

## Document analytique

Analyse en bref

# Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008

par Lucy Chung et Mark Switzer, Division de la statistique du commerce



Division de la statistique du commerce  
11e étage, Édifice Jean-Talon, 170 promenade Tunney's Pasture, Ottawa,  
ON K1A 0T6

Téléphone : 1-800-263-1136



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

## Comment obtenir d'autres renseignements

Pour toute demande de renseignements au sujet de ce produit ou sur l'ensemble des données et des services de Statistique Canada, visiter notre site Web à [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca). Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel à [infostats@statcan.gc.ca](mailto:infostats@statcan.gc.ca) ou par téléphone entre 8 h 30 et 16 h 30 du lundi au vendredi aux numéros suivants :

### Centre de contact national de Statistique Canada

Numéros sans frais (Canada et États-Unis) :

Service de renseignements	1-800-263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Télécopieur	1-877-287-4369

Appels locaux ou internationaux :

Service de renseignements	1-613-951-8116
Télécopieur	1-613-951-0581

### Programme des services de dépôt

Service de renseignements	1-800-635-7943
Télécopieur	1-800-565-7757

## Comment accéder à ce produit

Le produit n° 11-621-M au catalogue est disponible gratuitement sous format électronique. Pour obtenir un exemplaire, il suffit de visiter notre site Web à [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca) et de choisir la rubrique « Publications ».

## Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois. À cet égard, notre organisme s'est doté de *normes de service à la clientèle* que les employés observent. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec Statistique Canada au numéro sans frais 1-800-263-1136. Les normes de service sont aussi publiées sur le site [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca) sous « À propos de nous » > « Offrir des services aux Canadiens ».

Statistique Canada

Division de la statistique du commerce

# Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2009

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.

Mai 2009

N° 11-621-M au catalogue, n° 78

ISSN 1707-0511

ISBN 978-1-100-91535-7

Périodicité : hors série

Ottawa

This publication is available in English upon request (catalogue no. 11-621-M).

---

#### **Note de reconnaissance**

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

---

## Information pour l'utilisateur

### Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada :

- . indisponible pour toute période de référence
- .. indisponible pour une période de référence précise
- ... n'ayant pas lieu de figurer
- 0 zéro absolu ou valeur arrondie à zéro
- 0<sup>s</sup> valeur arrondie à 0 (zéro) là où il y a une distinction importante entre le zéro absolu et la valeur arrondie
- p provisoire
- r révisé
- x confidentiel en vertu des dispositions de la *Loi sur la statistique*
- E à utiliser avec prudence
- F trop peu fiable pour être publié

---

## **Table des matières**

### **Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008**

1	Sommaire	4
2	Le ralentissement des ventes au détail touche principalement les concessionnaires d'automobiles neuves	5
3	La performance des ventes se montre volatile au cours de l'année	6
4	La croissance de l'emploi dans le secteur du commerce de détail reflète la croissance des ventes au détail en 2008	7
5	Une stabilité des ventes en Alberta et en Colombie-Britannique	7
6	Malgré un ralentissement, la Saskatchewan se trouve en tête de la croissance des ventes parmi les provinces	9
7	Une croissance plus rapide des ventes au Québec et au Nouveau-Brunswick	11
	<b>Au sujet de l'article</b>	<b>12</b>
	<b>À propos d'Analyse en bref</b>	<b>13</b>
	<b>Liste de distribution - abonnement gratuit</b>	<b>14</b>
	<b>Bilans annuels antérieurs</b>	<b>15</b>

---

## **Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008**

par Lucy Chung et Mark Switzer, Division de la statistique du commerce

### **1 Sommaire**

En 2008, la progression des ventes au détail canadiennes a été la plus faible depuis 1996, en raison, dans une large mesure, du repli des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves et d'une baisse générale des ventes au quatrième trimestre.

Les détaillants ont vendu pour 426,0 milliards de dollars de biens et services en 2008, en hausse de 3,4 % par rapport à 2007. Ce taux de croissance est inférieur au taux de 5,8 % affiché l'année précédente. En volume, les ventes au détail totales se sont accrues de 2,6 %, le plus faible taux de croissance observé pour cette série depuis 2003.

Le ralentissement des ventes au détail est principalement attribuable à une diminution de 4,5 % des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves. Sans les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, les ventes au détail ont augmenté de 5,2 % en 2008 comparativement à 6,4 % en 2007.

Les ventes des stations-service ont représenté environ la moitié de l'augmentation globale des ventes au détail en 2008. Cette hausse est attribuable presque intégralement aux prix plus élevés de l'essence au cours des neuf premiers mois de 2008. Les prix à la pompe ont diminué considérablement plus tard dans l'année. Les autres groupes du commerce de détail qui ont terminé l'année sur une tendance à la baisse après l'avoir amorcée en force sont les magasins de meubles, les magasins d'accessoires de maison ainsi que les magasins d'ordinateurs et de logiciels, et les magasins de vêtements et d'accessoires.

L'emploi total dans le secteur du commerce de détail a atteint 1,9 million en 2008, affichant une croissance de 3,2 % après avoir augmenté de 3,9 % en 2007, ralentissement qui reflète celui de la croissance des ventes au détail. Le secteur du commerce de détail représentait 13,0 % de l'emploi total en 2008.

La plus grande partie du ralentissement de la croissance des ventes au détail à l'échelle nationale est attribuable à la stabilisation des ventes au détail en Alberta et en Colombie-Britannique. Cependant, l'Alberta a continué d'afficher les dépenses par habitant chez les détaillants les plus élevées au pays.

