

Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 30 mars 2010

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Indices des prix des produits industriels et des matières brutes, février 2010 2

En février, l'Indice des prix des produits industriels est resté inchangé par rapport à janvier.

L'Indice des prix des matières brutes a augmenté de 0,4 %, entraîné à la hausse par la progression des prix des combustibles minéraux.

Indicateurs nationaux du tourisme, quatrième trimestre de 2009 6

Les dépenses générées par le tourisme au Canada ont augmenté de 0,4 % en termes réels au quatrième trimestre de 2009, les dépenses des visiteurs internationaux au Canada tout comme celles des Canadiens ayant affiché une hausse.

Commerce de détail annuel, 2008 10

Commerce de gros annuel, 2008 10

Commerce de services de la culture, 1998 à 2007 11

Indices trimestriels du revenu des industries pour certaines industries de service, quatrième trimestre de 2009 11

Nouveaux produits et études 12



Communiqués

Indices des prix des produits industriels et des matières brutes

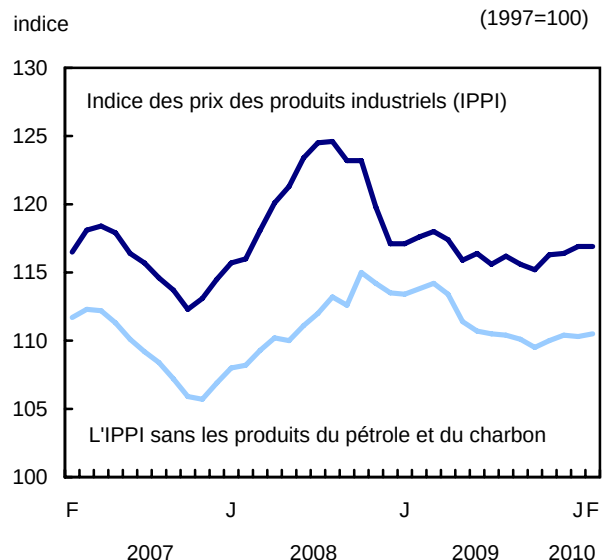
Février 2010

En février, l'Indice des prix des produits industriels (IPPI) est resté inchangé par rapport à janvier. L'Indice des prix des matières brutes (IPMB) a augmenté de 0,4 %, entraîné à la hausse par la progression des prix des combustibles minéraux.

L'IPPI est resté au même niveau par rapport à janvier, après avoir progressé durant trois mois consécutifs. Le mouvement de l'IPPI s'inscrit toujours dans une tendance à la hausse amorcée depuis le creux atteint en octobre 2009.

En février, les prix des véhicules automobiles et autre matériel de transport ont augmenté de 0,9 %, principalement sous l'effet de la dépréciation de 1,3 % du dollar canadien par rapport au dollar américain. D'autres produits, plus sensibles aux mouvements du taux de change, ont exercé une pression à la hausse sur l'IPPI, notamment le bois d'oeuvre et autres produits de bois (+1,7 %) et la pâte de bois et produits de papier (+1,0 %).

Les prix des produits industriels demeurent inchangés



Certains producteurs canadiens qui exportent leurs produits aux États-Unis sont généralement payés en

Note aux lecteurs

L'Indice des prix des produits industriels (IPPI) reflète les prix que les producteurs canadiens reçoivent au moment où les produits franchissent les portes de l'usine. Il ne reflète pas ce que le consommateur paie. Contrairement à l'Indice des prix à la consommation, l'IPPI exclut les impôts indirects et tous les coûts qui surviennent entre le moment où un produit sort de l'usine et le moment où l'utilisateur final en prend possession, ce qui comprend les coûts du transport ainsi que ceux des commerces de gros et de détail.

Les producteurs canadiens exportent de nombreux biens. Ils indiquent souvent leurs prix en devises étrangères, et plus particulièrement en dollars américains, qui sont par la suite convertis en dollars canadiens. C'est surtout le cas pour les véhicules automobiles, la pâte de bois, le papier et les produits du bois. Par conséquent, les fluctuations du dollar canadien par rapport à la devise américaine se répercutent sur l'IPPI. Mais, la conversion en dollars canadiens tient uniquement compte de la façon dont les répondants transmettent leurs prix. De plus, il ne s'agit pas d'une mesure qui tient compte du plein effet des taux de change, car cela est une tâche analytique plus difficile.

La conversion des prix reçus en dollars américains est fondée sur le taux de change moyen mensuel (cours au comptant à midi) établi par la Banque du Canada et est offerte dans le tableau 176-0064 de CANSIM (série v37426). Les variations mensuelles et annuelles du taux de change, telles que décrites dans le communiqué, sont calculées d'après la cotation indirecte du taux de change (par exemple, 1 \$CAN = X \$US).

