% of sales by wholesalers of Building and Lumber Materials were made to households, up from 16.4% in 1994. Similarly, wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery saw their percentage of sales to households increase from 2.7% in 1994 to 4.6% in 1995.

Provincial review

Industrial activity differs significantly from one part of Canada to another, influenced by such factors as climate, population, proximity to markets, access to source of supply, transportation links, etc.

Les ventes des grossistes d'articles ménagers ainsi que de bois et de matériaux de construction n'ont guère varié par rapport à 1994 (hausse de 2.8% et baisse de 1.8%, respectivement). En 1995, dans un contexte de hausse des taux d'intérêt, les consommateurs canadiens ont restreint leurs achats d'articles ménagers en raison de leur insécurité sur le plan de l'emploi ou même, dans de nombreux cas, de la suppression de leur poste.

Les grossistes de produits alimentaires ont signalé un faible gain en 1995 (1.8%). Au cours du premier semestre, les pénuries engendrées par les dommages infligés par dame nature aux récoltes aux États-Unis et le relèvement des prix à la production ont été les principaux facteurs qui ont influé sur les ventes.

En 1995, les grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles ont observé une hausse beaucoup moins élevée (6.8%) qu'en 1994. Encore une fois, la réduction des investissements dans le secteur industriel explique peut-être en partie cette faible hausse.

Ventes des grossistes aux ménages

Le secteur du commerce de gros au Canada est en constante transformation. En plus d'offrir des services tels que la gestion des approvisionnements, la diffusion de renseignements sur les nouvelles technologies et le classement des produits, les grossistes ont accru leur clientèle en vendant directement aux ménages. L'accroissement de la concurrence a amené les grossistes à diversifier leur activité afin de demeurer concurrentiels.

En 1995, les ventes directes des grossistes aux ménages ont totalisé \$12.6 milliards, soit 4.1% de l'ensemble de leurs ventes. Les matériaux de construction (32.3%) ainsi que les ordinateurs et les logiciels de série (7.5%) représentent un peu moins de 40% des ventes des grossistes aux ménages.

Traditionnellement, les ventes dans ces deux secteurs n'étaient pas destinées à des ménages. Cependant, depuis l'avènement de l'ordinateur personnel et du magasin de matériaux de construction de type entrepôt, les ventes aux ménages sont à la hausse. En 1995, les ménages ont représenté 18.6% des ventes des grossistes de bois et de matériaux de construction, soit une hausse par rapport au niveau enregistré en 1994 (16.4%). De même, les grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'autres équipements électroniques ont vu le pourcentage de leurs ventes aux ménages passer de 2.7% en 1994 à 4.6% en 1995.

Revue par province

L'activité industrielle diffère grandement d'une région du Canada à l'autre en raison de facteurs comme le climat, la population, la proximité des marchés, l'accès aux sources d'approvisionnement et les réseaux de transport.

On a provincial basis, Ontario (48.1%), Quebec (19.3%) and Alberta (17.7%) accounted for much of the growth in 1995. Of these three, both Ontario (10.9%) and Alberta (12.5%) reported a higher rate of increase than the Canadian average of 8.7%. A number of trade groups with strong performance in 1995 were concentrated within these two provinces. In comparison, sales by Quebec wholesalers resulted in a 7.9% increase in total operating revenue—slightly lower than the Canadian average— and a drop from 9.5% for the previous year.

Sales by Nova Scotia and Newfoundland wholesalers increased 20.6% and 11.6% respectively. Sales by New Brunswick wholesalers increased 7.0% while sales by Prince Edward Island wholesalers marginally decreased (-0.8%). Wholesalers of the Atlantic Provinces emerged from the recession of the early 1990s with contributions by most trade groups stimulated by the Hibernia Project and the construction of a fixed link between Prince Edward Island and the mainland. In 1995, the performance of the Food Products wholesalers improved strongly compared to 1994.

In western Canada, the rates of increase observed were quite uneven. British Columbia reported the only decline (-5.8%). In contrast, Manitoba, Saskatchewan and Alberta all posted higher growth rates than the Canadian average, up 16.3%, 14.5% and 12.5% respectively. Western Canada is known as having the largest concentration of wholesalers exporting to foreign markets and as foreign demand for Canadian product fluctuated in 1995, it affected each province differently. For example, a drop in construction activity in Canada and in the U.S. contributed to lower Canadian lumber sales and strongly affected British Columbia's economy, as a large part of Canada's lumber exports originate from this province.

Financial profile

Wholesalers' gross margin (the difference between revenues and cost of goods sold) as a percentage of total operating revenue was 21.0% in 1995, down slightly from 21.2% reported in 1994. As in 1994, wholesalers of Industrial Machinery, Equipment and Supplies reported the highest gross margins in 1995 with 28.8% followed by wholesalers of Apparel and Dry Goods (28.1%) and wholesalers of Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery (27.9%). Wholesalers of Grain (9.0%), Food Products (15.2%) and Petroleum Products (15.6%) recorded the three lowest margins.

Sur le plan provincial, l'Ontario, le Québec et l'Alberta ont représenté une grande partie de l'augmentation enregistrée en 1995, affichant respectivement des gains de 48.1%, 19.3% et 17.7%. Deux de ces trois provinces, soit l'Ontario (10.9%) et l'Alberta (12.5%), ont signalé un taux de croissance plus élevé que la moyenne canadienne (8.7%). En 1995, un certain nombre des groupes de commerce qui ont affiché un excellent rendement étaient concentrés dans ces deux provinces. À titre de comparaison, les grossistes du Québec ont vu leurs recettes totales d'exploitation progresser de 7.9%, soit une hausse légèrement inférieure à la moyenne canadienne et une baisse par rapport à l'avance signalée pour l'année précédente (9.5%).

Les ventes des grossistes de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve ont reculé de 20.6% et de 11.6%, respectivement. Celles des grossistes du Nouveau-Brunswick ont grimpé de 7.0% tandis que celles des grossistes de l'Île-du-Prince-Édouard ont légèrement fléchi (-0.8%). Les grossistes de la région de l'Atlantique sont sortis de la récession du début des années 90 grâce au concours de la plupart des groupes de commerce qui ont été stimulés par le projet Hibernia et l'aménagement d'un raccordement permanent entre l'Île-du-Prince-Édouard et le continent. En 1995, le rendement des grossistes de produits alimentaires s'est fortement amélioré par rapport à 1994.

Dans l'Ouest canadien, les taux de croissance observés ont été très variables. L'une des quatre provinces, soit la Colombie-Britannique, a signalé un repli (-5.8%). En revanche, le Manitoba, la Saskatchewan et l'Alberta ont toutes trois affiché des taux de croissance supérieurs à la moyenne canadienne (16.3%, 14.5% et 12.5%, respectivement). L'Ouest canadien est réputé avoir la plus forte concentration de grossistes à vocation exportatrice. Les fluctuations de la demande de produits canadiens à l'étranger en 1995 ont eu des répercussions différentes sur chaque province. Par exemple, la baisse de régime du secteur de la construction au Canada et aux États-Unis a entraîné une diminution des ventes de bois canadien et a fortement ralenti l'économie de la Colombie-Britannique, étant donné qu'une grande partie des exportations de bois du Canada proviennent de cette province.

Profil financier

La marge brute des grossistes (différence entre les recettes et le coût des marchandises vendues), en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation, s'établissait à 21.0% en 1995, soit une légère baisse par rapport à 1994 (21.2%). Tout comme en 1994, ce sont les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels qui ont signalé la marge brute la plus élevée en 1995 (28.8%), suivis des grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (28.1%) et des grossistes d'ordinateurs, de logiciels de série et d'autres équipements électroniques (27.9%). Les grossistes de grain (9.0%), de produits alimentaires (15.2%) et de produits du pétrole (15.6%) sont ceux qui ont affiché les plus faibles marges.

Operating profit for wholesalers (total operating revenue minus total operating expenses) as a percentage of total operating revenue was 5.0% in 1995 down from 5.5% reported in 1994. Wholesalers of Lumber and Building Materials reported the lowest operating profit in 1995 (- 0.5%) followed by wholesalers of Motor Vehicles, Parts and Accessories (1.5%) and wholesalers of Household Goods (2.5%).

Revenue to inventory ratio

The 1995 sales to inventory ratio increased to 8.9, meaning that wholesalers had to replace their inventory 8.9 times during the year to meet the demand. A combination of lower inventories and increased sales led to a rise in the ratio in 1995. An increase in the ratio means a quicker rate of inventory turnover and lower costs for wholesalers.

The highest ratios of sales to inventory were reported by wholesalers of Petroleum Products (21.6), Grain (21.5), and Food Products (15.3). Wholesalers of Farm Machinery, Equipment and Supplies (4.0), and Household Goods (5.4) and Apparel and Dry Goods (5.5) reported the lowest ratios.

Other Aspects

Employment among wholesalers, an important indicator of the standard of living that wholesale industries support, increased 5.9% in 1995. Some 35,800 new jobs were created, which is somewhat higher than the number reported for 1994. The share of wholesale employment to the total Canadian employment remained stable at 6.0%.

According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, in terms of weekly earnings, the wholesale average weekly income, including overtime, accounted for \$633.72. Excluding overtime it amounted to \$620.38.

Note

Because certain revisions were incorporated into the 1995 annual Wholesale Trade data, the figures are more in line with the true level of Wholesale Trade in Canada. Comparisons to previous year's data should be treated with caution.

En 1995, le bénéfice d'exploitation des grossistes (recettes totales d'exploitation moins les dépenses totales d'exploitation), en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation, s'établissait à 5.0%, soit une baisse par rapport à 1994 (5.5%). Les grossistes de bois et de matériaux de construction sont ceux qui ont déclaré le plus faible bénéfice d'exploitation en 1995 (-0.5%), suivis des détaillants de véhicules automobiles, pièces et accessoires (1.5%) et des grossistes d'articles ménagers (2.5%).

Ratio des recettes aux stocks

En 1995, le ratio des recettes aux stocks a augmenté à 8.9, ce qui signifie que les grossistes ont dû renouveler leurs stocks 8.9 fois au cours de l'année pour répondre à la demande. La diminution des stocks, jumelé à l'accroissement des ventes, a fait augmenter le ratio en 1995. Une hausse du ratio se traduit par un taux de rotation des stocks plus rapide et une diminution des coûts pour les grossistes.

Les ratios les plus élevés ont été signalés par les grossistes de produits du pétrole (21.6), de grain (21.5) et de produits alimentaires (15.3). Les grossistes de machines, de matériel et de fournitures agricoles (4.0), d'articles ménagers (5.4) ainsi que de vêtements et d'articles de mercerie (5.5) sont ceux qui ont affiché les plus faibles ratios.

Autres aspects

En 1995, l'emploi chez les grossistes - indicateur important de la contribution du commerce de gros au niveau de vie - a augmenté de 5.9%. Quelque 35,800 nouveaux emplois ont été créés, soit un peu plus qu'en 1994. La proportion des emplois que représente le secteur du commerce de gros par rapport à l'ensemble des emplois au Canada est demeurée stable (6.0%).

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, la rémunération hebdomadaire moyenne dans le secteur du commerce de gros, si l'on tient compte des heures supplémentaires, s'élevait à \$633.72. Si l'on exclut les heures supplémentaires, elle se chiffrait à \$620.38.

Note

Les données sur le commerce de gros pour l'année 1995 ayant fait l'objet de certains redressements, les statistiques rendent compte plus fidèlement de la situation réelle dans ce secteur au Canada. Compte tenu de ces redressements, il y a lieu d'être prudent lorsqu'on établit des comparaisons avec les données publiées pour les années antérieures.

Annual Review - Retail Trade

The Retail Trade sector revenues accounted for 46.6% of total consumer expenditures in Canada during 1995 (Table 1.2 page 25). This proportion has increased slightly over the last three years, following annual decreases from 1988 to 1992 inclusive. The sector's contribution to Canada's gross domestic product has remained a steady 6.0% since 1991. Despite the nearly equal contribution to gross domestic product by the Wholesale and Retail Trade sectors, the Retail Trade sector has consistently employed more than twice the number of workers as Wholesale Trade. Employment in Retail Trade grew 2.6%, to 1,444,087 in 1995.

In 1995, Retailers' revenue increased 4.1% to \$217.4 billion (Text Table 1). This was the fourth consecutive annual increase. Growth was widespread across all major groups, led by the clothing sector (+8.5%) and the automotive sector (+6.6%). Women's clothing stores and other clothing stores sectors contributed most to the overall gain on a percentage basis at (+11.5%) and (+11.4%) respectively. The automotive sector gain was fuelled by gasoline service stations (+11.3%) with motor vehicle and recreational vehicle dealers climbing to (+6.9%) and automotive parts and accessories up (+1.6%). The food sector attained the smallest increase (+0.1%), with the slip by supermarkets and grocery stores (-1.1%) supported by the continued strength in the other food stores category (+16.5%).

Revue annuelle - Commerce de détail

En 1995, les recettes du secteur du commerce de détail ont représenté 46.6% des dépenses totales des consommateurs au Canada (tableau 1.2, page 25). Cette proportion s'est accrue légèrement au cours des trois dernières années, à la suite de plusieurs baisses annuelles (1988 à 1992, inclusivement). La contribution de ce secteur au produit intérieur brut du Canada demeure stable (6.0%) depuis 1991. Bien que le commerce de gros et le commerce de détail contribuent à peu près également au produit intérieur brut, le nombre d'employés dans le secteur du commerce de détail a toujours été plus de deux fois plus élevé que le nombre d'employés dans le secteur du commerce de gros. En 1995, l'emploi dans le secteur du commerce de détail a crû de 2.6%, pour atteindre 1,444,087.

