



Conseil économique et social

Distr. générale
24 février 2012
Français
Original: anglais

Commission économique pour l'Europe

Conférence des statisticiens européens

Groupe d'experts sur la comptabilité nationale

Onzième session

Genève, 30 avril-4 mai 2012

Point 4 de l'ordre du jour provisoire

Mesure du volume des services

Méthode actuelle utilisée pour déflater les services du commerce de gros et de détail dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada

Note de Statistique Canada

Résumé

Le présent document traite de l'élaboration du programme de l'Indice des prix des services du commerce de détail et de l'Indice des prix des services du commerce de gros de Statistique Canada, et de l'utilisation qui pourrait être faite de ces indices pour mesurer le volume des services du commerce de gros et de détail dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada.

I. Introduction

1. Les activités de service représentent environ les deux tiers de l'économie canadienne, et les services de commerce comptent pour près de 40 % du produit intérieur brut, contre 17 % environ pour les services administratifs et 11 % pour les services à la personne. Malgré l'importance de ces secteurs, le système canadien de statistiques économiques présente une lacune importante s'agissant des indices des prix des services du commerce. Cette lacune nuit à la qualité des estimations de la production réelle et des fluctuations de la productivité pour ce secteur.

2. En 2006-2007, Statistique Canada a entrepris un grand effort visant à améliorer la couverture de l'information sur les prix pour le secteur des services du commerce, se concentrant sur une trentaine de catégories de services. Cet effort, qui a permis d'accomplir des progrès significatifs, a donné lieu, pour la première fois, à la publication de plusieurs indices en 2009 et 2010. L'Indice des prix des services du commerce de gros (IPCG) et l'Indice des prix des services du commerce de détail (IPCD) en sont deux des principaux exemples, et ils font l'objet du présent document. Les séries chronologiques de ces deux enquêtes commencent en 2008.

3. Le présent document est organisé en trois parties. La première partie renferme une description de la méthode actuellement employée par Statistique Canada pour compiler les estimations du volume des services du commerce de gros et de détail. Le programme des IPCG et des IPCD est abondamment décrit. Une part importante des échanges internationaux consacrés aux mesures de volume doit porter sur l'examen des problèmes et des solutions qui concernent la mesure des prix des services. Le document se conclut par une analyse et quelques considérations sur l'effet de l'utilisation des nouveaux indices dans le calcul des estimations du volume des services du commerce de gros et de détail et sur les problèmes de transition.

II. Le commerce de gros et de détail au Canada

A. Présentation générale

4. Le secteur du commerce de gros est constitué d'établissements dont la principale activité consiste à assurer la distribution de gros de marchandise pour leur propre compte (en acquérant la propriété des biens), ou à acheter et revendre en percevant une commission ou un droit des biens qui sont la propriété de tiers.

5. Le commerce de gros est une étape intermédiaire dans la distribution de biens, et les grossistes sont des intermédiaires commerciaux qui ne produisent ni ne consomment le produit fini, mais qui le revendent à des détaillants, à d'autres commerçants et/ou à des industriels, à des institutions ou à des entreprises commerciales. Cependant, il arrive que des grossistes, en particulier ceux qui fournissent des biens d'équipement non destinés à la consommation, vendent des marchandises à l'unité à des utilisateurs finaux.

6. Le commerce de détail est une composante essentielle de l'économie canadienne, et les services fournis par les détaillants contribuent de façon décisive à assurer l'efficacité de la circulation des produits à travers la chaîne de distribution. Le secteur du commerce de détail se compose d'établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail des produits, généralement sans les transformer, et à fournir des services en rapport avec la vente de produits.

7. En 2008, la valeur ajoutée du secteur du commerce de détail s'est établie à 83,4 milliards de dollars, soit 5,5 % du produit intérieur brut total (tous secteurs confondus) du Canada. Si on inclut le commerce de gros, le secteur du commerce de distribution a totalisé environ 10,7 % du produit intérieur brut national.

8. Compte tenu de l'importance et du poids de ces secteurs dans l'économie canadienne, il importe d'établir des estimations du volume des services du commerce de gros et de détail de qualité.

B. Méthodologie utilisée actuellement pour déflater les services du commerce de gros et de détail dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada

9. Plusieurs programmes menés dans le cadre du Système des comptes économiques nationaux couvrent le secteur du commerce de détail et de gros. Ces programmes sont les suivants: les comptes entrées-sorties, le PIB mensuel par pays et le PIB par province et par secteur. À travers chacun de ces programmes – annuels ou mensuels, nationaux, provinciaux et territoriaux – des estimations du volume des services du commerce de gros et de détail sont réalisées et publiées. Statistique Canada publie également des estimations mensuelles du volume des services du commerce de gros et de détail, indicateur important sur les comptes courants utilisé pour un grand nombre de prévisions et de modèles au Canada.