L'Indice des prix des matières brutes (IPMB) est représentatif des prix que paient les fabricants canadiens pour les principales matières brutes. Un grand nombre de ces prix sont fixés sur le marché mondial; cependant, la plupart des prix sont libellés en dollars canadiens. Pour cette raison, l'effet de la conversion en dollars canadiens n'influe que très peu sur le calcul de l'IPMB. De plus, la mesure du plein effet des taux de change sur l'IPMB n'est pas comptabilisée, car il s'agit d'une tâche analytique plus difficile.

prix fixés en dollars américains. Par conséquent, la faiblesse relative du dollar canadien par rapport au dollar américain, a eu pour effet d'augmenter leurs prix équivalents en dollars canadiens. Si le taux de change utilisé pour convertir ces prix était demeuré inchangé, l'IPPI aurait baissé de 0,3 % au lieu de demeurer sans changement.

L'effet de la dépréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain a été annulé par les baisses des prix des produits métalliques de première transformation (-2,1 %) et de ceux des produits du pétrole et du charbon (-1,2 %).

À l'exclusion des prix du pétrole et du charbon, l'IPPI a poursuivi une légère tendance à la hausse, ayant augmenté de 0,2 % en février.

Variation sur 12 mois : l'appréciation du dollar canadien est toujours principalement à l'origine de la baisse de l'IPPI

L'IPPI a diminué de 0,6 % en février par rapport au même mois un an plus tôt. La variation d'une année à l'autre de l'indice a connu des baisses successives depuis mars 2009. Cependant, les trois dernières baisses ont été les plus faibles en comparaison des reculs précédents, en particulier par rapport à juillet 2009, mois durant lequel la diminution avait été la plus forte (-7,1 %).

Depuis 12 mois, l'IPPI a été entraîné à la baisse principalement par les prix des véhicules automobiles et autre matériel de transport (-9,8 %). Les autres facteurs ayant aussi contribué à la baisse sont la pâte de bois et produits de papier (-9,1 %), les produits électriques et de communication (-5,8 %), les semi-produits métalliques (-4,7 %) et les machines et matériel (-4,1 %).

Par contre, la hausse des prix des produits du pétrole et du charbon (+25,4 %) et celle des prix des produits métalliques de première transformation (+8,8 %) ont atténué la baisse d'une année à l'autre de l'IPPI.

De février 2009 à février 2010, les prix des produits excluant le pétrole et le charbon ont diminué de 2,9 %, soit une baisse d'une année à l'autre légèrement plus forte que celle de janvier. Il s'agit d'une neuvième baisse d'affilée de ce groupe de produits.

Depuis février 2009, le dollar canadien a gagné 17,8 % de sa valeur par rapport à la devise américaine et, si l'effet direct du taux de change avait été exclu, l'IPPI aurait augmenté de 3,3 % plutôt que de baisser de 0,6 %.

Indice des prix des matières brutes : deuxième hausse mensuelle d'affilée

L'IPMB a augmenté de 0,4 % en février après avoir enregistré une hausse de 3,4 % en janvier, poursuivant la tendance à la hausse amorcée en janvier 2009.

En février, l'IPMB a été entraîné à la hausse principalement par l'augmentation des prix des combustibles minéraux et plus particulièrement par celui du pétrole brut (+2,1 %). Le prix du pétrole brut avait augmenté de 5,6 % en janvier.

Dans une moindre mesure, les prix des matières ferreuses et de ceux des animaux et substances animales ont contribué à l'augmentation de l'IPMB en février.

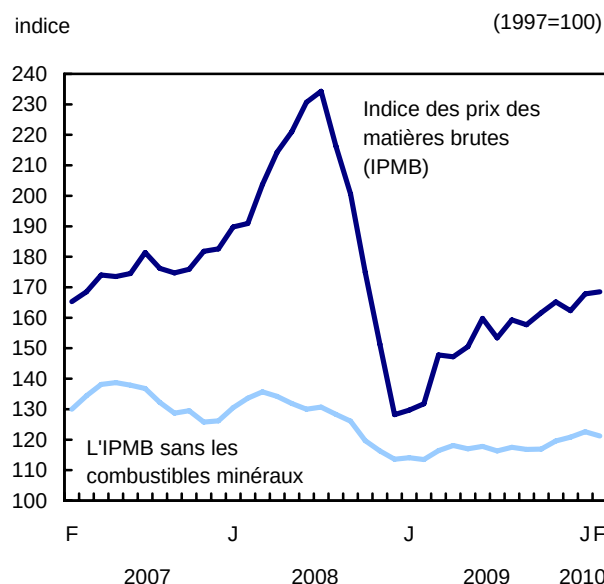
Le mouvement à la hausse des prix des matières brutes a été ralenti par le recul des prix des métaux non ferreux (-4,6 %), lesquels ont enregistré un

retournement à la baisse après six hausses mensuelles consécutives. La plupart des prix des produits de ce groupe ont diminué, en particulier les concentrés de zinc et de plomb, qui ont reculé respectivement de 9,8 % et de 8,7 %. Les prix des métaux ont été sensibles entre autres à une baisse de la demande en provenance de l'Asie.

