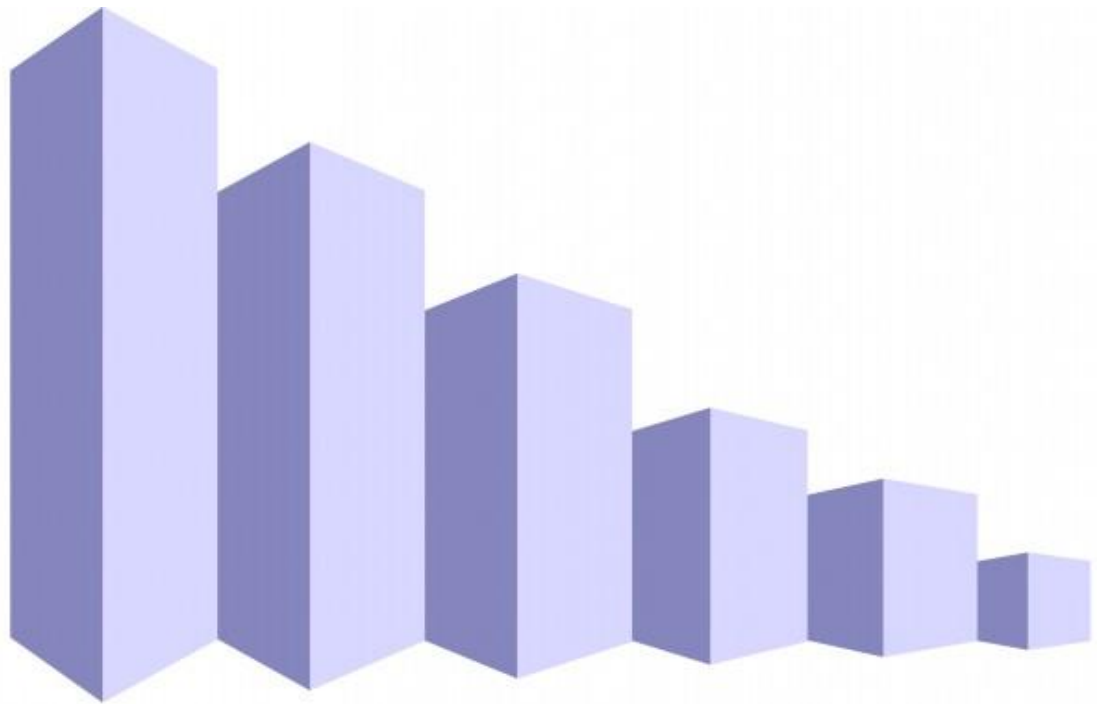


RAPPORT ANNUEL : ÉTAT DE L'INDUSTRIE



Mai
2015

Rapport d'affaires de la COPA

Rapport annuel : État de l'industrie

RAPPORT D'AFFAIRES DE LA COPA

LES CHIFFRES POINTENT TOUS DANS LA MÊME DIRECTION

Les ventes au détail en magasin et en ligne de produits de bureau ont diminué de 200 millions de dollars, soit 8 %, en 2014, une chute supérieure à celle de la crise financière de 2008-2009. (Voir l'annexe A – *Tableau 1 : Ventes au détail* et l'annexe B – *Tableau 2 : Ventes commerciales* pour une vue d'ensemble de la tendance sur cinq ans.) Cette baisse fait suite à des années de réduction des ventes de produits conventionnels. Comme l'achalandage a diminué, toutes les catégories de produits ont été touchées. Certains détaillants tels que Staples ont reconnu l'effet cumulatif de la baisse des ventes et ont fermé des magasins, alors que Grand & Toy a mis fin à ses activités sur le marché de détail.

La « société sans papier », annoncée depuis 30 ans, est enfin arrivée.

Malgré les cas toujours plus nombreux de piratage et de cybercrime qui sont rapportés, la plupart des gens reconnaissent les avantages des dossiers uniquement numériques et en acceptent les risques possibles. Plus de 55 % des Canadiens possédaient un téléphone intelligent en 2014, soit 14 % de plus qu'il y a cinq ans (Catalyst). En outre, 50 % des ventes d'ordinateurs de 2014 visaient des tablettes (InfoWorld).