C. Tableaux d'entrées-sorties

10. Les tableaux d'entrées-sorties (e.-s.) sont la représentation la plus détaillée de l'économie canadienne. Ils permettent de calculer les valeurs de référence du PIB dans le Système de comptabilité nationale du Canada. Ils sont produits annuellement, 2008 étant la dernière année de référence disponible.

11. Les secteurs du commerce de détail et du commerce de gros sont présentés comme deux branches d'activité distinctes dans les tableaux e.-s. La marge, qui constitue la principale sortie pour ces secteurs, est définie comme les ventes de biens achetés pour être revendus moins le coût de ces biens¹.

12. Les estimations nationales sont réalisées à partir des enquêtes annuelles sur les entreprises de Statistique Canada (les principales d'entre elles étant les enquêtes annuelles sur le secteur du commerce de gros et de détail). Les marges obtenues dans le cadre de ces enquêtes sont combinées avec les sorties secondaires des marges de gros et de détail pour les autres industries. On obtient ainsi une offre marginale totale qui est répartie au sein des différentes dimensions des tableaux d'entrées-sorties².

13. Les tableaux e.-s. en prix constants sont estimés par déflation des tableaux d'e.-s. nominaux estimés en prix de production à partir d'un ensemble de déflateurs tels que l'Indice des prix des produits industriels (IPPI) pour les produits manufacturés. La valeur ajoutée par industrie en prix constants est estimée suivant la méthode de la double déflation (différence entre les sorties brutes déflatées et les entrées intermédiaires déflatées). Lorsqu'on déflate les entrées intermédiaires, la valeur du bien à la production est déflatée

¹ Il convient de souligner que les secteurs du commerce de gros et du commerce de détail génèrent d'autres produits qui font aussi partie de leur production brute.

² Il convient de noter que, dans le contexte canadien, la valeur d'achat des produits est d'abord estimée, après quoi la marge incluant la valeur à la production définie comme la différence entre la valeur d'achat et la marge est calculée.

séparément des marges de gros et des marges de détail (en d'autres termes, la valeur à la production est déflatée sur la base d'un indice implicite net des prix de vente, alors que l'estimation de chaque marge en prix constants est obtenue indirectement). À l'heure actuelle, dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada, le nouvel IPCG et le nouvel IPCD ne sont pas utilisés pour produire des estimations du volume des services du commerce de gros et de détail. En revanche, Statistique Canada réalise les estimations de volume comme suit:

a) En premier lieu, on calcule la valeur à la production pour chaque produit du tableau d'entrées-sorties. Considérons que la valeur à la production du produit x est de 100 dollars;

b) En deuxième lieu, on estime une marge de détail et une marge de gros pour chaque produit³. Considérons que la marge de gros pour un bien x est de 5 dollars et que la marge de détail pour ce même produit x est de 5 dollars;

c) Un taux marginal est ensuite calculé. Il correspond à la valeur de la marge divisée par la valeur du produit à la production. La marge de gros pour le bien x serait de 5/100 dollars, soit 5 %. La marge de détail pour le bien x serait de 5/105 dollars, soit 4,8 %⁴;

d) Les taux marginaux pour l'année courante et l'année précédente sont moyennés⁵ et appliqués à la valeur de base du produit en prix constant dans le but de calculer une marge estimative en prix constant. Considérons par exemple que la valeur déflatée du bien x est de 90 dollars et que le taux moyen de la marge de gros (entre l'année t et l'année t-1) est de 5 %, et que le taux moyen de la marge de détail (entre l'année t et l'année t-1) est de 4 %. La valeur de la marge de gros en prix constant serait de $90 * 5\% = \$4,5$, et la valeur de la marge de détail en prix constant serait de $94,5 * 4\% = \$3,7$. Les marges de gros et de détail en prix constants pour tous les produits seraient ensuite agrégées pour déduire la valeur en dollars constants pour les secteurs du commerce de gros et du secteur de détail;

e) Un indice de prix implicite est calculé en divisant la somme des valeurs marginales en prix courants par la somme des valeurs marginales en prix constants. Cet indice implicite est utilisé pour valider les résultats du processus de déflation. Si l'indice implicite n'est pas conforme à l'évolution perçue des prix relatifs des services du commerce de gros et de détail, de nouvelles études des données sont entreprises.

D. PIB mensuel par industrie

14. Les mesures mensuelles du PIB pour les ventes de gros et de détail sont des projections des estimations annuelles du PIB en prix constants pour des prix de référence provenant des tableaux d'e.-s. en prix constants dont il est question plus haut. Le nouvel IPCG et le nouvel IPCD ne sont actuellement pas utilisés pour déduire les estimations de volume.

³ Dans le cadre des tableaux d'e.-s. canadiens, la somme des marges de gros et des marges de détail pour chaque produit est égale à la marge en sortie pour le secteur du commerce de gros et de détail.