Sans les combustibles minéraux, l'IPMB aurait affiché une baisse de 1,1 %, après quatre hausses mensuelles d'affilée.

De février 2009 à février 2010, les prix des matières brutes ont augmenté de 27,8 % en raison de la forte croissance des prix des combustibles minéraux (+58,0 %) et des métaux non ferreux (+34,0 %). Tous les autres groupes ont enregistré un recul.

Les prix des matières brutes augmentent



Données stockées dans CANSIM : tableaux 329-0038 à 329-0049 et 330-0006.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2306 et 2318.

Le numéro de février 2010 de la publication *Indices des prix de l'industrie* (62-011-X, gratuite) paraîtra bientôt.

Les données de mars sur les indices des prix des produits industriels et des matières brutes seront diffusées le 30 avril.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à

la clientèle au 613-951-4550 ou composez sans frais le 1-888-951-4550 (ppd-info-dpp@statcan.gc.ca), Division des prix à la production. Télécopieur : 613-951-3117.

Indices des prix des produits industriels

	Importance relative ¹	Février 2009	Janvier 2010 ^r	Février 2010 ^p	Janvier à février 2010	Février 2009 à février 2010
		(1997=100)			variation en %	
Indices des prix des produits industriels (IPPI)	100,00	117,6	116,9	116,9	0,0	-0,6
IPPI sans les produits du pétrole et du charbon	94,32	113,8	110,3	110,5	0,2	-2,9
Agrégations par produits						
Viande, poisson et produits laitiers	5,78	113,2	111,8	112,0	0,2	-1,1
Fruits, légumes, aliments pour animaux et autres produits alimentaires	5,99	116,6	117,5	117,1	-0,3	0,4
Boissons	1,57	129,0	130,5	130,6	0,1	1,2
Tabac et produits du tabac	0,63	223,5	222,6	222,7	0,0	-0,4
Produits en caoutchouc, en cuir et en matière plastique	3,30	121,8	120,3	120,7	0,3	-0,9
Produits textiles	1,58	103,0	101,8	101,8	0,0	-1,2
Produits en tricot et vêtements	1,51	104,7	105,0	105,2	0,2	0,5
Bois d'oeuvre et autres produits de bois	6,30	83,1	81,6	83,0	1,7	-0,1
Meubles et articles d'ameublement	1,59	125,0	124,3	124,3	0,0	-0,6
Pâte de bois et produits de papier	7,23	115,9	104,3	105,3	1,0	-9,1
Impression et édition	1,70	126,2	124,1	124,2	0,1	-1,6
Produits métalliques de première transformation	7,80	123,3	137,1	134,2	-2,1	8,8
Semi-produits métalliques	4,11	136,8	129,9	130,4	0,4	-4,7
Machines et matériel	5,48	113,4	108,2	108,7	0,5	-4,1
Véhicules automobiles et autre matériel de transport	22,16	100,5	89,9	90,7	0,9	-9,8
Produits électriques et de communication	5,77	98,1	92,0	92,4	0,4	-5,8
Produits minéraux non métalliques	1,98	128,8	129,3	129,3	0,0	0,4
Produits du pétrole et du charbon ²	5,68	187,8	238,3	235,5	-1,2	25,4
Produits chimiques	7,07	132,7	133,8	135,0	0,9	1,7
Divers produits manufacturés	2,40	127,3	124,2	124,0	-0,2	-2,6
Divers produits non manufacturés	0,38	267,7	230,0	222,2	-3,4	-17,0
Produits semi-finis³	60,14	120,0	121,2	121,2	0,0	1,0
Produits semi-finis de première étape ⁴	7,71	120,3	137,9	138,5	0,4	15,1
Produits semi-finis de deuxième étape ⁵	52,43	119,9	118,7	118,5	-0,2	-1,2
Produits finis⁶	39,86	114,1	110,3	110,6	0,3	-3,1
Aliments de consommation et aliments pour animaux	8,50	120,2	120,8	120,9	0,1	0,6
Matériel capitalisé	11,73	107,8	99,4	100,0	0,6	-7,2
Tous les autres produits finis	19,63	115,2	112,4	112,6	0,2	-2,3