Les utilisateurs de tablettes et de téléphones intelligents vont sur des sites de médias sociaux, vérifient leurs courriels, font des recherches sur Google, lisent ou regardent les nouvelles, effectuent des transactions bancaires, prennent des photos de moments précieux.

Mais combien d'utilisateurs savent comment imprimer et impriment effectivement à partir de leur téléphone intelligent ou tablette?

La « société sans papier »,
annoncée depuis 30 ans,
est enfin arrivée.

Même le fisc (Agence du revenu du Canada) a lancé un service en ligne de courriel permettant aux particuliers de recevoir leur correspondance via son service *Mon compte*. Les destinataires feront-ils imprimer cette correspondance pour la classer? Je ne le crois pas.

Selon le cycle de vie de l'adoption technologique, nous en sommes maintenant à l'étape de la majorité tardive et seulement quelques retardataires restent à convertir.

Un bureau pas vraiment sans papier

Bien que les entreprises aient tordu le bras des clients ou les aient menacés de frais pour des factures de papier, elles n'ont pas réalisé les investissements nécessaires pour devenir elles-mêmes sans papier. Les ventes commerciales continuent de s'accroître en ligne avec l'économie nationale – 2,7 %

en 2014. Bien que les ventes totales de papier au Canada aient chuté de **7,8 %**, presque un record, l'utilisation du papier dans les bureaux a grimpé de **7 %** en 2014.

- Le fait de ne pas imprimer et de poster les relevés permet de réduire les coûts.
- Dire au président qu'il ne peut pas avoir une copie papier peut risquer une carrière.

LES VENTES AU DÉTAIL EN 2014

Statistique Canada :

- Les ventes de magasins de fournitures de bureau et de papeterie ont diminué de 0,7 %, alors que tous les autres types de magasins ont connu une hausse de 1,7 % en 2014. (*Statistique Canada, Enquête sur les marchandises vendues au détail*)
- Les ventes de papeterie et de fournitures de bureau, en tant que marchandises, ont diminué de 3,5 % chez tous les grands détaillants tels que Walmart. (*Statistique Canada, Enquête sur les grands détaillants*)

Données d'études de marché de la COPA :

- Le total des ventes des revendeurs de produits de bureau a diminué de 5,2 %; il s'agit du pire trimestre des 15 derniers mois. (*COPA, rapport sur les commerces traditionnels [Legacy Report], T1 2015*)
- Les instruments d'écriture, soit « le produit de bureau conventionnel », ont connu des baisses dans toutes les catégories et sous-catégories. (*Usine de données de la COPA, 2014*)

Selon l'**Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail de Statistique Canada**, les magasins de fournitures de bureau, qui sont la principale composante des magasins de détail divers (SCIAN 453), sont le seul type de magasin dont les ventes ont baissé en 2014 par rapport à 2013.

VENTES AU DÉTAIL (x 1 000)	2013	2014	VARIATION	%
MARCHANDISES, TOTAL	484 009 575 \$	506 581 754 \$	22 572 179 \$	4,7 %
Concessionnaires de véhicules et de pièces automobiles	111 751 911 \$	120 277 340 \$	8 525 429 \$	7,6 %
Magasins d'alimentation	107 720 750 \$	109 587 309 \$	1 866 559 \$	1,7 %
Magasins de marchandises diverses	61 059 327 \$	64 841 709 \$	3 782 382 \$	6,2 %
Stations-service	61 406 674 \$	64 212 710 \$	2 806 036 \$	4,6 %
Magasins de produits de santé et de soins personnels	34 985 204 \$	37 260 420 \$	2 275 216 \$	6,5 %
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	27 458 004 \$	28 314 269 \$	856 265 \$	3,1 %
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	27 169 419 \$	28 234 201 \$	1 064 782 \$	3,9 %
Magasins de meubles et d'accessoires de maison	15 349 860 \$	15 964 978 \$	615 118 \$	4,0 %
Magasins d'appareils électroniques et ménagers	14 656 199 \$	14 902 944 \$	246 745 \$	1,7 %
Magasins de détail divers*	11 607 761 \$	11 522 926 \$	-84 835 \$	-0,7 %
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	10 844 466 \$	11 462 948 \$	618 482 \$	5,7 %

*SCIAN 453 : magasins de fournitures de bureau, de papeterie et de cadeaux, ainsi que fleuristes

La chute des ventes de papeterie et de fournitures de bureau, en tant que catégorie de marchandises, ne s'est pas limitée aux détaillants de produits de bureau. L'**Enquête sur les grands détaillants de Statistique Canada** a constaté une baisse de **3,5 %**.