⁴ Cet exemple est une version simplifiée du véritable calcul canadien. Dans la pratique, le taux marginal de détail est calculé en pourcentage de la somme des valeurs nominales estimées pour la production, la marge de gros, la marge de transport, les marges de stockage et les marges de transport du pétrole et du gaz par conduite (à l'exclusion de la marge de la distribution du gaz et de la marge d'impôt).

⁵ La moyenne des deux années est réalisée dans le but de réduire la variabilité de l'indice.

15. Pour obtenir les mesures mensuelles du volume des services de gros et de détail, on utilise les variations des sorties en prix constants comme indicateurs des taux de croissance en valeur ajoutée en prix constants par branche d'activité. On considère que le mouvement des sorties en prix constants est représenté par l'évolution mensuelle du taux de croissance des ventes de gros et de détail en prix constants.

16. Statistique Canada compile des estimations mensuelles des ventes de détail et des ventes de gros. Ces estimations forment la base des estimations mensuelles du volume du PIB pour le commerce de gros et le commerce de détail. Les estimations mensuelles du volume du PIB pour le commerce de détail sont réalisées à l'aide de la méthode suivante:

a) En premier lieu, les ventes de détail en prix courants par produit sont tirées de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail réalisée par Statistique Canada;

b) En deuxième lieu, les indices de prix à la consommation sont corrélés à chaque produit. Les valeurs des produits sont ensuite déflatées et agrégées pour chaque industrie;

c) Les volumes par industrie sont ensuite agrégés pour former le volume total des ventes de détail;

d) L'évolution mensuelle du volume des ventes de détail par industrie est ensuite appliquée à la série annuelle de la valeur ajoutée des ventes de détail en prix constants pour estimer le volume mensuel du PIB pour les ventes de détail.

17. La méthode utilisée pour estimer le volume mensuel du PIB pour les ventes de gros est la suivante:

a) Les ventes de gros en prix courants (tirées de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros) sont affectées aux produits sur la base de l'enquête annuelle sur l'origine et la destination des produits du commerce de gros;

b) Les produits de base sont déflatés à l'aide des agrégats pondérés des indices des prix des produits industriels et des indices des prix à l'importation. Les poids appliqués aux indices de prix à l'importation et aux indices de prix des produits industriels, obtenus à partir des tableaux entrées-sorties, représentent la part importée de la valeur du produit en regard de la part de sa valeur produite dans le pays;

c) Les valeurs déflatées du produit sont ensuite agrégées pour l'ensemble de l'industrie, et les industries sont elles-mêmes agrégées pour obtenir une estimation du volume total des ventes de gros;

d) La variation mensuelle du volume des ventes de gros est ensuite appliquée à la série annuelle de la valeur ajoutée en prix constants pour estimer le volume mensuel du PIB pour le commerce de gros.

E. Problèmes posés par la méthode actuelle

18. La méthode actuellement employée pour estimer le volume de la valeur ajoutée du commerce de gros et du commerce de détail pose plusieurs problèmes:

a) Les coefficients de marge de gros et de détail utilisés pour calculer les tableaux d'e.-s. déflatés sont basés sur les estimations en dollars courants. Selon toute probabilité, ces estimations diffèrent des estimations en prix constants. Dans la pratique, nous partons de l'idée que le prix de production et le prix marginal varient dans la même direction et dans la même ampleur, mais cela n'est pas nécessairement le cas;

b) Les estimations mensuelles du PIB reposent sur l'hypothèse selon laquelle le volume des services est proportionnel au volume des ventes, les proportions étant calculées annuellement pour les tableaux d'entrées-sorties;

c) Il n'est procédé à aucun ajustement pour les variations de la qualité des services (alors que des ajustements sont réalisés pour la qualité des biens dont le prix est déterminé aux fins du calcul de l'indice des prix des produits industriels, de l'indice des prix à la consommation et des indices de prix à l'importation, principaux déflateurs utilisés actuellement pour calculer le volume des ventes de gros et des ventes de détail dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada).

19. En 2006-2007, pour résoudre ces problèmes de mesures, Statistique Canada a lancé le Programme de l'Indice des prix à la production pour les services (IPPS). L'Indice des prix du commerce des services de gros (IPCG) et l'Indice des prix du commerce des services de détail (IPCD) sont des éléments importants du Programme IPPS. L'objectif du programme est, à terme, de produire des indices susceptibles d'être utilisés pour déflater la marge de gros et la marge de détail de chacune des catégories de produits figurant dans les tableaux d'e.-s. Avant d'expliquer comment ces nouveaux indices sont utilisés dans le contexte du Système de comptabilité nationale du Canada, nous allons expliquer comment ces indices sont construits.

