

Étude : Les consommateurs canadiens s'adaptent à la COVID-19 : un aperçu des ventes d'épicerie canadiennes jusqu'au 11 avril

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est dans *Le Quotidien*, le lundi 11 mai 2020

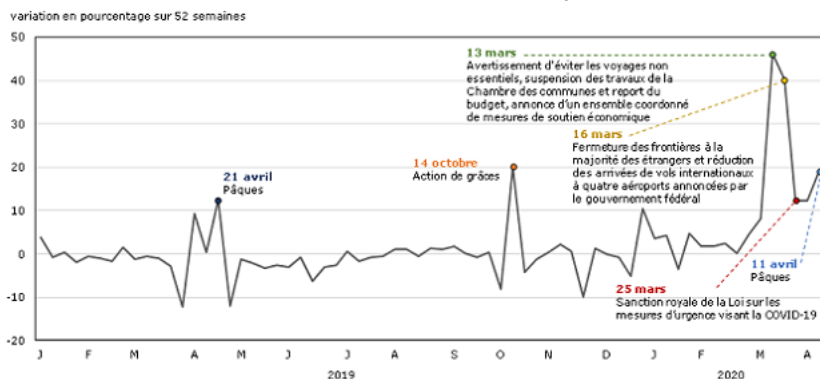
Les Canadiens continuent à s'adapter à une nouvelle réalité alors que la pandémie de COVID-19 continue à façonner leur vie quotidienne. La vie à la maison a bien changé : de nombreux commerces et fournisseurs de services ont cessé leurs activités ou ont réduit leurs heures d'ouverture, les salles de classe sont devenues virtuelles, une nouvelle main-d'œuvre composée des travailleurs essentiels et des télétravailleurs s'est définie, et des millions de Canadiens ont vu leurs heures de travail réduites ou se sont fait mettre à pied en raison de la pandémie. En examinant les achats que font les Canadiens dans les épiceries, il est possible d'avoir un aperçu de ce qu'ils font pour subvenir à leurs besoins et à ceux de leur famille et de ce qu'ils font de leur temps à la maison.

L'étude, qui s'intitule « [Les consommateurs canadiens s'adaptent à la COVID-19 : un aperçu des ventes d'épicerie canadiennes jusqu'au 11 avril](#) », vise à mettre en lumière les tendances récentes en matière de demande et de ventes de biens de consommation, à l'aide des données transactionnelles de produits d'épicerie.

Les ventes en avril poursuivent leur tendance à la hausse après la poussée exceptionnelle enregistrée en mars

Que les Canadiens aient eu besoin de regarnir leurs tablettes, qu'ils se soient préparés à sortir moins souvent pour réduire leur risque d'exposition à la COVID-19 ou qu'ils aient cédé à la panique, les ventes d'épicerie ont augmenté de façon marquée en mars 2020.

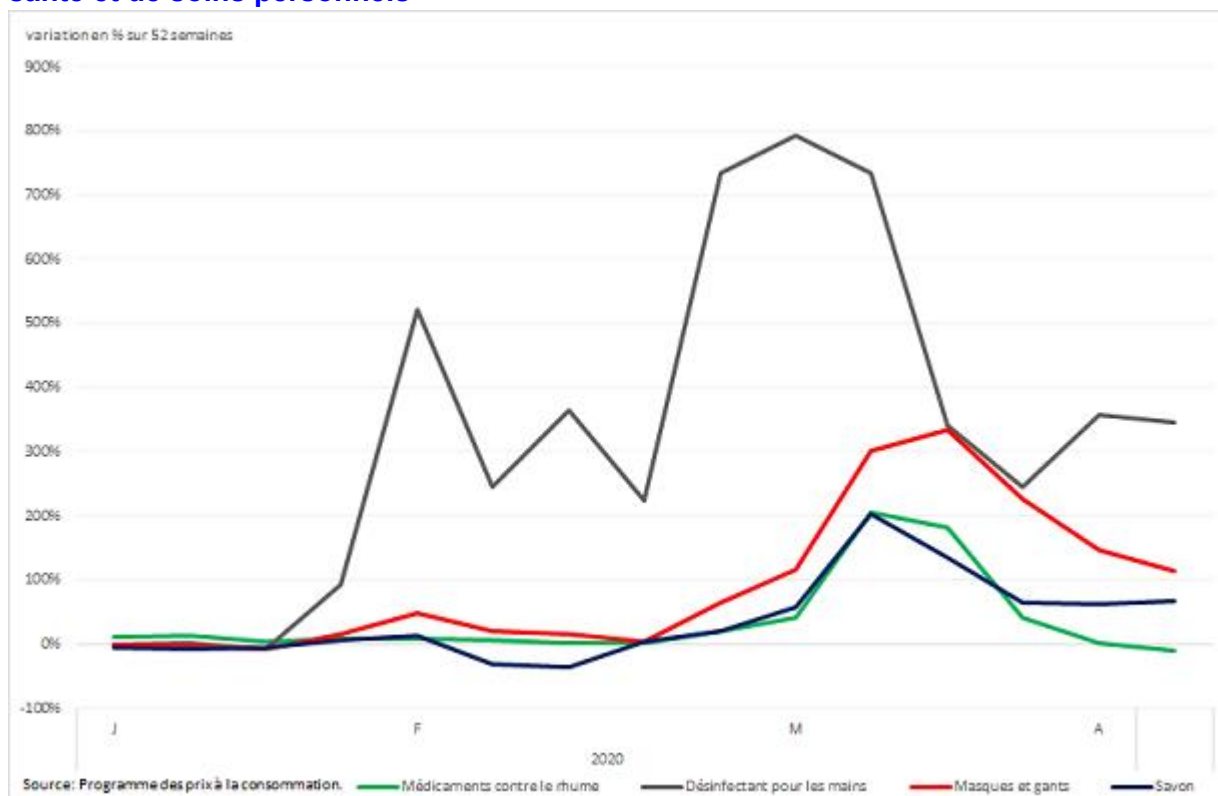
Infographie 1 – Variation sur 52 semaines des ventes hebdomadaires de certaines épiceries



Au cours de la semaine se terminant le 21 mars, presque toutes les provinces et tous les territoires avaient déclaré l'état d'urgence en raison de la COVID-19 et les restrictions concernant les déplacements transfrontaliers et les interdictions de voyages internationaux étaient en vigueur. Les consommateurs canadiens ont continué de réagir et de se préparer à l'accès limité aux entreprises, aux biens et aux services ainsi qu'aux restrictions accrues liées aux déplacements. Au cours de la semaine se terminant le 21 mars, les ventes au détail d'épicerie avaient augmenté de 40 % par rapport à la même semaine un an plus tôt.



Infographie 2 – Variation sur 52 semaines des ventes hebdomadaires de certains produits de santé et de soins personnels



Après avoir atteint un sommet en mars, les recettes des épicerie ont continué d'augmenter comme jamais auparavant durant les trois semaines suivantes. Au cours de la semaine se terminant le 11 avril, les ventes avaient augmenté de 19 % d'une année à l'autre.

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 2301.

L'article analytique intitulé « [Les consommateurs canadiens s'adaptent à la COVID-19 : un aperçu des ventes d'épicerie canadiennes jusqu'au 11 avril](#) », qui fait partie de la *Série analytique des prix (62F0014M)*, est maintenant accessible.

Pour obtenir plus de renseignements ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, communiquez avec nous au 514-283-8300 ou composez sans frais le 1-800-263-1136 (STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.ca), ou communiquez avec les Relations avec les médias au 613-951-4636 (STATCAN.mediahotline-ligneinfomedias.STATCAN@canada.ca).