VENTES DES GRANDS DÉTAILLANTS *	2013	2014	VARIATION	%
Papeterie, fournitures de bureau, cartes, papier d'emballage et articles pour réception	869 781 \$	839 761 \$	-30 020 \$	-3,5 %
Matériel informatique et logiciels	2 349 534 \$	2 423 376 \$	73 842 \$	3,1 %

*Le programme des grands détaillants ventile les marchandises composant les ventes au détail nationales d'environ 80 grandes entreprises de commerce de détail participant à l'Enquête sur les marchandises vendues au détail. Note : inclut Walmart et les grandes chaînes d'épicerie et de vêtements, mais non Staples, d'autres détaillants de produits de bureau et les magasins à un dollar.

Selon le **rapport de COPA sur les commerces traditionnels (Legacy Report) du T1 2015**, toutes les catégories ont baissé en 2014 et au premier trimestre de 2015. L'annexe A présente des détails sur toutes les catégories et sous-catégories pour les cinq dernières années.

RAPPORT SUR LES COMMERCES TRADITIONNELS, T1 2015, COPA	TRIMESTRES					VARIATION	
Trimestre	2014-01	2014-02	2014-03	2014-04	2015-01	T1 2014	%
Grand total	958 495 727 \$	848 617 759 \$	968 750 475 \$	925 709 199 \$	908 511 336 \$	-49 984 391 \$	-5,2 %

Les ventes de toutes les catégories d'instrument d'écriture ont chuté en 2014 et cette tendance se poursuit en 2015 (Rapport de l'usine de données de la COPA, T1 2015).

Ventes des cinq derniers trimestres	2014				2015		
	T1	T2	T3	T4	T1	Variation	Variation en %
Instruments d'écriture	33 241 548 \$	29 554 139 \$	50 957 862 \$	28 313 179 \$	31 459 488 \$	-1 782 060 \$	-5,7 %
Stylos	15 101 947 \$	13 109 134 \$	17 642 440 \$	12 933 995 \$	14 268 012 \$	-833 935 \$	-5,8 %
Marqueurs	11 090 717 \$	10 287 714 \$	15 074 915 \$	9 701 799 \$	10 810 164 \$	-280 553 \$	-2,6 %
Crayons	2 959 242 \$	2 596 298 \$	7 216 311 \$	2 176 401 \$	2 734 058 \$	-225 184 \$	-8,2 %
Recharges	1 358 464 \$	1 086 886 \$	1 701 889 \$	1 122 792 \$	1 291 957 \$	-66 507 \$	-5,1 %
Taille-crayons	1 066 350 \$	845 135 \$	2 897 405 \$	802 859 \$	879 062 \$	-187 288 \$	-21,3 %
Instruments d'écriture élégants	625 128 \$	638 937 \$	529 512 \$	729 770 \$	514 365 \$	-110 763 \$	-21,5 %
Gommes à effacer	512 765 \$	525 030 \$	2 338 278 \$	372 186 \$	475 105 \$	-37 660 \$	-7,9 %
Rangement	275 312 \$	249 890 \$	2 854 639 \$	234 570 \$	272 979 \$	-2 333 \$	-0,9 %
Articles de nouveauté	148 350 \$	122 084 \$	572 444 \$	139 280 \$	118 663 \$	-29 687 \$	-25,0 %
Craies	89 852 \$	82 212 \$	126 370 \$	95 677 \$	90 149 \$	297 \$	0,3 %

VENTES AUX ENTREPRISES ET AUX GOUVERNEMENTS

Les ventes de produits de bureau aux entreprises ont augmenté de **3,4 %** en 2014. Cependant, les principales catégories de vente sont le papier et le toner – tout comme il y a 15 ans (l'annexe B présente les détails de toutes les catégories et sous-catégories pour les cinq dernières années). La demande de produits de bureau était stimulée par la vigueur de l'économie, les profits des sociétés, la construction de bureaux d'entreprise et les taux d'inoccupation. Bien que les pires effets de la récession se soient estompés, les revendeurs commerciaux continueront de lutter contre la baisse de la demande des principaux produits de bureau.