F. Détermination des prix des services du commerce de gros et du commerce de détail

1. Industrie contre produit

20. La principale classification de l'activité de gros et de détail est une classification par branche d'activité. Les enquêtes sur les prix du commerce de gros et de détail sont basées sur la définition du commerce de gros et de détail selon le SCIAN (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord). Le SCIAN est le cadre commun concerté qui permet aux offices de statistique du Canada, du Mexique et des États-Unis de produire des statistiques comparables. Il repose sur un cadre conceptuel basé sur la production, ou sur l'offre, dans lequel les établissements sont groupés par branche d'activité en fonction des similarités des processus de production utilisés pour produire les biens et les services.

21. Le niveau de comparabilité entre les enquêtes sur les prix de gros et de détail et les enquêtes sur les ventes de gros et de détail réalisées par Statistique Canada est élevé. En premier lieu, les deux programmes d'enquêtes utilisent le même système de classification des industries (et bientôt des produits), à savoir le SCIAN et le SCPAN (Système de classification des produits de l'Amérique du Nord). En deuxième lieu, l'échantillonnage des prix est un sous-échantillon du cadre de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros et de détail. Les unités définies et couvertes sont donc les mêmes. Ce cadre est, quant à lui, obtenu à partir du Registre des entreprises.

2. Marges

22. Le concept utilisé pour déterminer les prix des services du commerce de gros et de détail est celui du prix marginal par unité. Le prix marginal par unité est obtenu en soustrayant le prix d'achat moyen par unité du prix de vente moyen par unité. Ces prix reflètent les transactions réelles, qui sont mesurées mensuellement mais collectées trimestriellement.

23. Les détaillants sont invités à donner les prix de deux produits pour chacune d'un maximum de six catégories de produits. Les produits sélectionnés doivent être représentatifs de l'activité de la vente de détail et basés sur les recettes générées par la vente de ces mêmes produits. Les articles doivent être des produits vendus toute l'année à des volumes élevés. Les répondants sont invités à produire ces mêmes informations sur les mêmes produits tous les trimestres. Cependant, lorsqu'un produit est retiré de la vente, le répondant est prié de fournir les mêmes renseignements pour un produit de remplacement comparable. Afin de produire une série constante de qualité, les détaillants sont invités à fournir les spécifications de chaque produit en même temps que les renseignements s'y rapportant. Des spécifications détaillées facilitent l'identification et le traçage d'un produit et des produits de remplacement sur la durée.

24. Dans le cadre de l'enquête sur les prix de gros, les répondants sont invités à sélectionner trois principaux produits représentatifs de leur activité commerciale sur la base des recettes générées par la vente de ces produits au cours de l'exercice précédent. Les produits, leur description (ou leurs spécifications) et leurs prix sont obtenus, collectés et vérifiés en associant les contacts ou le suivi par courrier et par téléphone. Les répondants sont également invités à indiquer le pays d'origine du produit (que le produit soit fabriqué localement ou importé, et en provenance de quel pays).

25. L'enquête est conçue pour collecter à la fois un prix de vente et un prix d'achat représentatifs des transactions pour la période considérée. Le prix marginal est obtenu à partir du prix de vente et du prix d'achat. Tous les efforts sont faits pour maintenir une qualité constante à travers le contact et le suivi auprès du répondant. Les prix d'achat et les prix de vente représentent un prix mensuel moyen. Les répondants sont invités à continuer à fournir trimestriellement des renseignements pour les produits sélectionnés. Lorsqu'un produit est retiré de la vente, le répondant est invité à fournir des renseignements pour un produit comparable de remplacement.

26. Les principales variables utilisées pour déterminer les prix des services du commerce de gros et du commerce de détail sont les suivantes:

a) **Description du produit:** identifie sa couleur et/ou d'autres caractéristiques du produit susceptibles d'être utilisées pour identifier et tracer individuellement le produit ou le service considéré;

b) **Fabriquant du produit ou étiquette:** identifie le fabricant du produit, du service ou de l'unité de gestion des stocks (UGS);

c) **Code du produit:** peut comprendre le PLU (code d'appel prix), le CUP (code universel des produits) ou l'UGS;

d) **Taille/poids:** faire référence à la mesure spécifique de la taille ou du poids du produit ou du service considéré;

e) **Unité de mesure:** fait référence à une quantité ou à une taille particulières, définie et adoptée par convention, avec laquelle d'autres quantités de même nature peuvent être comparées (dizaine, centimètre, kilogramme, litre, etc.);

f) **Activités de commerce de gros/de détail:** liste des activités accomplies par les détaillants pour les produits ou services choisis. Les prix marginaux peuvent fluctuer en raison de la valeur (perçue ou effective) ajoutée par le détaillant dans l'exercice de tout ou partie de son activité;