^r révisé

^p provisoire

1. L'importance relative est basée sur les valeurs de production de 1997 exprimées en prix de décembre 1996.

2. L'indice du mois courant est estimé.

3. Les produits semi-finis sont des produits qui servent principalement à la production d'autres biens.

4. Les produits semi-finis de première étape servent le plus souvent à produire d'autres produits semi-finis.

5. Les produits semi-finis de deuxième étape sont utilisés le plus souvent pour produire des produits finis.

6. Les produits finis sont le plus souvent utilisés pour la consommation immédiate ou les investissements.

Indices des prix des matières brutes

	Importance relative ¹	Février 2009	Janvier 2010 ^r	Février 2010 ^p	Janvier à février 2010	Février 2009 à février 2010
	(1997=100)	variation en %				
Indice des prix des matières brutes (IPMB)	100,00	131,8	167,8	168,5	0,4	27,8
IPMB sans les combustibles minéraux	64,84	113,5	122,6	121,2	-1,1	6,8
Combustibles minéraux	35,16	171,4	265,6	270,8	2,0	58,0
Substances végétales	10,28	112,2	104,9	105,1	0,2	-6,3
Animaux et substances animales	20,30	110,7	109,7	110,6	0,8	-0,1
Bois	15,60	79,2	76,1	75,5	-0,8	-4,7
Matières ferreuses	3,36	137,7	131,3	137,4	4,6	-0,2
Métaux non ferreux	12,93	138,3	194,3	185,3	-4,6	34,0
Minéraux non métalliques	2,38	177,2	173,7	173,8	0,1	-1,9

^r révisé

^p provisoire

1. L'importance relative est basée sur les valeurs des entrées intermédiaires de 1997 exprimées en prix de décembre 1996.



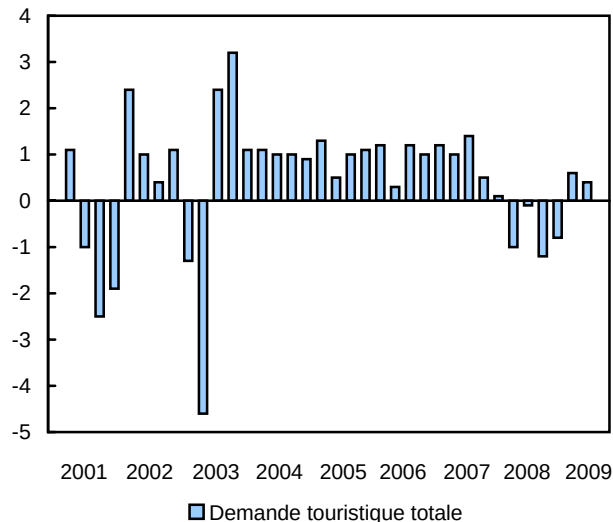
Indicateurs nationaux du tourisme

Quatrième trimestre de 2009

Les dépenses générées par le tourisme au Canada ont augmenté de 0,4 % en termes réels au quatrième trimestre de 2009, les dépenses des visiteurs internationaux au Canada tout comme celles des Canadiens ayant affiché une hausse. Il s'agit de la deuxième augmentation consécutive des dépenses touristiques, après une série de quatre trimestres négatifs ayant débuté à l'été 2008.

Les dépenses touristiques augmentent encore

variation en %, trimestre précédent, données désaisonnalisées et corrigées en fonction des variations de prix



Les Canadiens augmentent leurs dépenses touristiques au pays

Les dépenses des Canadiens au chapitre du tourisme au Canada ont augmenté de 0,4 % en termes réels au quatrième trimestre de 2009, après une hausse de 1,4 % au troisième trimestre.

Les dépenses en transport aérien de passagers, la composante la plus importante de la catégorie du transport, ont progressé de 1,1 %. Les dépenses en hébergement ont aussi augmenté, tandis que la consommation de carburant a diminué.

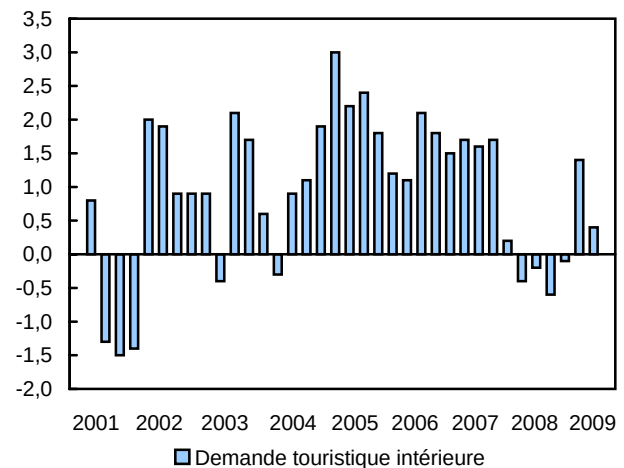
Note aux lecteurs

Les taux de croissance des dépenses touristiques et du produit intérieur brut sont présentés en termes réels (c.-à-d. rajustés en fonction des variations de prix) et sont corrigés pour tenir compte des variations saisonnières, sauf indication contraire. Les données sur l'emploi sont également désaisonnalisées. Les variations en pourcentage connexes sont présentées aux taux trimestriels.