Si les particuliers achetant des produits de bureau au détail se sont détournés des fournitures de bureau conventionnelles, les entreprises suivront sous peu.

CE N'EST PAS SI... C'EST QUAND!

Si rien n'est fait, 2014 se répétera au chapitre des ventes au détail. Les ventes commerciales suivront les ventes au détail lorsque le dirigeant qui dit « imprimez mes courriels » prendra sa retraite. Le marché des fournitures de bureau conventionnelles ne disparaîtra pas demain, mais les détaillants et les fournisseurs doivent mettre en œuvre plusieurs stratégies.

- Les coûts doivent être gérés pour maintenir la rentabilité.
- La durée des contrats, tels qu'en immobilier, doit être raccourcie pour tenir compte de l'incertitude et pour obtenir plus de souplesse.
- À court terme, de nouveaux produits générant du volume sont nécessaires pour maintenir des coûts de livraison plus bas et l'efficacité.
- L'assortiment doit être rationalisé en collaboration avec les fournisseurs et les clients commerciaux pour réduire les coûts des stocks et maintenir le pouvoir d'achat.

La réponse ne réside pas dans les nouveaux sites Web, les outils de vente au détail ou les centres de distribution. Les produits conventionnels disparaissent. Chaque entreprise mettra en œuvre un plan particulier, mais d'abord, il faut de l'information et des options.

L'Association canadienne des produits de bureau (COPA) mettra l'accent sur trois grands thèmes au cours des mois et des années à venir, accueillera des membres non traditionnels et appuiera la poursuite de la réussite de ses membres.

1. Au-delà des fournitures de bureau

Allez plus loin avec les organisations. Tirez parti de vos contacts et de vos capacités de distribution.

- a. Fournitures pour salle de pause et pour l'alimentation

Lorsqu'une porte se ferme, il y en a une qui s'ouvre. Malheureusement, nous perdons tellement de temps à contempler la porte fermée, que nous ne voyons pas celle qui vient de s'ouvrir.
- Alexander Graham Bell

- b. Fournitures de nettoyage, d'entretien et pour toilettes
- c. Produits à vocation commerciale : gestion des questions de santé et sécurité, mises en garde concernant des produits et fiches signalétiques.

2. Gestion de la composition de produits

Les services d'entreprises et de gouvernements n'ont pas besoin de 100 ni même de 25 articles d'instruments d'écriture. Combien d'articles pouvez-vous vous permettre d'offrir alors que les volumes des produits conventionnels chutent? Les clients de détail et les entreprises accepteront-ils d'en assumer le coût?

3. Solutions sans papier (ou presque)

Le défi n'est pas d'élaborer des solutions; de bonnes solutions existent déjà. Le défi consiste à remplacer les ventes de papier, de toner, de jet d'encre et d'articles connexes par des solutions rentables.

De nombreuses entreprises ont tenté de se passer de papier. Toutes ont échoué dans une certaine mesure. Que répondrez-vous lorsque vous recevrez cet appel : « **Nous éliminons le papier... Pouvez-vous nous aider?** »

Travailler ensemble.

LA COPA FAIT PARTIE DE LA SOLUTION

<http://www.copa.ca/>

La COPA fournit une foule de ressources de soutien d'entreprise, de programmes de réduction des coûts et de possibilités de réseautage. Depuis plus de 80 ans, nous sommes fiers de constituer une communauté fiable pour les revendeurs et fabricants de produits de bureau.

L'association a été constituée dans la province d'Ontario et est régie par un conseil d'administration bénévole. Les membres de la COPA comprennent des entreprises qui vendent des produits de bureau au consommateur final (les marchands, ou commerçants), ainsi que des sociétés qui fabriquent ou distribuent, ou les deux, ces produits (les fournisseurs et grossistes). La COPA comprend également des entreprises classées en tant qu'agents de vente de fabricants.

Grâce à nos différentes initiatives, la COPA peut fournir l'information dont ont besoin ses membres pour se positionner stratégiquement dans un marché en constante évolution.

Usine de données

<http://www.copa.ca/market-data/>

L'usine de données de la COPA est une suite de produits sur les perspectives d'affaires fournissant aux abonnés et aux membres de l'information exclusive sur le marché.