g) **Prix d'achat moyen:** le prix d'achat moyen est défini comme le coût imputé au grossiste ou au détaillant pour l'achat d'un produit ou d'un service auprès du fournisseur, à l'exclusion de l'ensemble des taxes et exemptions;

h) *Prix de vente moyen*: le prix de vente moyen se définit comme le coût supporté par le détaillant ou le grossiste, à l'exclusion des taxes et du transport;

i) *Principale raison de l'évolution du prix d'achat*: identifie la raison d'une évolution du prix d'achat. Les raisons peuvent comprendre un changement de fournisseur, un changement de produit, l'inflation ou les fluctuations des taux de change;

j) *Principale raison de l'évolution du prix de vente*: identifie la raison de l'évolution du prix de vente. Ces raisons peuvent comprendre une évolution du service de détail ou de gros proposé, un changement de fournisseur, l'inflation ou les fluctuations des taux de change.

3. Considérations particulières à prendre en compte lors de la collecte des prix marginaux

27. La détermination des prix marginaux introduit une nouvelle dimension dans la construction des indices, car les prix marginaux peuvent se comporter très différemment des prix de vente, et doivent être traités en conséquence. Le commerce de gros et le commerce de détail au Canada sont, en dépit de leur caractère saisonnier, influencés par la volatilité des prix et les phénomènes de mode.

28. La saisonnalité et les produits saisonniers posent certains problèmes qui doivent être pris en compte lors de la détermination des prix des services du commerce de gros et du commerce de détail. Le premier réside dans la nécessité d'inclure les produits saisonniers au bon moment, leur non-prise en compte étant susceptible d'entraîner une distorsion dans la mesure des prix. Un moyen d'éviter une telle situation consiste à souligner aux répondants que la sélection des produits doit porter sur une période d'un an. Prenons l'exemple d'un répondant communiquant les prix de pantalons d'automne/hiver pour hommes. La communication pour ce produit commence au début de la saison automne-hiver avec des marges élevées. La marge redescend à un niveau intermédiaire au début du printemps, et le produit est vendu à perte pendant l'été. Le répondant a suivi le même schéma pour les deux dernières années. L'indice des prix reflète cette volatilité saisonnière, mais il faut veiller à ne pas substituer un produit qui ne soit pas comparable à la fin de la saison correspondant à l'article précédent, sous peine d'interrompre la série et de peser à la baisse sur l'indice. Pour limiter au minimum cette tendance à la baisse et résoudre des problèmes tels que celui-ci, il est préférable de trouver des produits de remplacement comparables pour maintenir le lien et faire remonter l'indice.

29. Le deuxième problème concerne la détermination du prix de référence d'un bien. Au moment de commencer une nouvelle série, il faut éviter de déterminer un nouveau prix pour un article ou de se référer à un produit non comparable, à des prix de liquidation ou à des prix proches de zéro. Les prix de liquidation et les prix proches de zéro peuvent engendrer des fluctuations du prix relatif sur le mois pour lequel il apparaît pour la première fois, puis sur le mois au cours duquel il revient à la normale. Prenons l'exemple d'un détaillant qui communique un prix marginal de 0,02 dollars à la fin de l'année pour des concombres. Le mois suivant, le prix marginal revient à 0,32 dollars, établissant le prix relatif à 16. En conditions normales, un prix marginal aussi proche de zéro est généralement exclu de notre estimation. Si le prix marginal avait atteint 0,00 dollars, il aurait été exclu automatiquement, les marges nulles ou négatives étant exclues des calculs d'indices.

30. Les liquidations peuvent aussi altérer l'indice des prix. À titre d'exemple, une marque d'ordinateurs portables est entrée dans l'échantillonnage des ventes de détail avec un prix marginal de 186 dollars l'unité. Au troisième trimestre, cette marge est tombée à 110 dollars, l'article, en fin de vie, ayant été vendu à un prix de liquidation. Le mois suivant, le prix marginal a poursuivi sa chute pour atteindre 34 dollars. À la fin de l'année, le prix marginal était négatif, et au début du premier trimestre de 2010, un produit de

remplacement a été reçu. Pour l'année au cours de laquelle ce produit a fait partie de l'échantillon, son prix marginal a baissé de 80 %, de 186 à 34 dollars (la marge négative étant exclue de l'estimation). Certes, le prix des produits technologiques a toujours tendance à baisser (et implicitement, les marges se rétrécissent), mais il n'est pas certains qu'une diminution annuelle aussi importante soit représentative d'une activité économique réelle. D'une façon générale, les prix de liquidation ne sont viables à long terme pour aucune entreprise commerciale, et ils sont, de ce fait, considérés comme ponctuels ou comme des événements particuliers qui ne reflètent aucune tendance de l'évolution des prix sur quelque période que ce soit. Dans l'idéal, nous devons remplacer nos produits échantillons avant qu'ils atteignent leurs prix de liquidation. Si cela n'est pas possible, nous tentons de trouver un produit de substitution comparable pour établir le lien avec l'indice.