Les Indicateurs nationaux du tourisme sont financés par la Commission canadienne du tourisme.

La croissance de la demande touristique intérieure se poursuit

variation en %, trimestre précédent, données désaisonnalisées et corrigées en fonction des variations de prix



Les dépenses des visiteurs internationaux augmentent pour la première fois en deux ans

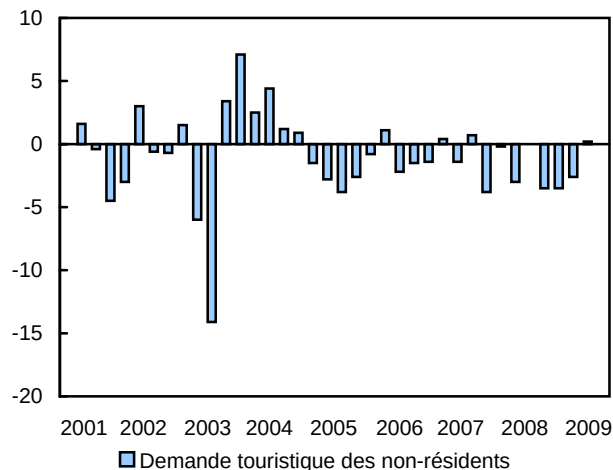
Les dépenses des visiteurs internationaux au Canada ont affiché une légère hausse de 0,2 % en termes réels au quatrième trimestre de 2009. Cette augmentation a fait suite à des baisses marquées au cours des trois premiers trimestres de l'année.

Les dépenses des visiteurs internationaux en transport aérien de passagers ont augmenté de 1,2 %, en raison d'un plus grand nombre de visiteurs de pays d'outre-mer. Les dépenses en carburant pour véhicules automobiles ont été de 1,4 % inférieures à celles du trimestre précédent, en raison de la diminution des voyages en voiture en provenance des États-Unis.

Les dépenses des visiteurs internationaux au chapitre de l'hébergement et des services de restauration ont augmenté au cours du trimestre. Les dépenses en loisirs et divertissements sont demeurées inchangées.

Première augmentation des dépenses de visiteurs internationaux en deux ans

variation en %, trimestre précédent, données désaisonnalisées et corrigées en fonction des variations de prix



Le produit intérieur brut du tourisme affiche une progression

Le produit intérieur brut du tourisme a progressé de 0,2 % au quatrième trimestre de 2009, en hausse pour un deuxième trimestre consécutif. Des hausses ont été enregistrées dans toutes les industries du tourisme, notamment dans le transport et les «autres industries du tourisme», qui comprennent les services de voyages et les loisirs et les divertissements.

L'emploi généré par le tourisme a crû pour un deuxième trimestre consécutif, après les pertes enregistrées aux deux premiers trimestres de 2009.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 387-0001 à 387-0010.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 1910.

Le numéro du quatrième trimestre de 2009 de la publication *Indicateurs nationaux du tourisme, estimations trimestrielles* (13-009-X, gratuite) est maintenant accessible à partir du module *Publications* de notre site Web, sous l'onglet *Ressource clé*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec l'agent d'information au 613-951-3640 (iead-info-dcrd@statcan.gc.ca), Division des comptes des revenus et dépenses.

□

Indicateurs nationaux du tourisme

	Quatrième trimestre de 2008	Premier trimestre de 2009	Deuxième trimestre de 2009	Troisième trimestre de 2009	Quatrième trimestre de 2009	Troisième trimestre au quatrième trimestre de 2009
Données désaisonnalisées						
	millions de dollars aux prix de 2002					variation en %
Dépenses touristiques totales						
Demande touristique au Canada	16 679	16 478	16 345	16 448	16 513	0,4
Demande touristique des non-résidents	3 531	3 408	3 290	3 203	3 209	0,2
Demande touristique intérieure	13 148	13 070	13 055	13 244	13 304	0,4
Transport						
Demande touristique au Canada	6 143	6 030	5 993	6 062	6 115	0,9
Demande touristique des non-résidents	986	950	917	871	872	0,2
Demande touristique intérieure	5 158	5 080	5 076	5 191	5 243	1,0
Hébergement						
Demande touristique au Canada	2 596	2 552	2 490	2 517	2 526	0,4
Demande touristique des non-résidents	838	801	763	753	755	0,2
Demande touristique intérieure	1 758	1 751	1 728	1 764	1 771	0,4
Restauration						
Demande touristique au Canada	2 320	2 295	2 281	2 275	2 280	0,2
Demande touristique des non-résidents	539	519	499	493	494	0,3
Demande touristique intérieure	1 781	1 776	1 782	1 783	1 786	0,2
Autres biens et services touristiques						
Demande touristique au Canada	2 680	2 676	2 666	2 656	2 650	-0,2
Demande touristique des non-résidents	456	445	427	414	415	0,1
Demande touristique intérieure	2 224	2 231	2 239	2 242	2 236	-0,3
Autres biens et services						
Demande touristique au Canada	2 940	2 925	2 915	2 938	2 942	0,1
Demande touristique des non-résidents	712	692	684	672	673	0,1
Demande touristique intérieure	2 227	2 233	2 231	2 265	2 269	0,1