Rapport sur le rendement de catégories

Des rapports trimestriels projettent un éclairage sur le rendement de catégories ou d'articles, donnant notamment un aperçu des tendances de produits en fonction de multiples dimensions (couleur, volume, etc.).

Dimensions des données

- Ventes en unités et en valeur en dollars
- Ventilation ventes commerciales et ventes au détail
- Détails au niveau d'articles (nombre des emballages, couleurs, attributs, CUP, etc.)

Les données sur les ventes proviennent de membres revendeurs.

Pour obtenir plus de renseignements, s'adresser à Sam Moncada, président de la COPA, au 905-624-9462, poste 228, ou à smoncada@copa.ca.

Annexe A

TABLEAU 1 – VENTES AU DÉTAIL

(X 1 000 000)	Composit ion a)	Ventes	Variation annuelle				Ventes	Composition a)	Variation, 5 ans	
CATÉGORIE	2010	2010	2011	2012	2013	2014	2014	2014	Ventes	%
Machines de bureau	12,0 %	315 \$	-5,8 %	-7,33 %	-5,44 %	-5,37 %	246 \$	10,7 %	-69 \$	-21,9 %
Calculatrices	1,2 %	30 \$	-7,4 %	-11,15 %	-4,04 %	-8,96 %	22 \$	0,9 %	-8 \$	-28,1 %
Copieurs/télécopieurs/ appareils multifonctionnels	3,3 %	85 \$	-2,3 %	-1,16 %	0,12 %	-4,26 %	79 \$	3,4 %	-6 \$	-7,4 %
Produits de présentation	0,6 %	16 \$	-5,0 %	-20,47 %	-11,97 %	-10,39 %	9 \$	0,4 %	-6 \$	-40,4 %
Déchiquoteuses	0,6 %	16 \$	-7,4 %	-16,95 %	-1,29 %	-10,66 %	11 \$	0,5 %	-5 \$	-32,2 %
Articles divers	6,4 %	167 \$	-7,2 %	-7,75 %	-8,70 %	-4,52 %	125 \$	5,4 %	-42 \$	-25,4 %
Fournitures d'informatique	43,7 %	1 147 \$	0,1 %	2,87 %	-0,39 %	-7,57 %	1 088 \$	47,3 %	-59 \$	-5,2 %
Accessoires informatiques	1,6 %	42 \$	9,9 %	24,75 %	9,08 %	-0,39 %	62 \$	2,7 %	20 \$	48,9 %
Matériel informatique	13,5 %	354 \$	7,7 %	10,71 %	4,40 %	-9,39 %	399 \$	17,3 %	45 \$	12,8 %
Logiciels	4,7 %	124 \$	-10,7 %	-10,10 %	-4,37 %	-14,00 %	82 \$	3,6 %	-42 \$	-34,0 %
Fournitures – jet d'encre	12,2 %	321 \$	-2,0 %	1,23 %	-1,00 %	-5,38 %	298 \$	13,0 %	-23 \$	-7,1 %
Rangement	4,0 %	106 \$	-1,5 %	-3,03 %	-9,43 %	-10,76 %	82 \$	3,6 %	-24 \$	-22,8 %
Fournitures – toner	5,3 %	138 \$	-2,4 %	-1,56 %	-1,31 %	-4,89 %	125 \$	5,4 %	-14 \$	-9,8 %
Articles divers	2,4 %	62 \$	-7,9 %	-11,55 %	-18,82 %	-2,38 %	40 \$	1,8 %	-22 \$	-35,4 %