31. L'estimation des prix des services du commerce de gros et du commerce de détail est une entreprise complexe, car les prix ne sont pas directement observables et doivent être calculés. En outre, les prix marginaux sont censés être volatiles. Un article dont le prix de vente au détail brut est de 10 dollars et le prix marginal de 1 dollar, et dont le prix de vente au détail brut augmente de 0,50 dollars (5 %), voit son prix marginal augmenter de 50 %. Cette volatilité est engendrée par la valeur très faible d'un prix marginal par rapport au prix de vente ou au prix d'achat. S'il est vrai que les prix marginaux peuvent être volatiles, la volatilité des marges est parfois révélatrice d'autres problèmes, tels que les problèmes relatifs au mélange de produit.

32. Les difficultés rencontrées pour construire des indices des prix de gros et de détail sont, certes, multiples, mais Statistique Canada publie actuellement ces indices tous les trimestres, environ quatre-vingt-dix jours après la période de référence.

III. Incorporer l'IPCG et l'IPCD au Système de comptabilité nationale du Canada

33. L'IPCG et l'IPCD étant des produits relativement récents, le Système de comptabilité nationale du Canada n'a pas encore eu le temps de les incorporer dans son programme de déflation. Des études sont en cours, et les nouveaux indices devraient normalement être pleinement intégrés au Système de comptabilité nationale à partir d'octobre 2012, c'est-à-dire lorsque les résultats de la révision complète du système actuellement en cours seront rendus publics. Les lignes qui suivent présentent certains des résultats de l'expérience que nous menons avec les indices, ainsi que certaines des difficultés que nous rencontrons pour incorporer ces nouvelles séries de données. Les exemples proposés concernent l'indice des prix de gros, mais ils s'appliquent également à l'indice des prix de détail.

A. Considérations particulières liées à la collecte des prix marginaux

34. La difficulté spécifique à laquelle Statistique Canada doit faire face en utilisant l'IPCG et l'IPCD tient au fait que ces indices, s'ils sont appropriés pour déflater la production par branche d'activité, ne vont pas sans poser de problème lorsqu'il s'agit de déflater les marges de gros pour chaque produit dans les tableaux des e.-s. La méthode actuelle (dont il est question plus haut) consiste tout d'abord à déflater la marge de gros au niveau du produit, puis à agréger les estimations pour ce produit afin d'obtenir un total pour la branche d'activité. Si le Système national de comptabilité continue d'utiliser cette approche, il devra faire coïncider les IPCG par branche d'activité avec la classification par produit dans le cadre des tableaux e.-s. Il existe une soixantaine d'IPCG de branche d'activité qu'il faudrait faire coïncider avec environ 400 produits d'e.-s. Un premier regroupement a été réalisé et, dans certains cas, le nombre de produits regroupés au sein

d'une même industrie est considérable (parfois supérieur à 40 produits). Si les produits qui sous-tendent l'IPCG par industrie sont les mêmes que ceux qui sont regroupés au sein des tableaux e.-s., la démarche est pleinement justifiée. Si le type et la pondération des produits entrant dans l'IPCG diffèrent des produits d'e.-s. dans lesquels ils sont regroupés, les résultats peuvent être faussés. Des études sont en cours pour déterminer dans quelle mesure cela constitue un problème. Ce travail pourrait bien avoir des répercussions sur l'IPCG et l'IPCD permettant aux programmes de cibler les prix marginaux pour des produits spécifiques auprès des grossistes et des détaillants.

35. Une autre approche pourrait consister à déflater l'agrégat du produit de l'industrie dans un premier temps, puis à affecter ces volumes aux différents produits en se référant à la part de chaque produit dans la marge totale de l'industrie. Cette démarche aurait pour avantage de nous permettre de déflater le produit de l'industrie à l'aide d'un déflateur spécifique. En revanche, l'inconvénient serait que le déflateur marginal pour chaque produit des tableaux d'entrées-sorties serait le même, ce qui aurait pour conséquence que le mouvement des prix de marginaux relatifs serait le même pour chaque type de service de gros. Cette approche est illustrée dans le tableau 1.

Tableau 1
Affecter le total de l'industrie par produit

	<i>Valeur en prix courants</i>	<i>Déflateur</i>	<i>Part</i>	<i>Valeur en prix constants</i>
Gros pour l'industrie	70	1,07		66
Produit 1	15	1,07	21 %	14
Produit 2	25	1,07	36 %	23
Produit 3	30	1,07	43 %	28

36. Une autre solution consiste à combiner la méthode actuelle et les nouveaux IPCG par industrie. Les IPCG pourraient être utilisés pour estimer la valeur en prix constants des services du commerce de gros au niveau de l'industrie. La méthode actuelle pourrait être utilisée pour calculer un indice des services de gros en prix constants pour chaque produit. La différence entre le total pour l'industrie et la somme des produits serait répercutée sur les produits⁶. Cette solution est présentée dans le tableau 2.