En 1995, les recettes des détaillants ont augmenté de 4.1%, totalisant \$217.4 milliards (tableau descriptif 1). Il s'agissait de la quatrième hausse annuelle consécutive. Tous les principaux groupes de commerce ont affiché des gains. Le secteur des vêtements (+8.5%) et celui de l'automobile (+6.6%) ont donné le ton. Les magasins de vêtements pour dames et les autres magasins de vêtements sont ceux qui ont contribué le plus à l'augmentation totale, en termes de pourcentage (+11.5% et +11.4%, respectivement). L'accroissement observé dans le secteur de l'automobile est attribuable principalement aux stations-service (+11.3%) et, dans une moindre mesure, aux concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs (+6.9%) et aux détaillants de pièces et accessoires pour l'automobile (+1.6%). Le secteur de l'alimentation est celui qui a signalé la plus faible hausse (+0.1%), alors que les supermarchés d'alimentation et les épiceries ont connu une glissade (-1.1%) et que la catégorie des autres magasins d'alimentation a affiché une vigueur soutenue (+16.5%).

Text Table 1
Tableau explicatif 1

All major groups saw their revenues increase
Tous les groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter

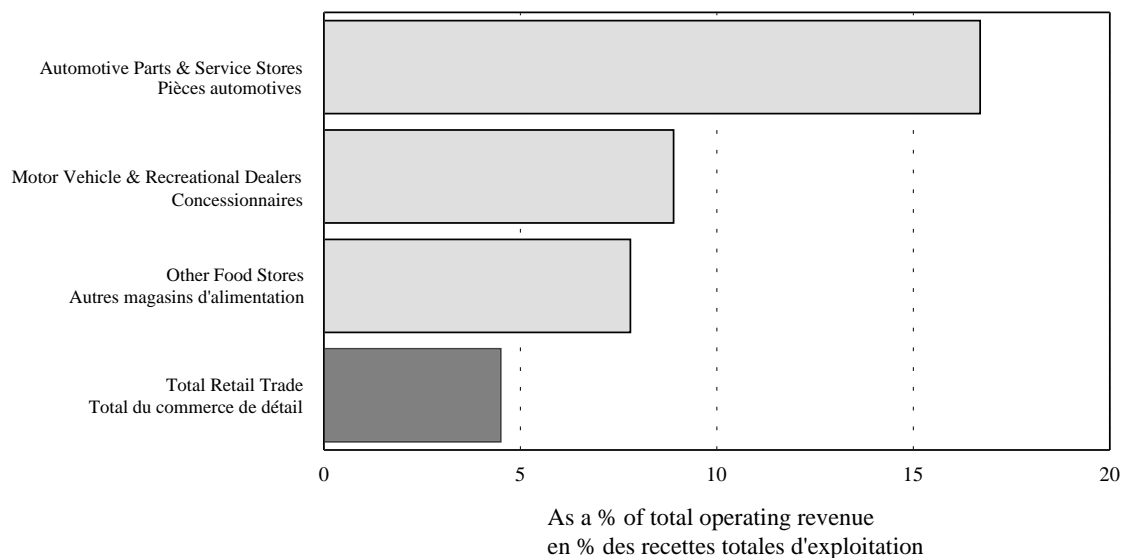
Major group Groupe majeur	1994	1995	% Change Chg en %
	millions of dollars - millions de dollars		
Food - Alimentation	54,340.7	54,428.8	0.1
Drugs - Médicaments	11,988.4	12,161.7	1.4
Clothing - Vêtements	12,137.9	13,165.8	8.5
Furniture - Meubles	10,969.5	11,304.9	3.0
Automotive - Automobiles	73,757.1	78,654.1	6.6
General Merchandise-Marchandises diverses	21,394.5	22,735.7	6.3
Other - Autres	24,267.8	24,902.2	2.6
Total All Groups - Total tous les groupes	208,855.9	217,353.2	4.1

Retailers continued to earn most of their revenue from the sales of goods purchased for resale (Chart 1), with less than 5.0% derived from other sources. Automotive parts, accessories and services stores continue to be the largest exception, with 16.7% of their revenue generated by other sources such as labour receipts from the repair and installation of goods.

La vente de marchandises destinées à la revente a continué de procurer aux détaillants la majeure partie de leurs recettes (graphique 1); en fait, moins de 5.0% des recettes provenaient d'autres sources. Les magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile, dont 16.7% des recettes proviennent d'autres sources (recettes de main-d'oeuvre que procurent la réparation et l'installation de biens, par exemple), demeurent la principale exception.

Chart 1 Graphique 1

Retail Trade, Other Operating Revenue Commerce de détail, autres recettes d'exploitation



Automotive Sector Drives Revenue Increases

The gains were mainly the result of another year of solid growth in the automotive sector (recreational and motor vehicle dealers, gasoline service stations and automotive parts, accessories and services stores), which climbed a further 6.6% in 1995, and which accounted for 36.1% of all retail revenue. This was particularly evident in Alberta, Saskatchewan and Ontario in each of which the automotive sector accounted for 37.3% of total retail revenue. In Atlantic Canada, the automotive sector was slightly below the national average at 33.9%.

The clothing sector attained a 8.5% rate of growth this year with retail revenue comprising 6.0% of total retail revenue in current dollar terms, nationally in 1995, compared with 5.8% in 1994, mainly in the women's and other clothing stores sectors.

Le secteur de l'automobile remporte la course

Les gains enregistrés sont principalement le résultat d'une autre année de forte croissance dans le secteur de l'automobile (concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, stations-service, magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile), qui a encore une fois gagné du terrain (avance de 6.6%) et qui a représenté 36.1% de l'ensemble des recettes dans le secteur du commerce de détail en 1995. La croissance du secteur de l'automobile a été particulièrement remarquable en Alberta, en Saskatchewan et en Ontario; dans chacune de ces provinces, le secteur de l'automobile a représenté 37.3% de l'ensemble des recettes des détaillants. Dans la région de l'Atlantique, les recettes du secteur de l'automobile ont été légèrement inférieures à la moyenne nationale, s'établissant à 33.9%.

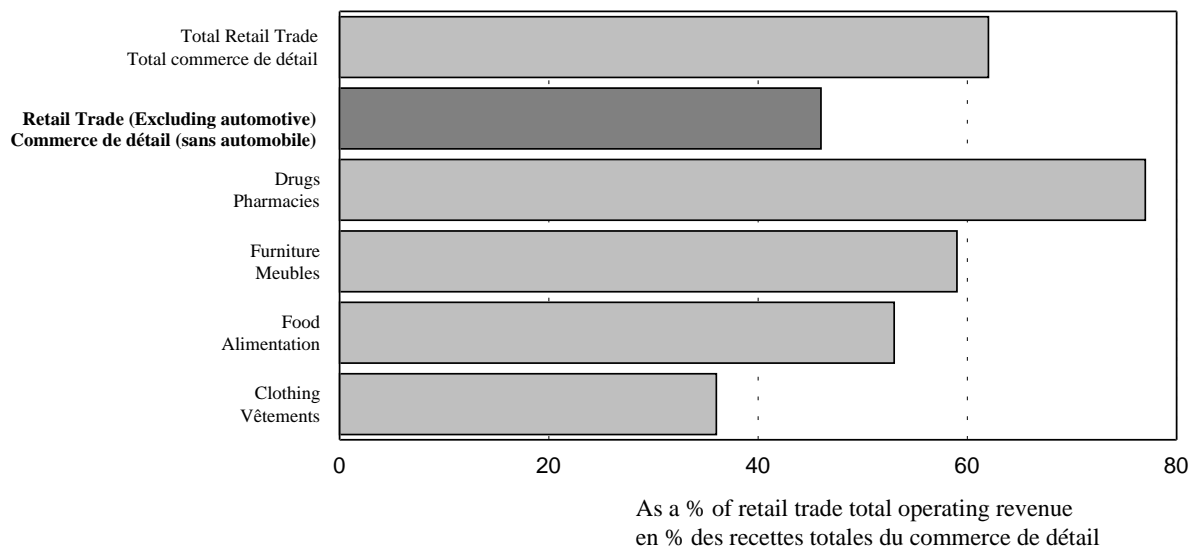
En 1995, le secteur des vêtements a affiché un taux de croissance de 8.5%. Les recettes de ce secteur ont représenté 6.0% de l'ensemble des recettes en termes de valeur monétaire à l'échelle nationale en 1995, comparativement à 5.8% en 1994. Les magasins de vêtements pour dames et les autres magasins de vêtements ont donné le ton.

Total revenue in the retail food sector was flat, with an increase of 0.1% nationally. While the other food stores trade group bolstered the sector with a 16.6% gain over the previous year, supermarkets and grocery stores slipped 1.1% from the 1994 level of \$50.5 billion to \$49.9 billion. The most significant drop was in Quebec (-7.9%) which followed three years of increases. This appears to reflect a consumer shift towards stores classified outside the food sector that also sell food and mostly affected independent grocers, some of whom closed stores or went bankrupt in 1995.

Les recettes totales des détaillants du secteur de l'alimentation ont à toutes fins pratiques stagné, une maigre avance de 0.1% ayant été signalée à l'échelle nationale. Alors que le groupe de commerce constitué des autres magasins d'alimentation a stimulé le secteur grâce à un gain de 16.6% par rapport à l'année précédente, les supermarchés d'alimentation et les épicerie ont vu leurs ventes passer de 50.5 milliards de dollars en 1994 à \$49.9 milliards en 1995, soit un recul de 1.1%. La glissade la plus notable a été observée au Québec (-7.9%), après trois années de résultats positifs. Les effets de cette baisse, qui semble attribuable aux achats des consommateurs dans des magasins en dehors du secteur de l'alimentation qui vendent néanmoins des aliments, ont surtout été ressentis par les épiciers indépendants, dont certains ont fermé leur porte ou déclaré faillite en 1995.

Chart 2 Graphique 2

Retail Independent Store Revenue Revenus des magasins indépendants



Independents Remain Strong

Independents stores accounted for nearly 62% of all retail operating revenues in Canada in 1995. If the automotive sector is excluded, however, chain stores represented 54% of retail trade revenues, compared to 57% in 1994. The decrease is primarily accounted for by the shoe and clothing stores sector. Chain stores continue to dominate the shoe and clothing store sector, though their market share slipped in 1995.

Les indépendants demeurent forts

En 1995, les magasins indépendants ont compté pour près de 62% des recettes totales du secteur du commerce de détail au Canada. Cependant, si l'on exclut le secteur de l'automobile, les magasins à succursales ont représenté 54% des recettes du secteur du commerce de détail en 1995, comparativement à 57% en 1994. Cette baisse est principalement attribuable au secteur des magasins de chaussures et à celui des magasins de vêtements. Les magasins à succursales maintiennent leur domination dans les secteurs des magasins de chaussures et des magasins de vêtements, bien que leur part de marché ait diminué en 1995.

In Quebec, the market share held by independent food stores was a substantial 75.4%, and is over 1.5 times the comparable market share held by independent grocers in Ontario (50.9%), the largest market, and more than twice that of British Columbia (39.4%), the third largest market in Canada.

Higher Revenue in all Regions

Retailers' revenues in all provinces and territories grew in 1995, with the highest revenue gains in the Northwest Territories (+8.9%), Manitoba (+7.9%) and Prince Edward Island (+7.2%). The lowest increases occurred in Newfoundland (+2.3%), Quebec (+1.2%) and Nova Scotia (+1.1%).

Au Québec, la part de marché que détiennent les magasins d'alimentation indépendants (75.4%) est une fois et demie plus élevée qu'en Ontario (50.9%), le plus vaste marché, et plus de deux fois plus élevée qu'en Colombie-Britannique (39.4%), le troisième marché en importance au Canada.

Des recettes plus élevées dans toutes les provinces

En 1995, les recettes des détaillants ont augmenté dans l'ensemble des provinces et territoires. Les gains les plus notables ont été enregistrés dans les Territoires du Nord-Ouest (+8.9%), au Manitoba (+7.9%) et dans l'Île-du-Prince-Édouard (+7.2%). Les plus faibles augmentations ont été signalées à Terre-Neuve (+2.3%), au Québec (+1.2%) et en Nouvelle-Écosse (+1.1%).