Meubles	6,0 %	156 \$	-8,5 %	-10,25 %	-9,06 %	-17,09 %	97 \$	4,2 %	-60 \$	-38,1 %
Sièges	2,6 %	69 \$	0,2 %	-10,62 %	-5,17 %	-11,41 %	52 \$	2,3 %	-17 \$	-24,8 %
Classeurs	0,9 %	22 \$	-9,6 %	-10,30 %	-12,20 %	-22,44 %	12 \$	0,5 %	-10 \$	-44,8 %
Postes de travail	0,6 %	15 \$	-32,7 %	113,34 %	-16,92 %	-30,13 %	13 \$	0,6 %	-3 \$	-16,7 %
Articles divers	1,9 %	50 \$	-12,6 %	-38,85 %	-9,47 %	-17,48 %	20 \$	0,9 %	-30 \$	-60,1 %
Fournitures de bureau	17,8 %	469 \$	-1,5 %	-2,40 %	-3,48 %	-5,12 %	412 \$	17,9 %	-56 \$	-12,0 %
Reliures, accessoires pour reliures et couvertures de présentation	3,4 %	88 \$	-2,0 %	-5,11 %	-6,63 %	-6,16 %	72 \$	3,1 %	-16 \$	-18,5 %
Classement et rangement	3,2 %	85 \$	-2,3 %	-0,06 %	-2,13 %	-6,49 %	76 \$	3,3 %	-9 \$	-10,7 %
Articles de bureau essentiels - consommables	1,8 %	46 \$	-3,9 %	-1,06 %	-2,09 %	-1,48 %	42 \$	1,8 %	-4 \$	-8,3 %
Articles de bureau essentiels - non consommables	2,2 %	57 \$	-3,2 %	-1,58 %	-1,39 %	-6,15 %	50 \$	2,2 %	-7 \$	-11,8 %
Écriture	3,7 %	97 \$	-0,5 %	-2,48 %	-4,36 %	-4,94 %	86 \$	3,7 %	-11 \$	-11,8 %
Articles divers	3,7 %	96 \$	0,6 %	-3,00 %	-2,91 %	-4,32 %	87 \$	3,8 %	-9 \$	-9,3 %
Autres	12,4 %	325 \$	-0,7 %	1,23 %	0,64 %	-13,70 %	284 \$	12,3 %	-41 \$	-12,7 %
Aliments et boissons	0,4 %	11 \$	5,8 %	33,31 %	13,92 %	-7,19 %	17 \$	0,7 %	6 \$	49,2 %
Produits sanitaires	0,5 %	12 \$	10,5 %	29,85 %	-6,40 %	-7,73 %	15 \$	0,7 %	3 \$	23,9 %
Autres	3,5 %	91 \$	-2,6 %	-2,14 %	-4,49 %	-41,60 %	48 \$	2,1 %	-43 \$	-46,9 %
Services	8,0 %	210 \$	-0,9 %	-1,05 %	2,39 %	-3,77 %	203 \$	8,8 %	-7 \$	-3,4 %
Produits papetiers	8,2 %	215 \$	-4,4 %	-5,87 %	-4,75 %	-6,20 %	173 \$	7,5 %	-42 \$	-19,6 %
Enveloppes	0,9 %	25 \$	-7,0 %	-7,47 %	-3,30 %	-5,77 %	20 \$	0,8 %	-5 \$	-21,6 %
Autres papiers fins - technologie	2,6 %	67 \$	-5,4 %	-6,42 %	-4,70 %	-7,99 %	52 \$	2,3 %	-15 \$	-22,4 %
Papiers fins blancs d'usage courant	1,4 %	37 \$	-5,8 %	-11,39 %	-4,79 %	-8,02 %	27 \$	1,2 %	-10 \$	-26,9 %
Tablettes d'écriture	1,4 %	38 \$	-0,1 %	5,84 %	-4,18 %	-2,14 %	37 \$	1,6 %	-0 \$	-0,8 %
Articles divers	1,8 %	48 \$	-4,1 %	-9,63 %	-6,05 %	-6,43 %	37 \$	1,6 %	-12 \$	-23,8 %
Grand total	100,0 %	2 627 \$	-1,9 %	-0,88 %	-2,11 %	-8,07 %	2 300	100,0 %	-327 \$	-12,5 %