Indicateurs nationaux du tourisme

	Quatrième trimestre de 2008	Premier trimestre de 2009	Deuxième trimestre de 2009	Troisième trimestre de 2009	Quatrième trimestre de 2009	Troisième trimestre au quatrième trimestre de 2009
Données désaisonnalisées						
	millions de dollars aux prix courants					variation en %
Dépenses touristiques totales						
Demande touristique au Canada	18 477	17 966	17 698	17 778	18 026	1,4
Demande touristique des non-résidents	3 878	3 714	3 559	3 451	3 470	0,5
Demande touristique intérieure	14 599	14 252	14 139	14 327	14 556	1,6
Transport						
Demande touristique au Canada	6 870	6 486	6 365	6 423	6 588	2,6
Demande touristique des non-résidents	1 061	995	945	885	891	0,7
Demande touristique intérieure	5 809	5 491	5 421	5 538	5 696	2,9
Hébergement						
Demande touristique au Canada	2 897	2 787	2 663	2 667	2 697	1,1
Demande touristique des non-résidents	936	877	817	799	806	0,8
Demande touristique intérieure	1 961	1 911	1 846	1 867	1 891	1,3
Restauration						
Demande touristique au Canada	2 747	2 740	2 745	2 757	2 789	1,1
Demande touristique des non-résidents	638	619	601	597	600	0,5
Demande touristique intérieure	2 109	2 121	2 145	2 160	2 189	1,3
Autres biens et services touristiques						
Demande touristique au Canada	2 890	2 877	2 849	2 840	2 862	0,8
Demande touristique des non-résidents	508	501	480	467	470	0,6
Demande touristique intérieure	2 382	2 376	2 369	2 373	2 392	0,8
Autres biens et services						
Demande touristique au Canada	3 073	3 077	3 076	3 090	3 090	-0,0
Demande touristique des non-résidents	735	723	717	702	702	-0,0
Demande touristique intérieure	2 337	2 354	2 359	2 388	2 388	-0,0



Commerce de détail annuel 2008

Les bénéfices d'exploitation des détaillants canadiens comme proportion des recettes d'exploitation ont légèrement diminué pour s'établir à 5,0 % en 2008, comparativement à 5,2 % en 2007. Les détaillants ont été touchés par l'évolution de la conjoncture économique en 2008, particulièrement tard dans l'année.

Les détaillants, en magasin et hors magasin, ont déclaré des recettes d'exploitation de 468,5 milliards de dollars en 2008, en hausse de 4,5 %. Le total des dépenses a augmenté de 4,6 % pour atteindre 444,9 milliards de dollars.

Le coût des biens vendus, qui représentait un peu plus des trois quarts du total des dépenses, a progressé de 4,4 % pour se situer à 341,4 milliards de dollars en 2008. Les autres dépenses d'exploitation, dont la rémunération de la main-d'oeuvre, ont augmenté de 5,6 % pour s'établir à 103,5 milliards de dollars.

Les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels ont enregistré en 2008 l'augmentation la plus élevée sur le plan des bénéfices d'exploitation, en hausse de 30,9 % pour atteindre 1,6 milliard de dollars. Le ratio par rapport aux recettes d'exploitation se situait à 5,2 % en 2008, en hausse par rapport à 4,3 % en 2007. Cette croissance est attribuable au fait que les recettes augmentent plus rapidement que le coût des biens vendus et les autres dépenses.

Les détaillants en magasin, à l'exclusion des détaillants hors magasin, sont répartis entre les magasins à succursales et les magasins n'appartenant pas à une chaîne de succursales. Les magasins à succursales sont une organisation qui exploite quatre magasins ou plus appartenant à un même groupe industriel et à une même appartenance juridique. Les magasins à succursales ont enregistré des recettes d'exploitation de 213,8 milliards de dollars, en hausse de 5,8 % par rapport à 2007.