Text Table 2
Tableau explicatif 2

Percentage Change - Retail Trade Total Operating Revenue by Province or Territory (\$ Millions) Commerce de détail par province ou territoire

	Retail Trade Commerce de détail	
	Market Prices 1995 Prix du marché 1995	Change 94/95 Variation 94/95
	millions of dollars - millions de dollars	%
Nfld. - T.-N.	3,534.5	2.3
P.E.I. - Î.-P.-É.	942.8	7.2
N.S. - N.-É.	6,489.5	1.1
N.B. - N.-B.	5,236.6	5.0
Que. -Qué.	51,547.1	1.2
Ont.	80,082.6	4.3
Man.	7,703.2	7.9
Sask.	6,679.4	2.6
Alta. - Alb.	23,085.7	6.5
B.C. - C.-B.	31,277.8	6.9
Yuk.	243.4	4.4
N.W.T. - T.-N.-O.	530.5	8.9
Canada	217,353.2	4.1

Slight Drop in Gross margins

Retailers recorded an overall gross margin of 26.9% of total operating revenue in 1995, a slight drop of 0.4% from 1994. Automotive parts, accessories and services recorded the highest gross margin in 1995 of 44.0%, up from 41.8% in 1994. Shoe and clothing stores continue to realize high gross margins, greater than 43% this year, compared with 42% in 1994. These high-margin sectors also had the highest expenses for employee earnings and

Légère baisse des marges brutes

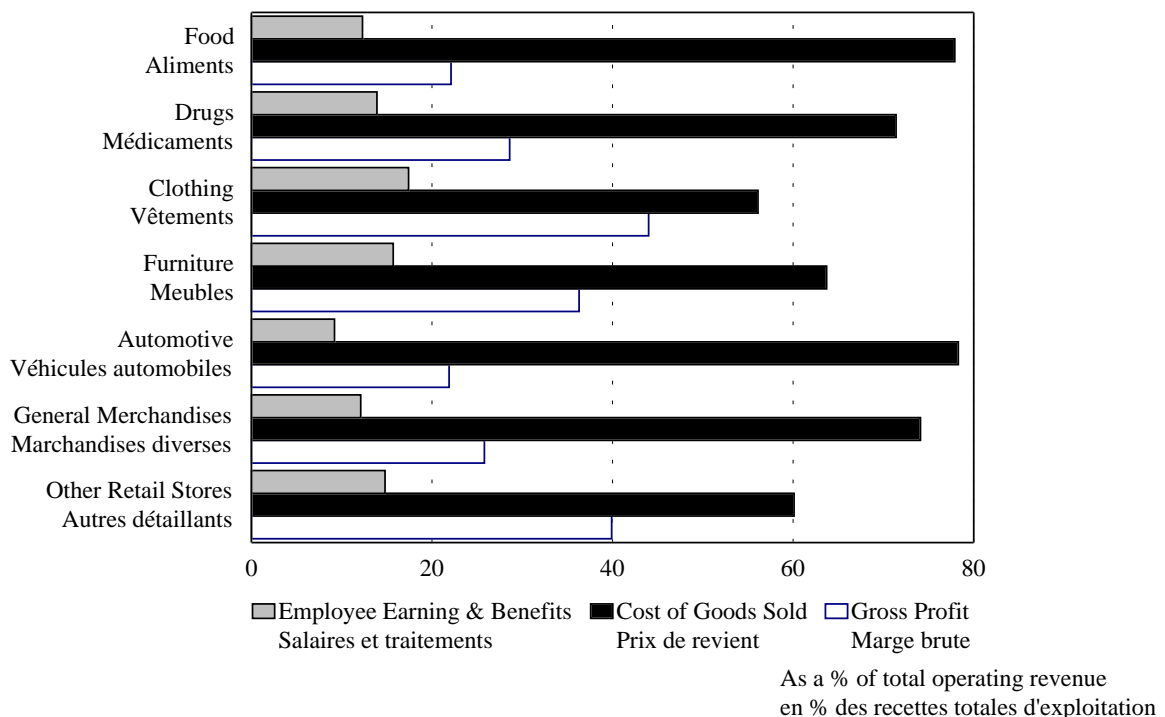
En 1995, la marge brute des détaillants représentait 26.9% de leurs recettes totales d'exploitation, soit une légère baisse (-0.4%) par rapport à 1994. Les détaillants de pièces, accessoires et services pour l'automobile sont ceux qui ont dégagé la meilleure marge brute en 1995 (44.4%) soit une hausse par rapport à 1994 (41.8%). Les magasins de chaussures et de vêtements sont demeurés très rentables, affichant cette année une marge supérieure à 43% comparativement à 42% en 1994. Les secteurs

benefits, as a percentage of total operating revenue, at 21.0% and 17.5% respectively. Alberta had the highest percentage of employee earnings and benefits to total operating revenue (13.1%), followed by British Columbia (12.9%) and Ontario and the Northwest Territories at 12.0% each. Nationally, employee earnings and benefits were 12.1% of total operating revenue, which has been consistent over the last three years.

des chaussures et des vêtements sont aussi ceux où les employés jouissent de la rémunération et des avantages sociaux les plus élevés, en tant que pourcentage des recettes totales d'exploitation (21.0% et 17.5%, respectivement). L'Alberta a été la province où la proportion que représentent la rémunération et les avantages sociaux des employés par rapport aux recettes totales d'exploitation s'est avérée la plus élevée (13.1%), suivie de la Colombie-Britannique (12.9%) puis de l'Ontario et des Territoires du Nord-Ouest (12.0% dans chaque cas). Sur le plan national, la rémunération et les avantages sociaux des employés ont représenté 12.1% des recettes totales d'exploitation, ce qui correspond à la situation observée au cours des trois dernières années.

Chart 3
Graphique 3

Retailers' Expenses, Canada, 1995
Coûts des détaillants, Canada, 1995



Profitability

Retailers in all trade groups except department stores, realized positive profit margins. Canadian retailers attained an overall 4.5% profit margin this year, down 0.5% percentage points from the previous year. The most profitable trade groups (excluding other retail stores, which includes the liquor, wine and beer stores) were shoe stores and gasoline service stations. Shoe stores gained an additional 2.3 percentage points in operating profit over 1994, to 9.4%, while gasoline service stations profit margin slipped 1.1 percentage points to 6.7% in 1995.

Rentabilité

Les détaillants dans tous les groupes de commerce, sauf les grands magasins, ont affiché une marge de profit positive. En 1995, la marge de profit des détaillants canadiens a été de 4.5%, soit une baisse de 0.5% par rapport à l'année précédente. Les groupes de commerce les plus rentables (si l'on exclut la catégorie «Autres détaillants», qui comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière) ont été les magasins de chaussures et les stations-service. En 1995, les magasins de chaussures ont réalisé un bénéfice d'exploitation s'établissant en pourcentage à 9.4%, soit 2.3 points de plus que celui enregistré en 1994, tandis que la marge de profit des stations-service a régressé de 1.1 point en 1995, s'établissant à 6.7%.

Over the last three years, other durable goods retailers (including sporting goods stores and jewellery stores) had the highest level of inventory with a 2.9 revenue to inventory ratio. Gasoline service stations, motor and recreational vehicle dealers, supermarkets and grocery stores and all other food stores turned over their inventory more than 15 times a year.

There were 177,237 retail stores in Canada in 1995, with automotive parts, accessories and service stores, and supermarkets and grocery stores the only trade groups with more than 20,000 retail outlets. Ontario had almost 60,000 outlets, followed by Quebec with almost 49,000.

Employment

According to the Survey of Employment, Payroll and Hours, at December 31, 1995, Retail trade provided 13.4% of total employment in Canada, with average weekly earnings of \$342.60 (including overtime; \$339.13 excluding overtime). In comparison, Wholesale trade average weekly earnings were \$633.72 (including overtime; \$620.38 excluding overtime), while providing 6.0% of total employment in Canada. A major reason for the differences in average weekly earnings is the result of a higher proportion of part-time employment in the Retail sector.

Au cours des trois dernières années, ce sont les détaillants de biens durables (y compris les magasins d'articles de sport et les bijouteries) qui ont affiché le plus haut ratio des recettes aux stocks (2.9). Les stations-service, les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, les supermarchés d'alimentation et les épiceries ainsi que tous les autres magasins d'alimentation ont renouvelé leurs stocks plus de 15 fois dans l'année.

En 1995, le Canada comptait 170,237 magasins de vente au détail. Les magasins de pièces, accessoires et services pour l'automobile et les supermarchés d'alimentation et les épiceries étaient les deux seuls groupes de commerce ayant plus de 20,000 points de vente. L'Ontario comptait près de 60,000 points de vente et le Québec près de 49,000.

Emploi

Selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail, le secteur du commerce de détail représentait, au 31 décembre 1995, 13.4% de l'ensemble des emplois au Canada. La rémunération hebdomadaire moyenne dans ce secteur s'établissait à \$342.60 (si l'on inclut les heures supplémentaires; \$339.13, si l'on exclut les heures supplémentaires). À titre de comparaison, la rémunération hebdomadaire moyenne du secteur du commerce de gros se chiffrait à \$633.72 (si l'on inclut les heures supplémentaires; \$620.38, si l'on exclut les heures supplémentaires). Ce secteur représentait 6.0% de l'ensemble des emplois au Canada. Les différences au chapitre de la rémunération hebdomadaire moyenne tiennent principalement au fait que la proportion des emplois à temps partiel est plus forte dans le secteur du commerce de détail.

Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995
Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1985-1995

Year	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures ¹ (in millions of current dollars)	Total Canadian Exports ² (in millions of current dollars)	Percent of Wholesale Sales Exported	Wholesale Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars)	Wholesale Trade as a % of GDP	Employment in Wholesale Trade ⁴ at Dec 31/95
Année	Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars courants)	Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations ¹ (en millions de dollars courants)	Exportations ² totales du Canada (en millions de dollars courants)	Pourcentage des ventes du commerce de gros en exportation	Contribution du commerce de gros au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Commerce de gros en % du PIB	Emploi dans le commerce de gros ⁴ le 31 Déc/95
1985	183,560	1,032	119,474	11.6	21,766	5.0	532,938
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,312	5.2	549,718
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,132	5.3	578,854
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	26,972	5.5	599,596
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	28,111	5.6	605,101
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	28,435	5.6	631,916
1991	232,412	2,339	146,006	10.7	27,692	5.6	587,170
1992	237,468	2,752	162,823	10.9	27,985	5.6	591,057
1993 ⁵	253,956	2,583	187,515	11.3	29,510	5.8	581,214
1994	282,438	2,570	226,495	10.9	32,232	6.1	611,592
1995	307,043	3,424	264,306	10.8	33,172	6.1	647,410

¹ Source: *Private and Public Investment in Canada (61-205)*.

² Source: *Summary of Canadian International Trade (65-001)*.

³ Source: *Gross Domestic Product by Industry (15-001)*.

⁴ Source: *Employment, Earnings and Hours (72-002)*.

⁵ Since 1993, data are not comparable to previous years.

¹ Source: *Investissements publics et privé au Canada (61-205)*.

² Source: *Sommaire du commerce international du Canada (65-001)*.

³ Source: *Produit intérieur brut par industrie (15-001)*.

⁴ Source: *Emploi, gains et durée du travail (72-002)*.

⁵ Depuis 1993, les données ne sont pas comparable aux années précédentes.

Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1985-1995
Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1985-1995

Year	Population of Canada ¹ (in thousands)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of current dollars)	Consumer Expenditures ² (in millions of current dollars)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures	Retail Trade Contribution to GDP ³ (in millions of constant dollars)	Retail Trade as a % of GDP	Employment in Retail Trade ⁴ at Dec 31/95
Année	Population du Canada ¹ (en milliers)	Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars courants)	Dépenses des consommateurs ² (en millions de dollars courants)	Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Contribution du commerce de détail au PIB ³ (en millions de dollars constants)	Commerce de détail en % du PIB	Emploi dans le commerce de détail ⁴ le 31 Déc/95
1985	25,942	141,346	274,100	51.6	27,375	6.2	1,285,004
1986	26,204	152,880	297,478	51.4	28,269	6.3	1,380,592
1987	26,550	167,939	322,769	51.8	29,929	6.3	1,408,588
1988	26,895	180,545	349,937	51.6	30,855	6.3	1,440,597
1989	27,379	188,160	378,933	49.7	31,613	6.3	1,509,944
1990	27,791	192,555	399,315	48.2	30,895	6.1	1,532,020
1991	28,120	181,209	411,960	44.0	29,292	5.9	1,412,591
1992	28,542	185,049	422,515	43.8	29,643	6.0	1,367,780
1993	28,947	195,608	436,542	44.8	30,469	6.0	1,383,860
1994	29,256	208,856	452,444	46.2	32,029	6.0	1,407,055
1995	29,615	217,353	465,970	46.6	32,322	6.0	1,444,087

¹ Source: *Quarterly Demographic Statistics (91-002)*.

² Source: *National Income and Expenditure Accounts (13-201)*.

³ Source: *Gross Domestic Product by Industry (15-001)*.

⁴ Source: *Employment, Earnings and Hours (72-002)*.

¹ Source: *Statistiques démographiques trimestrielles (91-002)*.

² Source: *Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201)*.

³ Source: *Produit intérieur brut par industrie (15-001)*.

⁴ Source: *Emploi, gains et durée du travail (72-002)*.

Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food Products - Produits alimentaires	44,137	14.37
Beverage, Drug and Tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	18,086	5.89
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	6,044	1.97
Household Goods - Articles ménagers	7,883	2.57
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	27,210	8.86
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,924	6.16
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046	7.18
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379	2.08
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	38,082	12.40
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	20,655	6.73
Other Products - Produits divers	45,059	14.68
Grain - Céréales	14,722	4.79
Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816	12.32
All Groups - Tous les groupes	307,043	100.00

Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	49,975	22.99	20,925
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,454	2.05	9,433
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,162	5.60	7,254
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722	0.79	3,695
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707	0.79	2,914
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,443	2.04	10,431
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,294	2.44	8,716
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,887	4.09	9,840
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418	1.11	4,523
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	50,769	23.36	8,441
Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786	7.26	15,776
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	5.57	24,625
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736	10.46	6,459
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,310	3.36	16,301
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,940	2.73	12,021
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,653	5.36	15,883
All Stores - Total, ensemble des magasins	217,353	100.00	177,237

Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1995
Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	285,452	92.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	1,147	0.37
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	12,273	3.99
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	4,929	1.61
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,243	1.06
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	21,592	7.03
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	307,043	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	242,509	78.98
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	32,931	10.73
Add: Purchases - Plus: Achats	245,307	79.89
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	35,729	11.64
Gross Margin - Marge brute	64,534	21.02
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	24,867	8.10
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	24,289	7.91
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	291,665	94.99
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	15,378	5.01

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	963	3,135	2,401	734	242
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	308	731	562	169	64
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,813	7,099	5,388	1,711	595
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,231	4,422	3,400	1,022	349
Quebec - Québec	12,482	64,501	50,445	14,056	5,768
Ontario	18,169	120,662	93,552	27,109	10,871
Manitoba	2,459	17,631	14,837	2,795	876
Saskatchewan	2,781	12,425	10,203	2,222	721
Alberta	6,643	39,252	32,518	6,734	2,419
British Columbia - Colombie-Britannique	7,325	36,729	28,884	7,845	2,916
Yukon Territory - Territoire du Yukon	88	194	137	57	21
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	127	261	182	79	26
Total Canada	54,389	307,043	242,509	64,534	24,867

Table 3.2. Wholesale Trade - Food Products, Canada, 1995
Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	41,383	93.76
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	133	0.30
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,972	4.47
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	38	0.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	611	1.38
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	2,754	6.24
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	44,137	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	37,428	84.80
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,851	6.46
Add: Purchases - Plus: Achats	37,502	84.97
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,925	6.63
Gross Margin - Marge brute	6,709	15.20
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,562	5.80
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,708	6.14
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	42,698	96.74
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,439	3.26

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	107	1,124	930	194	59
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	47	238	193	45	13
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	324	2,052	1,667	385	127
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	128	874	729	145	38
Quebec - Québec	1,152	13,216	11,616	1,600	654
Ontario	1,291	15,787	13,032	2,754	1,004
Manitoba	146	1,608	1,401	208	93
Saskatchewan	124	1,820	1,618	202	99
Alberta	243	3,477	3,020	457	192
British Columbia - Colombie-Britannique	545	3,923	3,206	717	281
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,119	44,137	37,428	6,709	2,562

Table 3.3. Wholesale Trade - Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1995
Tableau 3.3. Commerce de gros - Boissons, médicaments et tabac, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	16,474	91.09
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	132	0.73
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,257	6.95
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	44	0.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	178	0.98
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,611	8.91
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,086	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	13,374	73.95
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,703	9.42
Add: Purchases - Plus: Achats	13,530	74.81
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,859	10.28
Gross Margin - Marge brute	4,711	26.05
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,514	8.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,855	10.26
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	16,744	92.58
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,342	7.42

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	62	363	293	70	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	15	275	201	74	21
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	31	295	241	54	21
Quebec - Québec	283	4,445	3,149	1,296	414
Ontario	494	8,618	6,498	2,120	789
Manitoba	64	690	518	172	32
Saskatchewan	24	370	204	166	26
Alberta	36	980	863	117	40
British Columbia - Colombie-Britannique	143	2,000	1,384	616	147
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	17	8	9	1
Total Canada	1,167	18,086	13,374	4,711	1,514

Table 3.4. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1995
Tableau 3.4. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,858	96.92
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	31	0.52
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	148	2.44
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	0	0.01
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7	0.11
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	186	3.08
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	6,044	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,344	71.88
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,052	17.40
Add: Purchases - Plus: Achats	4,449	73.61
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,157	19.14
Gross Margin - Marge brute	1,700	28.12
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	566	9.36
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	648	10.72
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,559	91.96
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	486	8.04

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	10	19	14	5	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	20	18	13	5	2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	836	3,007	2,203	804	293
Ontario	608	2,304	1,621	682	194
Manitoba	39	80	61	19	10
Saskatchewan	10	14	10	4	2
Alberta	79	143	100	43	17
British Columbia - Colombie-Britannique	176	418	291	127	43
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	1,789	6,044	4,344	1,700	566

Table 3.5. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1995
Tableau 3.5. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,398	93.84
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	9	0.12
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	420	5.32
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	50	0.63
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7	0.09
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	486	6.16
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	7,883	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,032	76.52
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,487	18.86
Add: Purchases - Plus: Achats	5,987	75.95
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,442	18.29
Gross Margin - Marge brute	1,851	23.48
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	763	9.67
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	890	11.30
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	7,685	97.49
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	198	2.51

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	-	-	-	-	-
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	46	82	64	18	6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	17	51	41	10	5
Quebec - Québec	378	2,224	1,739	485	205
Ontario	625	3,638	2,825	813	346
Manitoba	34	106	79	27	11
Saskatchewan	33	105	90	15	8
Alberta	137	559	410	149	46
British Columbia - Colombie-Britannique	277	1,077	751	326	132
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	16	9	7	2	1
Total Canada	1,577	7,883	6,032	1,851	763

Table 3.6. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1995
Tableau 3.6. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	25,671	94.35
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	17	0.06
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	858	3.15
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	636	2.34
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	28	0.10
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	1,539	5.65
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	27,210	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	22,243	81.75
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,705	13.62
Add: Purchases - Plus: Achats	22,909	84.19
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,371	16.06
Gross Margin - Marge brute	4,967	18.25
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,286	8.40
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,262	8.31
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	26,792	98.46
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	419	1.54

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	105	181	128	53	20
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	39	26	18	8	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	96	331	261	70	19
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	163	526	405	121	54
Quebec - Québec	1,000	5,065	4,021	1,044	443
Ontario	1,725	14,807	12,546	2,261	1,106
Manitoba	252	1,037	799	238	117
Saskatchewan	158	387	271	116	59
Alberta	572	1,987	1,489	498	243
British Columbia - Colombie-Britannique	653	2,852	2,299	553	219
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,775	27,210	22,243	4,967	2,286

Table 3.7. Wholesale Trade - Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.7. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	18,144	95.88
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	26	0.14
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	618	3.27
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	82	0.43
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	54	0.28
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	780	4.12
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	18,924	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,997	79.25
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,611	13.80
Add: Purchases - Plus: Achats	15,187	80.25
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,800	14.80
Gross Margin - Marge brute	3,927	20.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,754	9.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,205	6.37
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	17,956	94.89
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	967	5.11

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	48	96	78	18	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	84	344	249	95	34
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	116	268	207	61	26
Quebec - Québec	522	4,391	3,689	702	352
Ontario	1,364	8,516	6,559	1,957	874
Manitoba	112	488	377	111	47
Saskatchewan	111	331	246	85	42
Alberta	404	1,688	1,319	369	159
British Columbia - Colombie-Britannique	517	2,749	2,229	520	208
Yukon Territory - Territoire du Yukon	15	22	16	6	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	3,305	18,924	14,997	3,927	1,754

Table 3.8. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1995
Tableau 3.8. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	21,085	95.64
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	107	0.49
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	678	3.08
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	60	0.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	116	0.52
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	962	4.36
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	22,046	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	17,713	80.34
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,227	14.64
Add: Purchases - Plus: Achats	17,752	80.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,266	14.81
Gross Margin - Marge brute	4,333	19.66
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,058	9.34
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,389	10.83
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,160	100.51
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	(113)	-0.51

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	141	275	217	58	28
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	29	71	56	15	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	178	593	470	123	58
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	116	377	303	74	33
Quebec - Québec	931	4,021	3,098	923	439
Ontario	1,480	6,966	5,474	1,492	754
Manitoba	194	857	681	176	80
Saskatchewan	240	603	471	132	55
Alberta	526	2,209	1,821	388	204
British Columbia - Colombie-Britannique	619	6,018	5,086	932	391
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,473	22,046	17,713	4,333	2,058

Table 3.9. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.9. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,951	93.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	28	0.44
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	139	2.18
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	209	3.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	52	0.82
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	428	6.71
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	6,379	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,112	80.13
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,488	23.33
Add: Purchases - Plus: Achats	5,356	83.96
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,732	27.16
Gross Margin - Marge brute	1,267	19.87
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	469	7.35
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	322	5.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,903	92.53
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	476	7.47

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	23	62	47	15	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	48	94	74	20	7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	381	818	490	328	71
Ontario	502	1,481	1,175	306	134
Manitoba	144	1,377	1,195	182	78
Saskatchewan	311	1,516	1,301	215	82
Alberta	257	747	609	138	65
British Columbia - Colombie-Britannique	69	238	186	52	22
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	1,759	6,379	5,112	1,267	469

Table 3.10. Wholesale Trade - Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1995
Tableau 3.10. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures industriels et autres, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	33,365	87.61
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	108	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	2,138	5.61
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,852	4.86
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	620	1.63
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	4,717	12.39
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	38,082	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	27,119	71.21
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,203	16.29
Add: Purchases - Plus: Achats	27,838	73.10
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	6,921	18.17
Gross Margin - Marge brute	10,963	28.79
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,150	13.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	3,616	9.49
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	35,885	94.23
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,197	5.77

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	205	415	303	112	51
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	43	70	50	20	11
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	440	1,418	992	426	176
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	177	601	435	166	71
Quebec - Québec	2,483	7,604	5,267	2,337	1,040
Ontario	4,033	16,043	11,428	4,615	2,218
Manitoba	403	1,006	715	291	154
Saskatchewan	336	820	582	238	98
Alberta	1,466	5,101	3,814	1,287	651
British Columbia - Colombie-Britannique	1,499	4,900	3,470	1,430	664
Yukon Territory - Territoire du Yukon	14	52	34	18	8
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	21	52	29	23	8
Total Canada	11,120	38,082	27,119	10,963	5,150

Table 3.11. Wholesale Trade - Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery, Canada, 1995
Tableau 3.11. Commerce de gros - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	16,799	81.33
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	211	1.02
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,135	5.49
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1,684	8.15
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	826	4.00
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,856	18.67
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	20,655	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	14,894	72.11
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,763	8.53
Add: Purchases - Plus: Achats	15,021	72.73
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,890	9.15
Gross Margin - Marge brute	5,761	27.89
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,863	13.86
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,908	9.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	19,665	95.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	990	4.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	65	49	33	16	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13	16	11	5	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	127	186	132	54	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	69	102	78	24	13
Quebec - Québec	1,096	5,200	3,783	1,417	843
Ontario	1,698	10,825	7,826	2,999	1,437
Manitoba	114	265	195	70	41
Saskatchewan	73	160	119	41	22
Alberta	580	1,621	1,055	566	221
British Columbia - Colombie-Britannique	643	2,211	1,648	563	245
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x
Total Canada	4,491	20,655	14,894	5,761	2,863

Table 3.12. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1995
Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	41,657	92.45
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	253	0.56
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	2,846	6.32
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	124	0.28
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	179	0.40
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	3,402	7.55
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	45,059	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	33,938	75.32
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	4,337	9.62
Add: Purchases - Plus: Achats	34,594	76.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,993	11.08
Gross Margin - Marge brute	11,121	24.68
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,548	7.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,114	9.13
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	41,600	92.32
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	3,459	7.68

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	121	143	89	54	17
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	72	63	46	17	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	228	484	361	123	45
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	205	300	204	96	27
Quebec - Québec	2,620	8,809	6,728	2,081	780
Ontario	3,614	19,884	14,838	5,046	1,664
Manitoba	443	1,439	1,088	351	118
Saskatchewan	988	2,820	2,056	764	98
Alberta	1,483	3,926	2,749	1,177	351
British Columbia - Colombie-Britannique	1,862	7,173	5,766	1,407	440
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	5	4	1	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	13	9	4	1
Total Canada	11,657	45,059	33,938	11,121	3,548

Table 3.13. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1995
Tableau 3.13. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	14,531	98.71
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	7	0.04
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	42	0.29
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	88	0.60
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	54	0.37
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	191	1.29
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	14,722	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	13,401	91.03
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	711	4.83
Add: Purchases - Plus: Achats	13,347	90.66
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	658	4.47
Gross Margin - Marge brute	1,321	8.97
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	286	1.94
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	182	1.24
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	13,868	94.21
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	853	5.79

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	-	-	-	-	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	80	589	523	66	19
Ontario	81	1,315	1,198	117	51
Manitoba	171	8,110	7,271	839	73
Saskatchewan	69	2,979	2,802	177	100
Alberta	58	1,128	1,037	91	28
British Columbia - Colombie-Britannique	18	574	547	27	13
Yukon Territory - Territoire du Yukon	-	-	-	-	-
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	-	-	-	-	-
Total Canada	484	14,722	13,401	1,321	286

Table 3.14. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1995
Tableau 3.14. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	37,136	98.20
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation		
Commission Revenue - Commissions	85	0.22
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	22	0.06
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	62	0.16
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	511	1.35
Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation	681	1.80
Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales	37,816	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	31,913	84.39
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,794	4.74
Add: Purchases - Plus: Achats	31,835	84.18
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,715	4.54
Gross Margin - Marge brute	5,903	15.61
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,050	2.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,188	5.79
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	35,151	92.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,665	7.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	84	438	290	148	27
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	31	135	104	31	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	205	1,216	899	317	72
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	176	929	678	251	53
Quebec - Québec	720	5,112	4,139	973	216
Ontario	654	10,478	8,532	1,946	301
Manitoba	343	568	457	111	23
Saskatchewan	304	500	433	67	30
Alberta	802	15,686	14,232	1,454	202
British Columbia - Colombie-Britannique	304	2,596	2,021	575	111
Yukon Territory - Territoire du Yukon	25	56	44	12	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	25	102	84	18	5
Total Canada	3,673	37,816	31,913	5,903	1,050

Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1995
Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	125,493	57.74
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	8,350	3.84
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	133,843	61.58
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	83,510	38.42
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	217,353	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	158,977	73.14
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	29,546	13.59
Add: Purchases - Plus: Achats	160,806	73.98
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	31,376	14.44
Gross Margin - Marge brute	58,377	26.86
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	26,217	12.06
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	22,339	10.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	207,532	95.48
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	9,821	4.52

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	3,911	3,534	2,619	915	376
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	974	943	693	250	99
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6,000	6,489	4,817	1,672	745
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	5,021	5,237	3,924	1,313	563
Quebec - Québec	48,753	51,547	38,138	13,409	5,998
Ontario	59,986	80,083	57,941	22,141	9,648
Manitoba	5,893	7,703	5,737	1,966	885
Saskatchewan	6,265	6,679	4,873	1,806	760
Alberta	17,168	23,086	16,961	6,124	3,024
British Columbia - Colombie-Britannique	22,783	31,278	22,760	8,518	4,027
Yukon Territory - Territoire du Yukon	197	243	168	75	29
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	286	531	343	188	64
Total Canada	177,237	217,353	158,977	58,377	26,217

Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1995
Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	24,752	49.53
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	285	0.57
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	25,038	50.10
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	24,937	49.90
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	49,975	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,571	5.14
Add: Purchases - Plus: Achats	39,685	79.41
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,653	5.31
Gross Margin - Marge brute	10,372	20.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,949	11.90
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	4,010	8.02
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	49,562	99.17
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	413	0.83

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	1,155	1,096	887	209	103
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	157	232	189	43	20
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	910	1,767	1,425	342	171
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	752	1,312	1,056	256	123
Quebec - Québec	6,695	13,147	10,646	2,501	1,299
Ontario	5,497	15,821	12,070	3,752	1,860
Manitoba	830	2,040	1,639	401	245
Saskatchewan	916	1,668	1,333	335	174
Alberta	1,705	5,579	4,457	1,121	851
British Columbia - Colombie-Britannique	2,255	7,121	5,763	1,358	1,081
Yukon Territory - Territoire du Yukon	18	74	53	20	8
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	35	119	86	33	13
Total Canada	20,925	49,975	39,603	10,372	5,949

Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1995
Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,734	83.83
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	243	5.42
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,975	89.25
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	479	10.75
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,454	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,818	63.26
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	280	6.28
Add: Purchases - Plus: Achats	2,836	63.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	298	6.69
Gross Margin - Marge brute	1,636	36.74
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	736	16.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	626	14.05
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,179	93.83
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	275	6.17

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Note: Not reliable for this trade group. - **Nota:** Ne sont pas fiables pour ce groupe de commerce.

Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1995
Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,273	76.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	53	0.44
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	9,326	76.69
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,836	23.31
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,162	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	8,688	71.43
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,826	15.01
Add: Purchases - Plus: Achats	8,716	71.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,854	15.25
Gross Margin - Marge brute	3,474	28.57
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,694	13.93
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,258	10.35
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,640	95.71
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	522	4.29

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	177	276	199	77	38
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	35	71	50	20	10
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	211	504	368	136	69
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	182	433	309	124	59
Quebec - Québec	1,706	2,701	1,960	741	322
Ontario	2,863	4,805	3,386	1,419	689
Manitoba	215	310	223	87	45
Saskatchewan	393	331	239	93	45
Alberta	708	1,080	768	312	155
British Columbia - Colombie-Britannique	755	1,625	1,168	457	260
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	x	x	x	x
Total Canada	7,254	12,162	8,688	3,474	1,694

Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1995
Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	451	26.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2	0.13
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	453	26.29
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	1,269	73.71
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,722	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	957	55.61
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	426	24.73
Add: Purchases - Plus: Achats	995	57.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	463	26.90
Gross Margin - Marge brute	764	44.39
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	298	17.29
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	304	17.68
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,559	90.58
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	162	9.42

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	44	22	13	9	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	87	33	18	14	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	78	35	20	15	6
Quebec - Québec	1,302	621	352	269	119
Ontario	1,331	587	322	265	95
Manitoba	123	49	27	22	7
Saskatchewan	69	37	21	16	6
Alberta	263	128	71	57	21
British Columbia - Colombie-Britannique	383	203	110	93	34
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	2	x	x	x	x
Total Canada	3,695	1,722	957	764	298

Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1995
Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	780	45.72
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	14	0.79
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	794	46.51
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	913	53.49
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	1,707	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	960	56.26
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	463	27.11
Add: Purchases - Plus: Achats	947	55.47
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	449	26.32
Gross Margin - Marge brute	747	43.74
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	292	17.13
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	352	20.63
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	1,605	94.02
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	102	5.98

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	25	17	10	7	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	11	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	56	32	20	12	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	77	30	19	12	4
Quebec - Québec	806	419	245	174	68
Ontario	1,089	668	365	303	127
Manitoba	68	43	25	17	6
Saskatchewan	62	37	22	15	5
Alberta	272	180	103	77	28
British Columbia - Colombie-Britannique	443	272	146	126	46
Yukon Territory - Territoire du Yukon	4	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	1	x	x	x	x
Total Canada	2,914	1,707	960	747	292

Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1995
Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,474	33.18
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	13	0.29
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,487	33.47
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,956	66.53
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	4,443	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,461	55.40
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	670	15.07
Add: Purchases - Plus: Achats	2,511	56.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	720	16.20
Gross Margin - Marge brute	1,982	44.60
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	772	17.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	952	21.42
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,185	94.19
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	258	5.81

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	132	55	29	26	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	275	109	61	49	18
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	283	101	57	44	16
Quebec - Québec	3,233	1,206	662	544	234
Ontario	3,339	1,683	941	742	290
Manitoba	274	122	66	55	18
Saskatchewan	258	100	57	44	15
Alberta	1,089	440	247	194	69
British Columbia - Colombie-Britannique	1,500	609	333	277	101
Yukon Territory - Territoire du Yukon	8	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	7	x	x	x	x
Total Canada	10,431	4,443	2,461	1,982	772

Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1995
Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,907	36.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	34	0.64
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,941	36.67
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	3,353	63.33
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,294	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	2,993	56.53
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,155	21.82
Add: Purchases - Plus: Achats	3,063	57.86
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,225	23.14
Gross Margin - Marge brute	2,301	43.47
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	946	17.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,045	19.73
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	4,984	94.14
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	310	5.86

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	99	47	27	19	7
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	59	19	11	8	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	239	124	72	52	19
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	246	100	58	43	14
Quebec - Québec	2,789	1,525	879	645	323
Ontario	2,713	1,823	1,021	803	328
Manitoba	286	174	97	77	24
Saskatchewan	304	154	86	68	21
Alberta	861	616	333	282	100
British Columbia - Colombie-Britannique	1,099	698	400	298	105
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	x	x	x	x
Total Canada	8,716	5,294	2,993	2,301	946

Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1995
Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,322	48.64
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	311	3.50
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,633	52.13
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	4,254	47.87
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	8,887	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	5,750	64.70
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,958	22.03
Add: Purchases - Plus: Achats	5,874	66.09
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,081	23.42
Gross Margin - Marge brute	3,137	35.30
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,371	15.42
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,576	17.73
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	8,697	97.85
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	191	2.15

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	178	100	64	35	14
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18	19	13	6	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	283	160	101	58	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	262	136	88	48	21
Quebec - Québec	2,839	2,533	1,652	881	383
Ontario	3,199	2,956	1,871	1,085	480
Manitoba	353	267	172	94	39
Saskatchewan	352	231	153	78	37
Alberta	991	1,035	671	363	163
British Columbia - Colombie-Britannique	1,345	1,431	950	481	200
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	x	x	x	x
Total Canada	9,840	8,887	5,750	3,137	1,371

Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1995
Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,879	77.72
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	141	5.81
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	2,020	83.53
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	398	16.47
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	2,418	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	546	22.57
Add: Purchases - Plus: Achats	1,511	62.52
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	600	24.84
Gross Margin - Marge brute	961	39.75
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	409	16.90
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	434	17.96
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	2,299	95.11
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	118	4.89

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	44	15	9	6	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	16	5	3	2	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	137	61	37	24	11
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	84	44	28	16	6
Quebec - Québec	1,264	604	360	244	107
Ontario	1,759	935	561	374	161
Manitoba	93	63	38	25	10
Saskatchewan	118	68	41	27	11
Alberta	355	228	143	85	33
British Columbia - Colombie-Britannique	646	388	233	156	65
Yukon Territory - Territoire du Yukon	2	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	5	x	x	x	x
Total Canada	4,523	2,418	1,457	961	409

Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1995
Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	45,744	90.10
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	4,452	8.77
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	50,196	98.87
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	573	1.13
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	50,769	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	42,080	82.89
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	8,474	16.69
Add: Purchases - Plus: Achats	42,825	84.35
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	9,218	18.16
Gross Margin - Marge brute	8,688	17.11
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,684	7.26
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,441	4.81
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	48,206	94.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,563	5.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	160	607	480	127	46
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	58	188	153	35	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	404	1,306	1,094	212	105
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	271	1,118	942	177	83
Quebec - Québec	2,839	11,461	9,460	2,001	839
Ontario	2,610	19,601	16,286	3,315	1,331
Manitoba	274	1,653	1,411	243	107
Saskatchewan	319	1,561	1,301	260	105
Alberta	627	5,568	4,593	975	468
British Columbia - Colombie-Britannique	861	7,621	6,296	1,326	580
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	x	x	x	x
Total Canada	8,441	50,769	42,080	8,688	3,684

Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1995
Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,486	47.42
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	491	3.11
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	7,977	50.53
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,809	49.47
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	15,786	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	392	2.48
Add: Purchases - Plus: Achats	12,596	79.79
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	410	2.60
Gross Margin - Marge brute	3,209	20.33
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,070	6.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,080	6.84
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	14,727	93.29
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	1,060	6.71

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	380	357	296	61	26
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	103	101	82	19	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	492	463	365	98	44
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	472	478	396	81	36
Quebec - Québec	4,254	3,541	2,815	726	243
Ontario	5,032	5,738	4,749	989	358
Manitoba	674	723	557	165	49
Saskatchewan	697	537	411	126	39
Alberta	1,767	1,616	1,228	388	120
British Columbia - Colombie-Britannique	1,857	2,181	1,638	543	142
Yukon Territory - Territoire du Yukon	28	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	20	x	x	x	x
Total Canada	15,776	15,786	12,577	3,209	1,070

Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1995
Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,470	78.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,789	14.79
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	11,259	93.06
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	840	6.94
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	12,099	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,781	56.05
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,592	13.16
Add: Purchases - Plus: Achats	6,904	57.06
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,714	14.16
Gross Margin - Marge brute	5,318	43.95
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,550	21.08
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,995	16.49
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	11,327	93.61
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	773	6.39

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	424	180	112	68	33
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	111	62	38	24	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	682	314	191	123	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	681	332	213	119	57
Quebec - Québec	6,908	3,096	1,868	1,227	572
Ontario	8,728	4,533	2,509	2,023	981
Manitoba	694	388	217	171	87
Saskatchewan	830	400	221	179	81
Alberta	2,614	1,432	756	675	333
British Columbia - Colombie-Britannique	2,907	1,330	636	694	332
Yukon Territory - Territoire du Yukon	24	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	22	x	x	x	x
Total Canada	24,625	12,099	6,781	5,318	2,550

Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1995
Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,830	8.05
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	30	0.14
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	1,860	8.19
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	20,876	91.81
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	22,736	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	16,877	74.23
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,963	17.43
Add: Purchases - Plus: Achats	17,144	75.41
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,230	18.61
Gross Margin - Marge brute	5,858	25.77
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,754	12.11
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	2,792	12.28
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	22,423	98.62
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	313	1.38

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	302	429	303	126	46
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	44	97	70	27	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	275	716	546	170	79
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	292	567	405	162	60
Quebec - Québec	1,394	4,623	3,444	1,179	535
Ontario	2,426	8,519	6,254	2,265	1,139
Manitoba	298	1,008	757	251	119
Saskatchewan	311	860	634	226	114
Alberta	491	2,379	1,796	583	258
British Columbia - Colombie-Britannique	538	3,293	2,516	776	364
Yukon Territory - Territoire du Yukon	9	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	79	x	x	x	x
Total Canada	6,459	22,736	16,877	5,858	2,754

Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1995
Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,972	68.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	106	1.44
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	5,078	69.46
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,232	30.54
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	7,310	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	4,498	61.54
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,754	24.00
Add: Purchases - Plus: Achats	4,578	62.62
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,834	25.09
Gross Margin - Marge brute	2,812	38.46
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,162	15.89
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,267	17.33
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	6,927	94.76
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	383	5.24

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	342	123	83	40	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	129	45	28	16	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	671	216	129	87	37
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	475	153	98	55	25
Quebec - Québec	3,717	1,675	1,115	559	248
Ontario	5,726	2,776	1,660	1,115	443
Manitoba	560	196	118	77	29
Saskatchewan	488	221	137	84	34
Alberta	1,783	689	409	280	111
British Columbia - Colombie-Britannique	2,349	1,188	702	486	203
Yukon Territory - Territoire du Yukon	28	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	33	x	x	x	x
Total Canada	16,301	7,310	4,498	2,812	1,162

Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1995
Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,319	55.87
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	195	3.29
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	3,514	59.16
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	2,426	40.84
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	5,940	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	3,620	60.93
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,007	33.78
Add: Purchases - Plus: Achats	3,713	62.51
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,100	35.36
Gross Margin - Marge brute	2,320	39.07
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,062	17.87
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	899	15.14
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	5,580	93.95
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	360	6.05

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	126	45	28	16	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	38	15	8	7	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	309	143	84	58	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	301	96	59	38	16
Quebec - Québec	2,654	1,152	709	443	205
Ontario	4,709	2,279	1,388	891	407
Manitoba	355	211	132	79	40
Saskatchewan	355	161	92	69	30
Alberta	1,255	744	452	291	138
British Columbia - Colombie-Britannique	1,882	1,074	654	420	184
Yukon Territory - Territoire du Yukon	23	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	14	x	x	x	x
Total Canada	12,021	5,940	3,620	2,320	1,062

Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1995
Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1995

Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
Revenues - Recettes		
Independent Stores - Magasins indépendants		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,105	35.21
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	192	1.65
Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants	4,297	36.86
Chain Stores - Magasins à succursales		
Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales	7,356	63.14
All Stores - Tous les magasins		
Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins	11,653	100.00
Expenses - Dépenses		
Cost of Goods Sold - Prix de revient	6,856	58.83
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,471	12.62
Add: Purchases - Plus: Achats	6,909	59.29
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,524	13.08
Gross Margin - Marge brute	4,797	41.17
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,470	12.62
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation and Interest) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation et l'intérêt)	1,309	11.23
Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation	9,634	82.68
Operating Profit - Bénéfice d'exploitation	2,018	17.32

Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	205	134	54	80	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	102	52	26	26	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	610	400	207	193	50
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	336	243	147	96	23
Quebec - Québec	3,331	1,843	1,065	778	264
Ontario	5,780	5,393	3,297	2,095	661
Manitoba	546	346	188	158	42
Saskatchewan	557	263	94	168	36
Alberta	1,767	1,216	854	362	141
British Columbia - Colombie-Britannique	2,611	1,722	905	816	229
Yukon Territory - Territoire du Yukon	14	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	24	x	x	x	x
Total Canada	15,883	11,653	6,856	4,797	1,470

Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Food Products - Produits alimentaires	15.28	12.96	15.20	3.26
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	10.16	7.51	26.05	7.42
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5.47	3.94	28.12	8.04
Household Goods - Articles ménagers	5.38	4.12	23.48	2.51
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6.74	5.51	18.25	1.54
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.99	5.54	20.75	5.11
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	6.79	5.46	19.66	-0.51
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	3.96	3.18	19.87	7.47
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	5.80	4.13	28.79	5.77
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	11.31	8.15	27.89	4.79
Other Products - Produits divers	9.66	7.28	24.68	7.68
Grain - Céréales	21.51	19.58	8.97	5.79
Petroleum Products - Produits pétroliers	21.55	18.19	15.61	7.05
All Groups - Tous les groupes	8.94	7.06	21.02	5.01

Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1995
Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Operating Profit Bénéfice d'exploitation
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	19.13	15.16	20.75	0.83
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	15.41	9.76	36.74	6.17
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.61	4.72	28.57	4.29
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.87	2.15	44.39	9.42
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	3.74	2.11	43.74	5.98
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	6.40	3.54	44.60	5.81
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4.45	2.51	43.47	5.86
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.40	2.85	35.30	2.15
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	4.22	2.54	39.75	4.89
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5.74	4.76	17.11	5.05
Gasoline Service Stations - Stations-service	39.38	31.39	20.33	6.71
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	7.32	4.10	43.95	6.39
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.55	4.12	25.77	1.38
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.07	2.51	38.46	5.24
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	2.89	1.76	39.07	6.05
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	7.78	4.58	41.17	17.32
All Stores - Ensemble des magasins	7.14	5.22	26.86	4.52

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
501	Farm Products - Produits agricoles	18,423
5011	Livestock - Bétail	1,189
5012	Grain - Céréales	14,722
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	2,512
511	Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816
521	Food - Produits alimentaires	44,135
5211	Confectionery - Confiseries	693
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	1,405
5213	Dairy Products - Produits laitiers	1,754
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	434
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	2,246
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	3,651
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	4,375
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	29,577
522	Beverages - Boissons	3,861
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	999
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	2,862
523	Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette	10,060
5231	Drugs - Médicaments	7,165
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,567
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,328
524	Tobacco Products - Produits du tabac	4,166
531	Apparel - Vêtements	4,452
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons	681
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	1,394
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	383
5314	Footwear - Chaussures	899
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,095
532	Dry Goods - Tissus et articles de mercerie	1,593
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,364
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	229
541	Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareils ménagers électriques et électroniques et leurs pièces	4,938
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,405
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,533
542	Household Furniture - Meubles de maison	512
543	Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement	2,434
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	390
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,404
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	244
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	396
551	Motor Vehicles - Véhicules automobiles	13,415
5511	Automobiles - Automobiles	7,942
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	3,966
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,507
552	Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles	13,796
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	2,947
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles	10,849

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995 - Continued
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995 - suite

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
561	Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal	8,037
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier	3,413
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	2,447
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	979
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	1,198
562	Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	10,887
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	5,777
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	5,110
563	Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	12,539
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	1,316
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	8,191
571	Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379
572	Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction	5,997
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,785
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	3,212
573	Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels	9,869
574	Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	27,125
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	5,478
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	436
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	4,538
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels	16,117
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	556
579	Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	15,746
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	6,671
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,859
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	3,978
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.	3,238
591	Waste Materials - Matières de rebut	5,205
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	592
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	4,613
592	Paper and Paper Products - Papier et produits du papier	5,170
5921	Newsprint - Papier journal	--
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,474
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	3,696
593	Agricultural Supplies - Fournitures agricoles	7,126
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	1,671
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	975
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	4,480
594	Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport	3,089
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	1,084
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	2,005

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.1. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1995 - Concluded
Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1995 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
595	Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments et accessoires de musique	2,177
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	852
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,325
596	Jewellery and Watches - Bijoux et montres	792
597	Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel	6,946
598	General Merchandise - Marchandise générale	729
599	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	15,523
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,516
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	x
5993	Forest Products - Produits forestiers	611
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	7,990

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
601	Food Stores - Magasins d'alimentation	54,430
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	39,315
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	10,660
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	844
6014	Candy and Nut Stores - Confiseries et magasins de noix	...
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	...
6016	Meat Markets - Marchés de viande	1,062
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.e.c.a.	1,181
602	Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière	6,296
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	x
6022	Wine Stores - Magasins de vin	x
6023	Beer Stores - Magasins de bière	x
603	Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnance et de médicaments brevetés	12,161
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,811
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	...
611	Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722
612	Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707
613	Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames	4,443
614	Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.e.c.a.	4,693
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	429
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	95
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.e.c.a.	4,169
615	Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés	601
621	Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison	4,619
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,919
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,547
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	153
622	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	4,269
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	840
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	2,987
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	442
623	Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,216
6232	Drapery Stores - Magasins de tentures	222
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	980

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995 - Continued
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995 - suite

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
631	Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles	45,880
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles neuves	42,990
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	2,890
632	Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir	4,890
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	...
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	2,046
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
633	Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786
634	Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles	5,678
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,598
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	2,080
635	Motor Vehicle Repair Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles	5,967
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	2,794
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,689
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	498
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	...
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	...
639	Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles	455
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.c.a.	...
641	General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736
6411	Department Stores - Magasins à rayons	13,303
6412	General Stores - Magasins généraux	5,889
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,544
651	Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries	1,532
652	Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage	1,072
6521	Florist Shops - Fleuristes	569
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	503
653	Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint	2,771
6531	Hardware Stores - Quincailleries	2,009
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	762
654	Sporting Goods and Bicycle Shops - Magasins d'articles de sport et bicyclettes	2,889
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,670
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	...
655	Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques	1,258
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	387
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	871

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 6.2. Total Operating Revenue by Industry Classes and Subgroups based on the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1995 - Concluded
Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon les groupes et classes de la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1995 - fin

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) ¹ Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) ¹
656	Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,289
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	1,176
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	...
657	Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques	504
658	Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,934
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	759
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	1,175
659	Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	5,358
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.e.c.a.	490
6592	Opticians' Shops - Opticiens	729
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	...
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	...
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	...
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	571
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	190
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.e.c.a.	2,512

¹ See Estimation in "Methodology".

¹ Voir Estimation dans "Méthodologie".

Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1995
Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Household Consumers for Personal Use Consommateurs ménagers pour usage personnel	Retailers for Resale Détailants pour la revente	Industrial, Commercial and Other Non-Household Users Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Other Wholesalers for Resale Autres grossistes pour la revente	Farmers for Use in Farm Production Agriculteurs pour la production agricole	Foreign Markets Marchés étrangers
		percentage - pourcentage					
Food Products - Produits alimentaires	44,137	3.1	68.2	8.8	17.3	0.1	2.5
Beverage, Drug and tobacco products - Boissons, médicaments et tabac	18,086	2.2	75.0	7.9	14.0	0.0	0.9
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	6,044	2.8	68.3	11.2	13.7	0.0	4.0
Household Goods - Articles ménagers	7,883	3.4	60.6	20.3	14.1	0.5	1.1
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	27,210	2.5	41.6	24.5	21.8	0.5	9.1
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	18,924	1.0	22.0	51.1	14.1	1.2	10.6
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	22,046	18.6	20.3	31.1	11.1	1.6	17.3
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	6,379	5.8	6.6	5.9	9.6	64.5	7.6
Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	38,082	1.9	13.7	68.0	10.6	1.3	4.5
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	20,655	4.6	13.2	45.0	21.8	0.2	15.2
Other Products - Produits divers	45,059	2.3	22.9	33.1	19.6	8.1	14.0
Grain - Céréales	14,722	0.3	4.0	13.8	11.4	6.3	64.2
Petroleum Products - Produits pétroliers	37,816	6.3	24.0	26.2	29.6	4.7	9.2
All Groups - Tous les groupes	307,043	4.1	33.9	30.0	17.5	3.7	10.8

Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1995
Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue Contribution aux recettes d'exploitation totales		Number of Locations Nombre d'emplacements	
		Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants	Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants
		percentage - pourcentage	percentage - pourcentage	number - nombre	number - nombre
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	49,975	49.90	50.10	3,938	16,987
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	4,454	10.75	89.25	695	8,738
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,162	23.31	76.69	845	6,409
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,722	73.71	26.29	2,055	1,640
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,707	53.49	46.51	992	1,922
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	4,443	66.53	33.47	5,115	5,316
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	5,294	63.33	36.67	3,303	5,413
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,887	47.87	52.13	1,853	7,987
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,418	16.47	83.53	522	4,001
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	50,769	1.13	98.87	43	8,398
Gasoline Service Stations - Stations-service	15,786	49.47	50.53	5,768	10,008
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	12,099	6.94	93.06	921	23,704
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	22,736	91.81	8.19	3,623	2,836
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	7,310	30.54	69.46	2,473	13,828
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,940	40.84	59.16	2,814	9,207
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	11,653	63.14	36.86	4,948	10,935
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	217,353	38.42	61.58	39,908	137,329

Table 9.0. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada¹, 1989-1995 (base year 1986 = 100)
Tableau 9.0. Commerce de détail - Indices de prix divers¹, Canada, 1989-1995 (année de base 1986 = 100)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	114.0	119.5	126.2	128.1	130.4	130.7	133.5
Food Purchased from Stores Price Index - Indice des prix des aliments achetés au magasin	109.9	114.2	116.9	115.2	117.3	117.4	120.5
Clothing & Footwear Price Index - Indice des prix des vêtements et des chaussures	114.1	117.3	128.4	129.5	130.8	131.8	131.8
Household Furnishings Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement	110.7	112.9	117.3	117.9	119.0	119.3	121.6
Gasoline Price Index - Indice de prix de l'essence	110.3	126.6	124.7	120.2	118.4	117.0	122.4
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	112.4	112.8	110.6	115.1	120.1	128.0	135.5
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	112.8	119.8	127.1	128.0	130.0	124.6	126.5
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	114.1	117.3	128.3	129.1	130.4	131.6	132.5
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	111.8	112.5	112.4	113.7	116.4	120.7	124.5

¹ Source: Prices Division.

¹ Source: Division des prix.

Note: There are no comparable Price Indices for Wholesale Trade.

Nota: Il n'y a pas d'indices de prix comparable pour le commerce de gros.

Methodology

Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Distributive Trades Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

A. Populations

Target Population

The AWRTS target population consists of all Canadian domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

Survey Population

The survey population is the collection of all units from which the survey can realistically obtain information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

Méthodologie

Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division des statistiques du commerce de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

A. Populations

Population cible

La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada. L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournie auparavant.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all Wholesale companies and a subset of retail companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the five Statistics Canada regional offices, or the Operations & Integration Division in Ottawa. Sampled companies provide data by diskette, mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analysed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies de gros et une portion (sous-ensemble) des compagnies du commerce de détail échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quel moment pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuer un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimations pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confiée un poids d'échantillon de cinq.

C. La collecte des données

Les cinq bureaux régionaux de Statistique Canada ainsi que la Division des opérations et de l'intégration à Ottawa font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. Les entreprises échantillonnées fournissent leurs données soit sur disquette, par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmises à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.

D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection manuelle

priority decided by the size of the deviation from average behaviour. These outliers are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

Estimates are imputed for companies who were unable to respond on time, provided some unreliable reported values or ceased their activities during the year. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. There are three methods of imputation: deterministic (when only one value will satisfy the validity rules), imputation by estimation (for example, using the mean value for the trade group by province) or donor (when data from other companies of a similar profile provide the basis for imputing estimates). Imputation by estimation often makes use of historical annualized MWRTS or AWRTS data. If there are insufficient data for an imputation cell (e.g. trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells. Donor imputation is only used as a last resort.

E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of the businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

selon un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui ont des valeurs aberrantes ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

Des estimations sont imputées pour les compagnies qui n'ont pas pu répondre à temps, fournissent des valeurs douteuses ou ont cessé leurs activités durant l'année. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Il existe trois méthodes d'imputation: déterministe (lorsqu'une seule valeur satisfait les règles de validité), par estimation (par exemple, en utilisant une valeur moyenne pour le groupe de commerce par province) ou par donneur (lorsque des données d'autres compagnies avec un profil similaire ont servi de base pour des estimations à imputer). L'imputation par estimation requiert souvent des données historiques annuelles provenant de l'EMCGD ou de l'EACGD. S'il y a un nombre insuffisant de données pour une cellule d'imputation (exemple, un groupe de commerce dans une région géographique), la cellule est automatiquement gonflée en l'associant avec d'autres cellules semblables. L'imputation par donneur est utilisée en dernier ressort.

E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subséquemment pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faites à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacement. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30,000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.

Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 1.0%	Very good
B -	1.1% - 2.5%	Good
C -	2.6% - 5.0%	Good
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreur, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basés sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'une enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimation à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimation est l'écart-type estimation (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimatione comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimations sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 1.0%	Très bonne
B -	1.1% - 2.5%	Bonne
C -	2.6% - 5.0%	Bonne
D -	5.1% - 10.0%	Acceptable
E -	10.1% - 16.5%	Acceptable

B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rate can be used as indicators of the potential level of non-sampling errors.