Annexe B

TABLEAU 2 – VENTES COMMERCIALES

(X 1 000 000)	Composition a)	Ventes	Variation annuelle				Ventes	Compositio n a)	Variation, 5 ans	
CATÉGORIE	2010	2010	2011	2012	2013	2014	2014	2014	Ventes	%
Machines de bureau	7,3 %	126 \$	1,62 %	0,6 %	0,7 %	4,3 %	135 \$	7,6 %	8 \$	7,3 %
Calculatrices	0,8 %	13 \$	1,06 %	-3,5 %	-5,1 %	-7,3 %	11 \$	0,6 %	-2 \$	-14,2 %
Copieurs/télécopieurs/ appareils multifonctionnels	0,7 %	12 \$	-1,78 %	4,8 %	10,0 %	20,1 %	17 \$	1,0 %	4 \$	36,0 %
Articles divers	4,4 %	75 \$	1,18 %	0,4 %	4,3 %	3,4 %	82 \$	4,6 %	7 \$	9,6 %
Produits de présentation	0,8 %	14 \$	12,24 %	-0,9 %	-21,0 %	10,7 %	14 \$	0,8 %	-0 \$	-2,7 %
Déchiqueteuses	0,6 %	11 \$	-4,98 %	4,6 %	2,7 %	-3,8 %	10 \$	0,6 %	-0 \$	-1,8 %
Fournitures d'informatique	28,2 %	483 \$	2,67 %	0,8 %	0,1 %	3,5 %	519 \$	29,3 %	32 \$	7,3 %
Accessoires informatiques	1,0 %	18 \$	26,22 %	1,1 %	-5,6 %	17,0 %	25 \$	1,4 %	7 \$	41,0 %
Matériel informatique	1,6 %	28 \$	30,88 %	7,2 %	34,1 %	44,3 %	77 \$	4,3 %	44 \$	171,3 %
Logiciels	0,4 %	6 \$	0,73 %	1,1 %	-7,6 %	5,3 %	6 \$	0,4 %	-0 \$	-1,0 %
Fournitures – jet d'encre	3,3 %	57 \$	0,17 %	-5,8 %	-9,6 %	2,4 %	50 \$	2,8 %	-7 \$	-12,7 %
Articles divers	1,5 %	26 \$	7,07 %	-2,2 %	-7,8 %	5,4 %	26 \$	1,5 %	0 \$	1,8 %
Rangement	1,6 %	27 \$	-9,62 %	-9,9 %	-2,4 %	-3,2 %	21 \$	1,2 %	-6 \$	-23,1 %
Fournitures – toner	18,8 %	321 \$	0,04 %	2,3 %	-1,0 %	-3,6 %	314 \$	17,7 %	-7 \$	-2,3 %
Meubles	10,6 %	181 \$	-9,33 %	0,3 %	1,9 %	-1,9 %	165 \$	9,3 %	-15 \$	-9,1 %
Sièges	2,7 %	46 \$	6,57 %	2,0 %	3,4 %	11,0 %	57 \$	3,2 %	10 \$	24,7 %
Classeurs	1,7 %	29 \$	-7,51 %	4,5 %	-4,7 %	2,4 %	27 \$	1,5 %	-2 \$	-5,7 %
Articles divers	3,6 %	62 \$	-27,69 %	-4,8 %	-3,6 %	-13,4 %	36 \$	2,0 %	-24 \$	-42,5 %
Postes de travail	2,6 %	45 \$	-1,41 %	1,0 %	9,7 %	-8,0 %	45 \$	2,5 %	0 \$	0,5 %
Fournitures de bureau	28,2 %	483 \$	-3,09 %	-2,6 %	-3,8 %	-1,7 %	432 \$	24,4 %	-47 \$	-10,7 %
Reliures, accessoires pour reliures et couvertures de présentation	4,8 %	83 \$	-3,69 %	-3,4 %	-7,7 %	-3,9 %	69 \$	3,9 %	-13 \$	-17,5 %
Classement et rangement	5,7 %	98 \$	4,11 %	-1,5 %	-3,2 %	-4,3 %	93 \$	5,3 %	-4 \$	-5,0 %
Articles de bureau essentiels - consommables	5,4 %	92 \$	-24,59 %	-0,7 %	-4,6 %	0,5 %	66 \$	3,7 %	-24 \$	-28,2 %
Articles de bureau essentiels – non consommables	3,3 %	56 \$	1,85 %	-7,7 %	-7,6 %	4,7 %	51 \$	2,9 %	-5 \$	-9,0 %
Articles divers	3,8 %	64 \$	4,08 %	-3,1 %	0,8 %	-4,3 %	63 \$	3,5 %	-2 \$	-2,8 %
Écriture	5,2 %	90 \$	3,40 %	-0,8 %	-1,8 %	-0,2 %	90 \$	5,1 %	0,5 \$	0,6 %
Autres	5,6 %	97 \$	13,42 %	2,0 %	16,9 %	14,8 %	150 \$	8,5 %	48 \$	55,2 %
Aliments et boissons	0,4 %	8 \$	26,55 %	35,6 %	32,0 %	31,0 %	23 \$	1,3 %	14 \$	197,0 %
Produits sanitaires	2,7 %	46 \$	21,80 %	12,1 %	15,0 %	13,3 %	82 \$	4,6 %	33 \$	77,8 %
Articles divers	2,1 %	35 \$	0,48 %	-23,8 %	0,5 %	10,8 %	30 \$	1,7 %	-5 \$	-14,7 %
Services	0,4 %	7 \$	9,74 %	5,8 %	60,5 %	9,9 %	15 \$	0,8 %	7 \$	104,8 %
Produits papetiers	20,0 %	343 \$	1,80 %	-2,8 %	5,2 %	3,9 %	372 \$	21,0 %	26 \$	8,2 %
Enveloppes	1,7 %	29 \$	-5,81 %	-4,4 %	-4,0 %	-2,4 %	24 \$	1,4 %	-4 \$	-15,6 %
Autres papiers fins - technologie	3,4 %	59 \$	12,88 %	5,6 %	2,8 %	0,0 %	72 \$	4,0 %	12 \$	22,6 %
Papiers fins blancs d'usage courant	12,1 %	208 \$	-2,00 %	-5,4 %	5,5 %	7,0 %	218 \$	12,3 %	9 \$	4,7 %
Articles divers	1,5 %	25 \$	0,02 %	-13,9 %	16,6 %	3,2 %	26 \$	1,5 %	1 \$	3,6 %
Tablettes d'écriture	1,3 %	23 \$	19,40 %	8,5 %	8,7 %	-1,6 %	32 \$	1,8 %	8 \$	38,5 %
Grand total	100,0 %	1 714 \$	0,13 %	-0,8 %	1,4 %	2,7 %	1 772 \$	100,0 %	53 \$	3,4 %