Les magasins à succursales ont progressivement accru leur proportion des recettes d'exploitation totales. En 2004, ils représentaient 43,1 % des recettes d'exploitation totales, tandis qu'en 2008, ils avaient augmenté pour passer à 47,0 %. Les magasins n'appartenant pas à une chaîne ont affiché une hausse de leurs recettes de 3,3 % en 2008, pour atteindre 240,9 milliards de dollars.

Les dépenses d'exploitation (à l'exclusion du coût des biens vendus) des détaillants en magasin et hors magasin ont augmenté pour se chiffrer à 103,5 milliards de dollars, en hausse de 5,6 % par rapport à l'année

précédente. Les dépenses ont augmenté pour toutes les industries, sauf pour les magasins de bière, de vin et de spiritueux ainsi que pour les détaillants hors magasin.

Nota : Le présent communiqué combine les données de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail et de l'Enquête sur le commerce de détail hors magasin. On obtient les bénéfices d'exploitation en soustrayant les dépenses d'exploitation totales plus le coût des biens vendus (les stocks d'ouverture plus les achats et les coûts directs moins les stocks de fermeture) des recettes d'exploitation totales.

Données stockées dans CANSIM : tableaux 080-0011 à 080-0013.

Définitions, sources de données et méthodes : numéros d'enquête, y compris ceux des enquêtes connexes, 2446, 2447 et 2448.

On peut consulter certains renseignements sur le commerce de détail annuel de 2008 dans la publication *Commerce de détail annuel*, 2008 (63-270-X, gratuite), laquelle est accessible à partir du module *Publications* de notre site Web, sous l'onglet *Ressource clé*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour commander des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-3549 ou composez sans frais le 1-877-421-3067 (detaillantsinfo@statcan.gc.ca). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Leslie Poon au 613-951-0393, Division de la statistique du commerce. ■

Commerce de gros annuel 2008

Les bénéfices d'exploitation des grossistes canadiens se chiffraient à 33,6 milliards de dollars en 2008, en hausse de 11,7 % par rapport à 2007. Les revenus d'exploitation ont augmenté trois fois plus rapidement que les dépenses d'exploitation. Dans l'ensemble, les bénéfices d'exploitation pour les grossistes exprimés en pourcentage des recettes d'exploitation totales ont augmenté, passant de 4,3 % en 2007 à 4,5 % en 2008.

Comme la plupart des secteurs de l'économie canadienne, l'industrie du commerce de gros a été touchée par le ralentissement économique mondial. Les grossistes ont affiché une forte croissance pendant la première moitié de 2008, suivie d'un repli à compter d'octobre.

Parmi les marchands en gros, les grossistes de produits alimentaires ont enregistré la plus forte augmentation des bénéfices d'exploitation de l'industrie du commerce de gros. Les bénéfices d'exploitation exprimés en pourcentage des recettes d'exploitation ont augmenté de 2,7 points de pourcentage pour se chiffrer à 7,4 % en 2008. Les grossistes de produits alimentaires, qui ont affiché une hausse de 3,1 % des recettes d'exploitation, ont vu leur coût des biens vendus progresser à un rythme plus lent que les recettes en 2008.

Les bénéfices d'exploitation ont diminué pour certains grossistes, y compris entre autres le groupe des ordinateurs, des produits d'habillement et des produits ménagers et personnels.

Exprimées en pourcentage des recettes d'exploitation totales, les marges brutes ont diminué pour passer à 17,8 % des recettes d'exploitation en 2008, en baisse par rapport à 18,4 % un an plus tôt.

Les grossistes de véhicules automobiles ont enregistré la plus forte hausse des marges de tous les groupes de commerce des grossistes. Leur marge exprimée en pourcentage des recettes d'exploitation est passée de 10,1 % en 2007 à 11,7 % en 2008.

Données stockées dans CANSIM : tableau 081-0005.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 2445.

Une revue du commerce de gros pour l'année 2008 est offerte dans la publication *Commerce de gros annuel*, 2008 (63-271-X, gratuite), laquelle est accessible à partir du module *Publications* de notre site Web, sous l'onglet *Ressource clé*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour commander des données, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-3549 ou composez sans frais le 1-877-421-3067 (grossistesinfo@statcan.gc.ca). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Pierre Desjardins au 613-951-9682, Division de la statistique du commerce. ■

Commerce de services de la culture 1998 à 2007

Il est maintenant possible de consulter plus de tableaux de données détaillées sur le commerce de services de la culture. Ces données sur la culture portent sur la période allant de 1998 à 2007, pour les exportations et les importations, et sont établies selon le type de service et la catégorie du cadre culturel.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 5045.