Some non-sampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (under coverage), or counted more than once (over coverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (over coverage).

Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimations de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.

Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité des données fournissent les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de \$10 millions, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation est bas et que la fraction de réponse est élevée, meilleure est l'estimation publiée.

Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1995
Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage -	pourcentage		
Food Products - Produits alimentaires	85.35	90.71	792	1.6(B)
Beverage, Drug and Tobacco Products - Boissons, médicaments et tabac	83.88	85.66	273	2.7(C)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	84.72	92.62	746	11.3(E)
Household Goods - Articles ménagers	86.54	93.96	364	4.4(C)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	85.03	89.91	561	2.6(C)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	84.72	92.68	504	4.1(C)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	85.35	88.85	737	3.5(C)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	84.05	88.03	608	3.4(C)
Industrial and other Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels et autres	84.81	84.96	1,323	2.6(C)
Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery - Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	78.72	70.90	564	3.8(C)
Other Products - Produits divers	82.95	83.98	1,818	2.8(C)
Grain - Céréales	84.62	86.67	65	4.7(C)
Petroleum Products - Produits pétroliers	81.68	66.34	262	12.6(E)
All Groups - Tous les groupes	84.01	84.59	8,620	1.6(B)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, 1995
Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité des données - Commerce de gros par province ou territoires, 1995

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage -	pourcentage		
Newfoundland - Terre-Neuve	85.88	96.88	296	3.7(C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	84.80	98.48	203	2.4(B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	86.31	97.95	416	3.6(C)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	82.65	91.09	307	2.5(B)
Quebec - Québec	86.18	95.64	1,742	2.1(B)
Ontario	85.32	94.11	2,929	1.5(B)
Manitoba	84.02	94.42	582	1.0(A)
Saskatchewan	84.67	86.48	403	3.3(C)
Alberta	83.81	91.76	810	9.7(D)
British Columbia - Colombie-Britannique	84.69	98.53	803	2.5(B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	75.44	94.55	53	0.6(A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	77.22	98.07	76	1.3(B)

¹ See "Data Quality" for description..

¹ Voir "Qualité des données" pour la description..

Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1995
Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1995

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage -	pourcentage		
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	81.43	91.79	2,063	1.5(B)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	74.31	81.66	942	8.2(D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	84.53	91.89	1,280	3.3(C)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	82.55	91.90	298	8.9(D)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	82.91	88.18	316	3.5(C)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	78.32	85.54	559	2.8(C)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	79.89	82.11	741	3.0(C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	81.84	81.26	1,250	2.5(B)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	79.35	79.44	949	3.5(C)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	89.66	93.52	1,557	4.7(C)
Gasoline Service Stations - Stations-service	78.74	91.56	1,204	3.0(C)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	80.13	86.22	2,239	2.5(C)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	80.22	97.79	465	
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	79.86	80.41	1,981	0.5(A)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	81.77	84.98	1,333	2.7(C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	80.18	92.35	1,973	1.6(B)
Total, All Stores - Total, ensemble des magasins	81.15	90.37	19,150	1.2(B)

¹ See "Data Quality" for description..

¹ Voir "Qualité des données" pour le description.

Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, 1995
Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité des données - Commerce de détail, par province ou territoire, 1995

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation ¹
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation ¹ des recettes d'exploitation totales
	percentage -	pourcentage		
Newfoundland - Terre-Neuve	84.19	99.41	1,130	1.9(B)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	87.50	99.67	445	1.7(B)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83.79	98.47	1,164	2.3(B)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	84.95	98.76	1,109	2.4(B)
Quebec - Québec	80.50	98.13	3,962	2.1(B)
Ontario	82.93	98.96	3,892	2.2(B)
Manitoba	81.82	98.54	1,307	2.3(B)
Saskatchewan	84.78	98.34	971	2.0(B)
Alberta	81.14	98.95	2,051	6.6(D)
British Columbia - Colombie-Britannique	82.57	98.58	2,715	2.0(B)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	77.33	99.64	200	0.6(A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	74.14	99.62	204	3.1(C)

¹ See "Data Quality" for description.

¹ Voir "Qualité des données" pour la description.

Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Wholesale Trade Section (613) 951-0062 or the Retail Trade section at (613) 951-5705 (facsimile number for both (613) 951-3522).

Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification type des industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la Section du commerce de gros (613) 951-0062 ou la Section du commerce de détail au (613) 951-5705 (numéro de télécopieur pour les deux (613) 951-3522).

Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recouvrements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.

Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

Wholesale Trade - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers. Excludes agents and brokers.

Retail Trade - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Reporting period - The 1995 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1995 and March 31, 1996.

Kind-of-business - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

Sales - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Sales by class of customer - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers (not for business use); retailers; wholesalers; industrial,

Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

Commerce de gros - La vente de marchandises à son propre compte aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs. Sont exclus les activités d'agents et de courtiers.

Commerce de détail - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail. Ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail: par exemple, les ventes directes par démarchage; les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs; les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques; et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Période de déclaration - L'année civile 1995 ou tout exercice financier se terminant entre le 1^{er} avril 1995 et le 31 mars 1996.

Genre de commerce - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

Ventes - Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de vente directes sont exclues.

Ventes par type de clientèle - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux

commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

Sales of goods purchased for resale on own account - Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

Commission revenue - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

Sales of goods of own manufacture - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

Labour receipts from installation and repair of goods - Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

Revenues from rental and leasing of goods and equipment - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

Other operating revenue - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

Total operating revenue - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

Non-operating revenue - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

Purchases - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents, import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

Cost of goods sold - This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing inventory.

grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte - Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Commissions - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

Ventes de produits de propre fabrication - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

Recettes provenant de la location de biens et de matériel - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

Autres recettes d'exploitation - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toutes autres recettes d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

Recettes d'exploitation totales - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

Recettes hors exploitation - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

Achats - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

Prix de revient - On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

Gross margin - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

Employee earnings and benefits - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Other operating expenses - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

Opening and closing inventories - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded. Inventory data can be reported at cost price, market price (current replacement cost), lower of cost or market price, or selling.

Retail location - A business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc..

Chain organization - An organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an **independent organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

Number of Locations - Locations that contributed to the total operating revenue during the reporting period irrespective of the length of time they were opened.

Operating Profit - This value is obtained by calculating: Total operating revenue - total operating expenses.

Marge brute - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

Rémunération et avantages sociaux des employés - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages imposables. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Autres dépenses d'exploitation - Inclus le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

Stocks d'ouverture et de fermeture - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses. Les données sur les stocks peuvent être déclarées au prix coûtant, au prix du marché (au coût courant de remplacement), plus bas que le prix coûtant ou du marché et au prix de vente.

Point de vente au détail - Un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc..

Entreprise de magasins à succursales - Toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des **entreprises indépendantes**. Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales.

Nombre de locaux d'affaires - Locaux qui ont contribué aux recettes d'exploitation totales durant la période de déclaration sans égard à la durée de leur contribution.

Bénéfice d'exploitation - On obtient cette donnée en calculant: recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

Profit Margin - This value is obtained by calculating:
 $\text{Operating profit} \div \text{total operating revenue}$.

Operating Revenue to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: $\text{Total operating revenue} \div ((\text{Opening Inventory} + \text{Closing Inventory}) \div 2)$.

Cost of Goods Sold to Inventory Ratio - This value is obtained by calculating: $\text{Cost of Goods Sold} \div ((\text{Opening Inventory} + \text{Closing Inventory}) \div 2)$.

Employee - Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

Marge de profit - On obtient cette donnée en calculant:
 $\text{Bénéfice d'exploitation} \div \text{recettes d'exploitation totales}$.

Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: $\text{Recettes d'exploitation totales} \div ((\text{Stocks d'ouverture} + \text{Stocks de fermeture}) \div 2)$.

Ratio du prix de revient aux inventaires - On obtient cette donnée en calculant: $\text{Prix de revient} \div ((\text{Stocks d'ouverture} + \text{Stocks de fermeture}) \div 2)$.

Salarié - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.

Appendix I

Appendice I



Industry Division

Annual Wholesale and Retail Trade Survey 1995

Si vous préférez recevoir ce questionnaire en français, veuillez téléphoner au numéro approprié indiqué dans la section 2.

Correct pre-printed information if necessary using the corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business Name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal code

1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING

AUTHORITY
Collected under the authority of the Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

PURPOSE OF THE SURVEY
Data collected by this survey are used to provide aggregated industry information required by governments to develop national and regional economic programs and policies. This information is also used by the private sector to assist in decision making and to assess business conditions. The results of this survey are published in Statistics Canada catalogue number 63-236.

CONFIDENTIALITY
Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information obtained from this survey that relate to any identifiable business without the previous written consent of that business. The data reported

on this questionnaire will be treated in strict confidence. They will be used exclusively for statistical purposes and will be published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

DATA SHARING AGREEMENTS
To avoid duplication of enquiry and to provide consistent statistics, agreements have been made under Section 11 of the Statistics Act, to exchange information collected by this survey with the Bureaus of Statistics of Alberta and Manitoba. Agreement has also been made under Section 12 of the Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics for the sharing of information from this survey. Under Section 12, you may refuse to share your information with the Northwest Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician and returning your letter of objection along with the completed questionnaire.

2 - INQUIRIES

If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please call the nearest Statistics Canada Regional Office.

	LOCAL	TOLL FREE	FAX
Halifax	426 - 5662	1 - 800 - 565 - 1685	902 - 426 - 8292
Montréal	283 - 5724	1 - 800 - 363 - 6720	514 - 283 - 7969
Toronto	954 - 9069	1 - 800 - 263 - 3072	416 - 973 - 6524
Edmonton	495 - 4627	1 - 800 - 661 - 9884	403 - 495 - 4788
Vancouver	666 - 2100	1 - 800 - 663 - 0172	604 - 666 - 6495

3 - REPORTING PERIOD

Please report for your 1995 fiscal year (*normal business year*) ending any time between April 1, 1995 and March 31, 1996

FROM	D	M	Y	TO	D	M	Y
------	---	---	---	----	---	---	---

4 - KIND OF BUSINESS

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the estimated percentage of total operating revenue

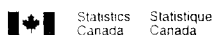
4.1	1.		%
4.2	2.		%
4.3	3.		%

5 - REVENUE BY CLASS OF CUSTOMER

Indicate the estimated percentage of total operating revenue:

5.1	Made to households or individuals for personal use		%
5.2	Made to retail businesses		%
5.3	Made to wholesale businesses		%
5.4	Made to industrial, commercial and other business users		%
5.5	Made to farmers, for farm operations		%
5.6	Made to clients outside Canada (exports)		%
5.7	Total	100	%

5-3100-1887.1 1995-11-27 STC/ND-375-75008



6 - REVENUE		
6.1	Sales of goods purchased for resale (Report gross sales of new and / or used goods less returns, discounts, provincial sales taxes and GST. Do not deduct the value of trade-ins)	\$.00
6.2	Commission revenue (Gross earnings from selling and buying goods on account of others)	\$.00
6.3	Sales of goods of own manufacture	\$.00
6.4	Labour receipts from installation and repair of goods (Report parts in (6.1) above)	\$.00
6.5	Revenue from rental and leasing of goods and equipment	\$.00
6.6	Other operating revenue (such as rental from real estate, food serving and other service activities)	\$.00
6.7	Total Operating Revenue (Sum of 6.1 to 6.6 above)	\$.00
6.8	Non-operating revenue (such as subsidies, interest, dividends and gains on disposal of investments and capital assets)	\$ -.00
6.9	Total Revenue (Sum of 6.7 and 6.8)	\$.00

7 - COST OF GOODS SOLD		
7.1	Opening inventory	\$.00
7.2	Purchases of new and used goods for resale (include freight-in and the value of goods taken in trade, less returns and discounts.)	\$.00
7.3	Closing inventory	\$.00
7.4	Cost of goods sold (Sum of 7.1 and 7.2) less 7.3	\$.00

8 - EXPENSES		
8.1	Salaries, wages and benefits: (include bonuses, commissions and any other payments to employees. Report gross payments before deductions for such items as income tax, pension plans, U.I. premiums)	\$.00
8.2	Depreciation on buildings and other fixed assets	\$.00
8.3	Interest expenses	\$.00
8.4	Other expenses (Exclude income taxes)	\$.00
8.5	Total expenses (Sum of 8.1 to 8.4)	\$.00

9 - LOCATIONS AND PROVINCIAL DISTRIBUTION		
9.1	Indicate the number of trading locations operated in Canada during your reporting period, irrespective of the length of time they were open.	→
9.2	Do you operate in more than one province? <input type="checkbox"/> No ▶ Skip to 10 <input type="checkbox"/> Yes ▶ If yes, report the following items.	

Province / Territory	Trading Locations (9.1)	Operating Revenue (6.7)	Salaries, Wages and Benefits (8.1)	Cost of Goods Sold (7.4)
	Number	\$ or %	\$ or %	\$ or %
Newfoundland				
Prince Edward Island				
Nova Scotia				
New Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
British Columbia				
Yukon Territory				
Northwest Territories				
Canada				

10 - CERTIFICATION		
I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief.		
Signature of authorized person	Title	Date
Name of contact for further information	Telephone no. (Area)	Facsimile no. (Area)

5-3100-1887.1





Division de l'industrie

Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1995

If you prefer this questionnaire in English, please call the appropriate number indicated in section 2.

Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal

1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE

AUTORITÉ

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

BUT DE L'ENQUÊTE

Les données recueillies par cette enquête sont requises par les différents paliers de gouvernements pour élaborer des programmes économiques nationaux et régionaux. Le secteur privé se sert de ces données pour élaborer des décisions d'affaires et pour évaluer les conditions du marché. Les résultats de cette enquête sont publiés dans le catalogue 63-236 de Statistique Canada.