Tableau 2
Intégration des nouvelles méthodes et des méthodes existantes

	<i>Valeur à la production aux prix courants</i>	<i>Valeur de la marge aux prix courants</i>	<i>Taux de marge</i>	<i>Déflateur de la production</i>	<i>Valeur à la production en prix constants</i>	<i>Valeur de la marge en prix constants</i>
Produit 1	150	15	10,0 %	1,01	149	15
Produit 2	300	25	8,3 %	1,02	294	25
Produit 3	550	30	5,5 %	1,02	539	29

⁶ Si un procédé plus adapté peut être établi, il sera utilisé en lieu et place de la répartition des données à travers le schéma existant.

	<i>Valeur marginale en prix constants</i>	<i>Part du produit</i>	<i>Facteur d'ajustement</i>	<i>Marge ajustée en prix constants</i>	<i>Déflateur marginal ajusté</i>
Commerce de gros	66				
Produit 1	15	22 %	(0,65)	14	1,056
Produit 2	25	36 %	(1,07)	23	1,066
Produit 3	29	43 %	(1,28)	28	1,066
Total par produit	69			66	

37. Enfin, une dernière solution, encore à étudier, consisterait à construire des déflateurs marginaux par produits à partir du programme des IPCG. Comme il est indiqué précédemment, l'IPCG revient à collecter des descriptions de produits auprès des répondants. Il est donc possible d'agréger les prix marginaux par produit et non par industrie. Le seul problème avec cette démarche tient au fait que l'enquête sur les prix du commerce de gros n'a, à l'origine, pas été conçue pour produire des indices au niveau des produits.

38. La stratégie à long terme adoptée dans le cadre du programme des IPPS consiste à élaborer des indices basés sur les produits, mais il reste de multiples obstacles à surmonter avant que ces indices puissent être effectivement produits. Les difficultés sont, entre autres, les suivantes:

a) La production d'un indice par produit imposerait la détermination de prix pour la production secondaire dans d'autres industries. Il faudrait, pour ce faire, que Statistique Canada dispose d'un cadre de produits, ce qui n'est actuellement pas le cas;

b) La production d'indices de prix marginaux par produit nécessiterait une augmentation importante de la taille des échantillons constitués aux fins du programme. Compte tenu des pressions budgétaires, il ne sera peut-être pas possible d'entreprendre une telle démarche dans un proche avenir.

B. Utilisation des IPCG dans le cadre du programme du PIB mensuel par industrie

39. Le Système de comptabilité nationale du Canada examine également la possibilité d'utiliser les IPCG pour produire les estimations mensuelles du volume des ventes de gros⁷. L'enquête sur les prix du commerce de gros recueille deux prix auprès des grossistes – un prix d'achat et un prix de vente – ce qui permet de calculer un prix marginal. Ces données permettent en fait de construire trois indices de prix: l'indice des prix marginaux, l'indice des prix d'achat et l'indice des prix de vente. L'indice des prix de vente du commerce de gros est l'indice le plus approprié pour déflater les ventes de gros.

40. Statistique Canada a réalisé un certain nombre de simulations en utilisant l'Indice des prix de vente du commerce de gros comme déflateur⁸ pour les ventes de gros, en remplacement de la méthode actuelle qui utilise la moyenne pondérée des prix à l'importation et des prix à la production interne. Les premiers résultats tendent à faire apparaître un indice des prix de vente de gros présentant des résultats fiables. La figure 1,

⁷ Estimations qui, quant à elles, sont utilisées pour estimer mensuellement le volume du PIB pour le commerce de gros.

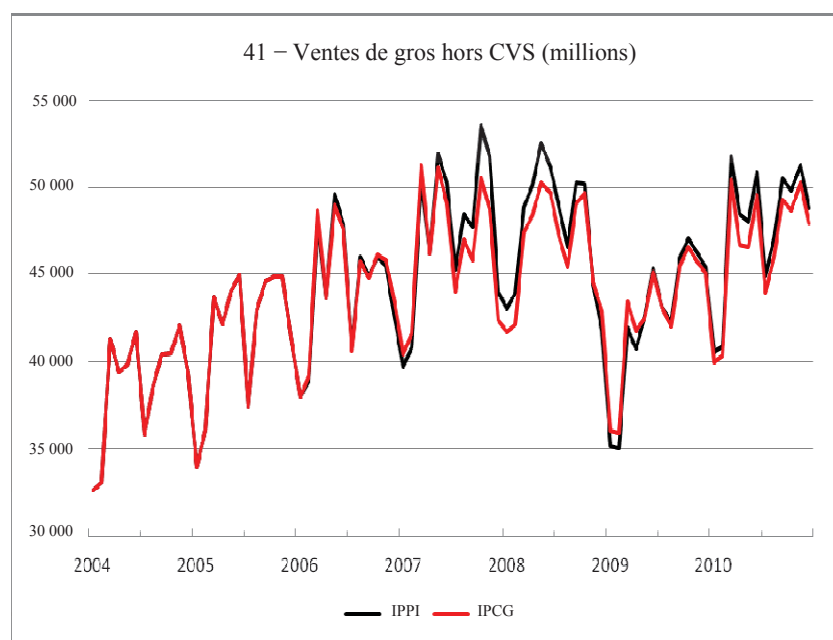
⁸ L'idée de base étant que, pour un produit donné, le mouvement des prix marginaux est identique au mouvement des prix de vente.