Les tableaux de données détaillées et sommaires portant sur le commerce de services de la culture selon la catégorie et la sous-catégorie culturelle, ainsi que les tableaux croisés sur le commerce entre le Canada et certains pays, sont maintenant accessibles dans la publication *Commerce de services de la culture : Tableaux de données*, 1998 à 2007 (87-213-X, gratuite), à partir du module *Publications* de notre site Web, sous l'onglet *Ressource clé*.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec les Services à la clientèle du Programme de la statistique culturelle au 613-951-2320 ou composez sans frais le 1-866-767-5611 (culture@statcan.gc.ca), Division de la démographie. Télécopieur : 613-951-2307. ■

Indices trimestriels du revenu des industries pour certaines industries de service

Quatrième trimestre de 2009

Il est maintenant possible de consulter les indices du revenu des industries pour certaines industries de service et les industries de service aux consommateurs pour le quatrième trimestre.

Ces indices englobent les données nationales et provinciales. Ils sont basés sur un nouveau programme statistique qui combine les données administratives et les données d'enquête recueillies auprès d'entreprises complexes. L'objectif de ce programme est d'accroître la quantité actuelle de données économiques disponibles relatives aux industries de service.

Les données comprennent les revenus d'exploitation indexés non corrigés et désaisonnalisés, et couvrent le dernier trimestre de 2006 jusqu'au dernier trimestre de 2009.

Données stockées dans CANSIM : tableau 362-0001.

Définitions, sources de données et méthodes : numéro d'enquête 5104.

Pour obtenir plus de renseignements, communiquez avec les Services à la clientèle au 613-951-4612 ou composez sans frais le 1-877-801-3282 (servicesind@statcan.gc.ca). Pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec Jesus Dominguez au 613-951-1747 (jesus.dominguez@statcan.gc.ca), Division des industries de service. ■

Nouveaux produits et études

Indicateurs nationaux du tourisme : estimations trimestrielles, quatrième trimestre de 2009
Numéro au catalogue : 13-009-X (PDF, gratuit; HTML, gratuit)

Commerce de détail annuel, 2008
Numéro au catalogue : 63-270-X (PDF, gratuit; HTML, gratuit)

Commerce de gros annuel, 2008
Numéro au catalogue : 63-271-X (PDF, gratuit; HTML, gratuit)

Commerce de services de la culture : Tableaux de données, 1998 à 2007
Numéro au catalogue : 87-213-X (PDF, gratuit; HTML, gratuit)

Les prix sont en dollars canadiens et n'incluent pas les taxes de vente. Des frais de livraison supplémentaires s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada.

Les numéros au catalogue se terminant par : -XWF, -XIB ou -XIF représentent la version électronique offerte sur Internet, -XMB ou -XMF, la version microfiche, -XPB ou -XPF, la version papier, -XDB ou -XDF, la version électronique sur disquette, -XCB ou -XCF, la version électronique sur CD-ROM, -XVB ou -XVF, la version électronique sur DVD-ROM et -XBB ou -XBF, une base de données.

Pour commander les produits

Pour commander par téléphone, ayez en main :

• Le titre • Le numéro au catalogue • Le numéro de volume • Le numéro de l'édition • Votre numéro de carte de crédit.

Au Canada et aux États-Unis, composez le : **1-800-267-6677**
Pour les autres pays, composez le : **1-613-951-2800**
Pour envoyer votre commande par télécopieur, composez le : **1-877-287-4369**

Pour commander par la poste, écrivez à : Finances, immeuble R.-H.-Coats, 6^e étage, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6. Veuillez inclure un chèque ou un mandat-poste à l'ordre du **Receveur général du Canada/Publications**. Au Canada, ajoutez 5 % de TPS et la TVP en vigueur.

Pour commander par Internet, écrivez à : infostats@statcan.gc.ca ou téléchargez la version électronique en vous rendant au site Web de Statistique Canada (www.statcan.gc.ca). À la page *Nos produits et services*, sous *Parcourir les publications Internet*, choisissez *Payantes*.

Les agents libraires agréés et autres librairies vendent aussi les publications de Statistique Canada.



Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-XIF.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications et des services de bibliothèque, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, 100 promenade Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet, visitez notre site à l'adresse <http://www.statcan.gc.ca>. Pour le recevoir par courrier électronique tous les matins, envoyez un message à lstproc@statcan.gc.ca. Laissez en blanc la ligne de l'objet. Dans le corps du message, tapez : subscribe quotidien prénom et nom.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2010. Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication électronique peut être reproduit en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans autre permission de Statistique Canada, sous réserve que la reproduction soit effectuée uniquement à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé destiné aux journaux et/ou à des fins non commerciales. Statistique Canada doit être cité comme suit : Source (ou « Adapté de », s'il y a lieu) : Statistique Canada, année de publication, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire le contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système d'extraction, ou de le transmettre sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, reproduction électronique, mécanique, photographique, pour quelque fin que ce soit, sans l'autorisation écrite préalable des Services d'octroi de licences, Division des services à la clientèle, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.