Rapports de l'usine de données de la COPA

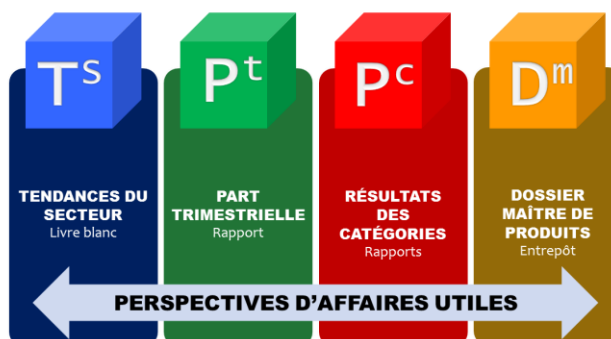
La COPA offre une gamme d'avantages et de produits pour fournir au coût des données sur le marché à ses membres et abonnés.

Notre bulletin sur le secteur, nos rapports d'affaires mensuels, les rapports trimestriels exclusifs de notre usine de production de données et notre rapport d'affaires annuel prochain peuvent vous aider à planifier.

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS

Sam Moncada, President / Président
COPA
905-624-9462, poste 228
smoncada@copa.ca

Éléments de base du succès



IMPLIQUEZ-VOUS

La vigueur de votre association provient de vous : nous avons besoin de votre participation, de vos compétences et de vos talents!

- Faites partie d'un comité ou du conseil d'administration
- Rédigez des blogues, des gazouillis
- Soyez l'auteur ou le coauteur d'un article
- Assistez aux réunions et événements

AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

L'information contenue dans le présent document est fournie uniquement à titre d'information générale. Bien que nous nous appliquions à tenir les renseignements à jour et à en assurer l'exactitude, nous n'offrons aucune garantie et ne faisons aucune assertion, expresse ou tacite, concernant l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité de l'information. Toute utilisation de cette information est donc faite à vos propres risques

En aucun cas, nous ne pourrions être tenus responsables d'une perte ou de dommages, quels qu'ils soient, y compris, sans s'y restreindre, une perte ou des dommages indirects ou consécutifs, ou encore une perte ou des dommages découlant de la perte de données ou de profits découlant de l'utilisation de ces renseignements.

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, transcrite, traduite ou réduite sur quelque support électronique que ce soit sans l'autorisation écrite préalable de l'Association canadienne des produits de bureau et de Bob Smith.

bobsmith@businessstats.ca
monthlyreport@copa.ca

Copyright © Bob Smith 2015. Tous droits réservés.