qui repose sur une simulation, montre les différences entre les deux méthodes. L'importance de l'écart n'est pas négligeable. En 2007-2008, le dollar canadien s'est fortement apprécié par rapport au dollar des États-Unis. La méthode actuelle utilisée pour déflater les ventes de gros repose sur les indices canadiens des prix d'importation, largement influencés par le taux de change entre le dollar canadien et le dollar des États-Unis. Au cours de cette période, les prix d'importation ont diminué, ce qui s'explique en partie par le fait que Statistique Canada, en procédant à la conversion entre dollar É.-U. et dollar canadien, admet une incidence immédiate et intégrale du taux de change. Les récentes études ont démontré que l'incidence du taux de change était inférieure à 100 %. Statistique Canada procède à un ajustement global de son déflateur des prix d'importation, mais elle ne le répercute pas aux indices par produit. Le programme du PIB mensuel repose sur le niveau détaillé du produit d'importation, de sorte que le recul des prix d'importation constaté au cours de la période considérée a pu être surestimé (sachant que l'incidence du taux de change était considérée comme de 100 %)

41. De ce fait, le volume des ventes de gros a, lui aussi, pu être surestimé. L'IPCG a reflété le prix d'importation exact (pour des prix intégrant une incidence du taux de change inférieure à 100 %) en les collectant directement auprès des grossistes, en résultat de quoi les volumes étaient inférieurs lorsque le dollar canadien s'appréciait par rapport au dollar des États-Unis, et supérieurs dans la situation inverse.

Figure 1

Nouvelle méthode contre méthode actuelle: volume des ventes de gros hors correction des variations saisonnières (CVS)



IV. Résumé

42. Comme dans la plupart des autres pays, le secteur canadien des services se développe, et il est nécessaire de disposer d'estimations fiables du volume des services pour se faire une idée précise du produit total réel. Les offices de statistique ne peuvent plus se contenter de prix approximatifs pour déflater la production de services. Nous devons nous orienter vers une mesure directe du prix des services. Cela étant, les difficultés liées à la

collecte, au traitement et à l'application de ces nouveaux déflateurs sont loin d'être négligeables.

43. Le commerce de gros et le commerce de détail posent une difficulté particulière, parce que les prix des services, qui ne sont pas observables directement, doivent être calculés en soustrayant le prix d'achat au prix de vente. Même en admettant que les difficultés de collecte et de traitement soient résolues, l'intégration de ces nouveaux indices aux divers programmes ne va pas de soi et requiert d'importants travaux de recherche et d'expérimentation.

44. L'expression de ces résultats en langage intelligible constitue une part importante de la recherche. Les premiers travaux entrepris dans le cadre du Système de comptabilité nationale du Canada indiquent que les volumes actuels de la production de gros sont trop élevés. Les deux solutions autres que celle qui consiste à déflater les estimations e.-s., qui n'ont pas encore été expérimentées, pourraient donner lieu à des résultats différents. Une façon de tester la validité des résultats consiste à déterminer si d'autres composantes du Système de comptabilité nationale mettent en évidence la qualité et l'utilité des IPCG. Tel sera le cas lorsque les IPCG seront utilisés dans le cadre du programme du PIB mensuel. Les résultats donnent lieu à de nouvelles estimations qui apportent des solutions à certains problèmes connus de qualité.

45. Un conseil aux pays qui envisagent d'appliquer une nouvelle méthode à la mesure du volume des services: consacrez suffisamment de temps aux recherches nécessaires en vue d'intégrer les nouvelles informations. Bien qu'ils contribuent à améliorer la qualité, les changements nécessaires sont importants, et il convient de veiller à retenir la bonne approche et de prendre le temps d'expliquer clairement ces changements aux utilisateurs.

V. Références

Le présent document renferme des extraits de documents précédents sur ce même sujet présentés par Fred Barzyk, André Loranger et Catherine Draper lors des vingt-troisième et vingt-cinquième réunions du Groupe de Voorburg sur les statistiques des services.