CONFIDENTIALITÉ

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques qui pourraient divulguer tout renseignement permettant d'identifier une entreprise sans que celle-ci en ait donné l'autorisation par écrit au préalable. Les données du questionnaire demeureront confidentielles. Elles ne serviront

qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme agrégée seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer l'uniformité des données, Statistique Canada a conclu une entente en vue de l'échange des données de la présente enquête, avec les bureaux de la statistique de l'Alberta et du Manitoba, aux termes de l'article 11 de la Loi sur la statistique et avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest, aux termes de l'article 12 de la Loi sur la statistique. En vertu de l'article 12, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest en informant par écrit le statisticien en chef et en retournant votre lettre et le questionnaire dûment rempli.

2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

	APPEL LOCAL	SANS FRAIS	TÉLÉCOPIEUR
Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou si vous avez des questions concernant l'enquête, adressez-vous au bureau régional de Statistique Canada le plus près.	Halifax 426 - 5662 Montréal 283 - 5724 Toronto 954 - 9069 Edmonton 495 - 4627 Vancouver 666 - 2100	1 - 800 - 565 - 1685 1 - 800 - 363 - 6720 1 - 800 - 263 - 3072 1 - 800 - 661 - 9884 1 - 800 - 663 - 0172	902 - 426 - 8292 514 - 283 - 7969 416 - 973 - 6524 403 - 495 - 4788 604 - 666 - 6495

3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION

Veillez déclarer votre année financière de 1995 (*année d'affaire*) se terminant à n'importe quelle date entre le 1er avril 1995 et le 31 mars 1996. DU

J M A AU J M A

4 - GENRE D'EXPLOITATION

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales.


		%
4.1	1.	%
4.2	2.	%
4.3	3.	%

5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE

Indiquez le pourcentage des recettes d'exploitation totales:

		%
5.1	Faites aux ménages et individus pour usages personnels	%
5.2	Faites aux détaillants	%
5.3	Faites aux grossistes	%
5.4	Faites aux industriels, commerçants et autres consommateurs	%
5.5	Faites aux agriculteurs, pour la production agricole	%
5.6	Faites aux exportateurs	%
5.7	Total	100 %

5-3100-1887-2 1995-11-27 SQC/IND-375-75008

 Statistique Canada / Statistics Canada

Canada

6 - RECETTES				
6.1	Ventes de marchandises achetées pour la revente (Déclarez les ventes brutes de marchandises neuves ou d'occasion, moins les rendus, les ajustements, les taxes de vente provinciales et la TPS. Ne déduisez pas la valeur des reprises.)	\$.00
6.2	Commissions (Revenu brut de l'achat ou de la vente de marchandises pour le compte d'autrui)	\$.00
6.3	Ventes de produits de propre fabrication	\$.00
6.4	Recettes de main-d'œuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens (Déclarez les pièces au point (6.1) ci-dessus)	\$.00
6.5	Recettes provenant de la location de biens et de matériel	\$.00
6.6	Autres recettes d'exploitation (Ex. location de biens immobiliers, prestation de services de restauration et d'autres services)	\$.00
6.7	Recettes d'exploitation totales (Somme de 6.1 à 6.6)	\$.00
6.8	Recettes hors exploitation (Ex. subventions, intérêts et dividendes, et gains résultant de la vente de biens immobiliers et de placements)	\$.00
6.9	Recettes totales (Somme de 6.7 et 6.8)	\$.00
7 - COÛT DES VENTES				
7.1	Stocks d'ouverture	\$.00
7.2	Achats de marchandises neuves ou d'occasion pour la revente (Inclure les frais de transport, la valeur des reprises, moins les rendus, les ajustements et les rabais.)	\$.00
7.3	Stocks de fermeture	\$.00
7.4	Coût des ventes (Somme de 7.1 plus 7.2) moins 7.3	\$.00
8 - DÉPENSES				
8.1	Salaires, traitements et avantages sociaux (Inclure les primes, commissions et autres paiements versés aux employés. Déclarez les paiements bruts avant les retenues tels que l'impôt sur le revenu, les régimes de pensions, les primes d'assurance-chômage)	\$.00
8.2	Dépenses d'amortissement sur les immobilisations	\$.00
8.3	Dépenses d'intérêts	\$.00
8.4	Autres dépenses (Exclure les impôts)	\$.00
8.5	Dépenses totales (Somme de 8.1 à 8.4)	\$.00
9 - EMBLEMES ET RÉPARTITION PROVINCIALE				
9.1	Indiquez le nombre d'emplacements exploités au Canada durant votre période de déclaration, peu importe la durée d'ouverture de ces emplacements.			
9.2	Exploitez-vous votre commerce dans plus d'une province? <input type="checkbox"/> Non ► Passez à 10 <input type="checkbox"/> Oui ► Si oui, fournissez les données suivantes:			
Province / Territoire	Emplacements (9.1)	Recettes d'exploitation totales (6.7)	Salaires, traitements et avantages sociaux des employés (8.1)	Coût des ventes (7.4)
	Nombre	\$ ou %	\$ ou %	\$ ou %
Terre-Neuve				
Île-du-Prince-Édouard				
Nouvelle-Écosse				
Nouveau-Brunswick				
Québec				
Ontario				
Manitoba				
Saskatchewan				
Alberta				
Colombie-Britannique				
Territoire du Yukon				
Territoires du Nord-Ouest				
Canada				
10 - ATTESTATION				
J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je le sache, complets et exacts.				
Signataire autorisé		Fonction		Date
Pour plus de renseignements, contactez		N° de téléphone (Indicatif)	N° de télécopieur (Indicatif)	

5-3100-1887.2



Appendix II

Trade Group Coverage Wholesale Trade, 1995

011	Food Products
5211	Confectionery
5212	Frozen Foods (Packaged)
5213	Dairy Products
5214	Poultry and Eggs
5215	Fish and Seafood
5216	Fresh Fruit and Vegetables
5217	Meat and Meat Products
5219	Other Foods
012	Beverage, Drug and Tobacco Products
5221	Non-Alcoholic Beverages
5222	Alcoholic Beverages
5231	Drugs
5232	Toilet Soaps and Preparations
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
5241	Tobacco Products
020	Apparel and Dry Goods
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
5314	Footwear
5319	Other Apparel
5321	Piece Goods
5329	Notions and Other Dry Goods
030	Household Goods
5411	Electrical Household Appliances
5412	Electronic Household Appliances
5421	Household Furniture
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery
5432	Floor Coverings
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
5439	Other Household Furnishings
040	Motor Vehicles, Parts and Accessories
5511	Automobiles
5512	Trucks and Buses
5519	Other Motor Vehicles and Trailers
5521	Tires and Tubes
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories
050	Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
5612	Other Iron and Steel Products
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products
5619	Combination Metal and Metal Products
5621	Hardware
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies
060	Lumber and Building Materials
5631	Lumber, Plywood and Millwork
5632	Paint, Glass and Wallpaper
5639	Other Building Materials

Appendice II

Couverture des groupes de commerce Commerce de gros, 1994

011	Produits alimentaires
5211	Confiseries
5212	Produits alimentaires congelés (emballés)
5213	Produits laitiers
5214	Volaille et oeufs
5215	Poisson et fruits de mer
5216	Fruits et légumes frais
5217	Viande et produits de la viande
5219	Autres produits alimentaires
012	Boissons, médicaments et tabac
5221	Boissons non-alcooliques
5222	Boissons alcooliques
5231	Médicaments
5232	Savons et produits de toilette
5239	Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
5241	Produits du tabac
020	Vêtements et articles de mercerie
5311	Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçons
5312	Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
5313	Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
5314	Chaussures
5319	Autres vêtements
5321	Tissus à la pièce
5329	Articles de mercerie
030	Articles ménagers
5411	Appareils ménagers électriques
5412	Appareils ménagers électroniques
5421	Meubles de maison
5431	Porcelaine, verrerie, faïence et poterie
5432	Revêtements de sol
5433	Linge de maison, tentures et autres articles de textile
5439	Autres accessoires ménagers d'ameublement
040	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
5511	Automobiles
5512	Camions et autobus
5519	Autres véhicules automobiles
5521	Pneus et chambres à air
5529	Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles
050	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
5611	Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
5612	Autres produits en fer et en acier
5613	Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
5619	Combinaisons de métaux et produits en métal
5621	Articles de quincaillerie
5622	Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation
060	Bois et matériaux de construction
5631	Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
5632	Peintures, vitres et papiers peints
5639	Autres matériaux de construction

070	Farm Machinery, Equipment and Supplies	070	Machines, matériel et fournitures agricoles
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies	5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
081	Industrial and Other Machinery, Equipment and Supplies	081	Machines, matériel et fournitures industriels et autres
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies	5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies	5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies	5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material	5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies	5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies	5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies	5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies	5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies	5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.	5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
082	Computers, Packaged Software and Other Electronic Machinery	082	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)	5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software	5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels
090	Other Products	090	Produits divers
5011	Livestock	5011	Bétail
5019	Other Farm Products	5019	Autres produits agricoles
5911	Automobile Wrecking	5911	Démontage d'automobiles
5919	Other Waste Materials	5919	Autres matières de rebut
5921	Newsprint	5921	Papier journal
5922	Stationery and Office Supplies	5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Other Paper and Paper Products	5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Agricultural Feeds	5931	Aliments pour animaux
5932	Seeds and Seed Processing	5932	Semences et traitement des semences
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies	5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Toys, Novelties and Fireworks	5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Amusement and Sporting Goods	5942	Articles de loisir et de sport
5951	Photographic Equipment and Supplies	5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Musical Instruments and Accessories	5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Jewellery and Watches	5961	Bijoux et montres
5971	Industrial and Household Chemicals	5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	General Merchandise	5981	Marchandise générale
5991	Books, Periodicals and Newspapers	5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)	5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Forest Products	5993	Produits forestiers
5999	Other Products n.e.c.	5999	Autres produits n.c.a.
100	Grain	100	Céréales
5012	Grain	5012	Céréales
110	Petroleum Products	110	Produits Pétroliers
5111	Petroleum Products	5111	Produits pétroliers

Appendix III**Trade Group Coverage
Retail Trade, 1995**

010	Supermarkets and Grocery Stores
6011	Supermarkets
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets)
020	All Other Food Stores
6013	Bakery Products Stores
6014	Candy and Nut Stores
6015	Fruit and Vegetable Stores
6016	Meat Markets
6019	Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.
030	Drug and Patent Medicine Stores
6031	Pharmacies
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores
040	Shoe Stores
6111	Shoe Stores
050	Men's Clothing Stores
6121	Men's Clothing Stores
060	Women's Clothing Stores
6131	Women's Clothing Stores
070	Other Clothing Stores
6141	Children's Clothing Stores
6142	Fur Stores
6149	Other Clothing Stores, n.e.c.
6151	Fabric and Yarn Stores
080	Household Furniture and Appliance Stores
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
6222	Television, Radio and Stereo Stores
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops
090	Household Furnishings Stores
6231	Floor Covering Stores
6232	Drapery Stores
6239	Other Household Furnishings Stores
100	Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers
6311	Automobile (New) Dealers
6312	Automobile (Used) Dealers
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers

Appendice III**Couverture des groupes de commerce
Commerce de détail, 1995**

010	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf supermarchés)
020	Tous les autres magasins d'alimentation
6013	Boulangeries - pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
040	Magasins de chaussures
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
060	Magasins de vêtements pour dames
6131	Magasins de vêtements pour dames
070	Autres magasins de vêtements
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
080	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
090	Magasins d'accessoires d'ameublement
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
100	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage

6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers
6329	Other Recreational Vehicle Dealers
110	Gasoline Service Stations
6331	Gasoline Service Stations
120	Automotive Parts, Accessories and Services
6341	Home and Auto Supply Stores
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores
6351	Garages (General Repairs)
6352	Paint and Body Repair Shops
6353	Muffler Replacement Shops
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops
6391	Car Washes
6399	Other Motor Vehicle Services, n.e.c.
130	General Merchandise Stores
6411	Department Stores
6412	General Stores
6413	Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)
140	Other Semi-Durable Goods Stores
6511	Book and Stationery Stores
6521	Florist Shops
6522	Lawn and Garden Centres
6531	Hardware Stores
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores
6581	Toy and Hobby Stores
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores
150	Other Durable Goods Stores
6541	Sporting Goods Stores
6542	Bicycle Shops
6551	Musical Instrument Stores
6552	Record and Tape Stores
6561	Jewellery Stores
6562	Watch and Jewellery Repair Shops
6571	Camera and Photographic Supply Stores
160	Other Retail Stores
6021	Liquor Stores
6022	Wine Stores
6023	Beer Stores
6591	Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.
6592	Opticians' Shops
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores
6594	Luggage and Leather Goods Stores
6595	Monument and Tombstone Dealers
6596	Pet Stores
6597	Coin and Stamp Dealers
6598	Mobile Home Dealers
6599	Other Retail Stores, n.e.c.

6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux
6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir
110	Stations-service
6331	Stations-service
120	Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (réparations générales)
6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Lave-autos
6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
130	Magasins de marchandises diverses
6411	Magasins à rayons
6412	Magasins généraux
6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140	Autres magasins de produits semi-durables
6511	Librairies et papeteries
6521	Fleuristes
6522	Centres de jardinage
6531	Quincailleries
6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
150	Autres magasins de produits durables
6541	Magasins d'articles de sport
6542	Magasins de bicyclettes
6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Bijouteries
6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
160	Autres magasins de vente au détail
6021	Magasins de spiritueux
6022	Magasins de vin
6023	Magasins de bière
6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticiens
6593	Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.