Pour la deuxième année consécutive, la Saskatchewan a connu la plus forte croissance des ventes au détail parmi les provinces. La Saskatchewan est l'une des cinq provinces qui ont connu une augmentation des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, entraînant une augmentation globale des ventes au détail de 10,6 %. La Saskatchewan était suivie de Terre-Neuve-et-Labrador (+7,6 %) et du Manitoba (+7,2 %).

La hausse des ventes s'est ralentie dans la plupart des provinces. Seuls les détaillants au Québec et au Nouveau-Brunswick ont affiché en 2008 des augmentations des ventes supérieures à celles de 2007.

Cette étude présente un profil statistique de la performance du secteur du commerce de détail en 2008 pour chacune des provinces à partir de données tirées de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

## 2 Le ralentissement des ventes au détail touche principalement les concessionnaires d'automobiles neuves

En 2008, les ventes au détail au Canada ont progressé de 3,4 % pour s'établir à 426,0 milliards de dollars, après avoir augmenté de 5,8 % en 2007. Il s'agit de la plus faible croissance annuelle des ventes au détail observée depuis 1996. En volume, les ventes au détail totales se sont accrues de 2,6 %, ce qui correspond au taux de croissance le plus faible affiché pour cette série depuis 2003.

**Tableau 1**  
**Ventes au détail selon le groupe de commerce, Canada, 2007 et 2008**

	Ventes		Taux de croissance annuel	Proportion des ventes en 2008
	2007	2008		
	millions de dollars		%	
<b>Automobile</b>	<b>141 946</b>	<b>145 971</b>	<b>2,8</b>	<b>34,3</b>
Concessionnaires d'automobiles neuves	76 884	73 402	-4,5	17,2
Concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces	18 674	19 412	4,0	4,6
Stations-service	46 388	53 157	14,6	12,5
<b>Magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques</b>	<b>29 771</b>	<b>30 986</b>	<b>4,1</b>	<b>7,3</b>
Magasins de meubles	10 053	10 199	1,5	2,4
Magasins d'accessoires de maison	5 991	6 067	1,3	1,4
Magasins d'ordinateurs et de logiciels	1 421	1 397	-1,7	0,3
Magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers	12 306	13 322	8,3	3,1
<b>Magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison</b>	<b>26 470</b>	<b>27 182</b>	<b>2,7</b>	<b>6,4</b>
Centres de rénovation et quincailleries	21 413	22 125	3,3	5,2
Magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage	5 057	5 057	0,0	1,2
<b>Magasins d'alimentation et de boissons</b>	<b>91 868</b>	<b>95 571</b>	<b>4,0</b>	<b>22,4</b>
Supermarchés	65 843	68 579	4,2	16,1
Dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés	9 885	10 117	2,3	2,4
Magasins de bière, de vin et de spiritueux	16 140	16 876	4,6	4,0
<b>Pharmacies et magasins de produits de soins personnels</b>	<b>28 249</b>	<b>29 186</b>	<b>3,3</b>	<b>6,9</b>
<b>Magasins de vêtements et d'accessoires</b>	<b>23 854</b>	<b>23 988</b>	<b>0,6</b>	<b>5,6</b>
Magasins de vêtements	18 248	18 385	0,8	4,3
Magasins de chaussures, d'accessoires vestimentaires et bijouteries	5 607	5 603	-0,1	1,3
<b>Magasins de marchandises diverses</b>	<b>48 591</b>	<b>51 400</b>	<b>5,8</b>	<b>12,1</b>
<b>Détaillants divers</b>	<b>21 289</b>	<b>21 751</b>	<b>2,2</b>	<b>5,1</b>
Magasins d'articles de sports, de passe-temps de musique et librairies	10 554	10 791	2,2	2,5
Magasins de détail divers	10 735	10 960	2,1	2,6
<b>Total des ventes au détail</b>	<b>412 037</b>	<b>426 034</b>	<b>3,4</b>	<b>100,0</b>

**Note(s)** : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux.

**Source(s)** : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0014.

Les ventes ont diminué dans 4 des 18 groupes de commerce. Le ralentissement de la croissance des ventes au détail est principalement attribuable à une diminution de 4,5 % des ventes des concessionnaires automobiles neuves, celle-ci correspondant à la plus forte baisse annuelle observée depuis le début de la série en 1991. La croissance des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves a été inférieure à celle de l'ensemble du commerce de détail depuis 2003. Le prix des véhicules neufs a chuté de 6,9 % en 2008 selon l'Indice des prix à la consommation, la baisse des prix la plus importante enregistrée en plus de 50 ans. En termes de ventes unitaires, l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs a montré que ces ventes ont reculé de 1,0 % en 2008, les consommateurs et les entreprises achetant moins de camions (-6,2 %) et privilégiant les voitures particulières (+4,1 %). Si l'on ne tient pas compte des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, les ventes au détail ont augmenté de 5,2 % en 2008 comparativement à 6,4 % en 2007.

Environ la moitié de la croissance globale des ventes au détail en 2008 était attribuable à des ventes plus élevées dans les stations-service. L'augmentation de 14,6 % provient essentiellement de la hausse des prix de l'essence au cours de la première moitié de 2008. Si l'on ne tient pas compte des ventes des stations-service, les ventes au détail ont progressé de 2,0 % en 2008.

Les ventes des magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers ont crû de 8,3 %, le deuxième taux de croissance le plus élevé. Cette croissance est attribuable aux volumes plus élevés des ventes de produits comme les téléviseurs, les ordinateurs et les téléphones dont les prix ont baissé en 2008.

Le seul autre groupe de commerce dont les ventes ont affiché une croissance supérieure à 5,0 % est celui des magasins de marchandises diverses. Pour la première fois depuis 2004, son taux de croissance, de 5,8 %, était plus élevé que celui de l'ensemble du secteur du commerce de détail.

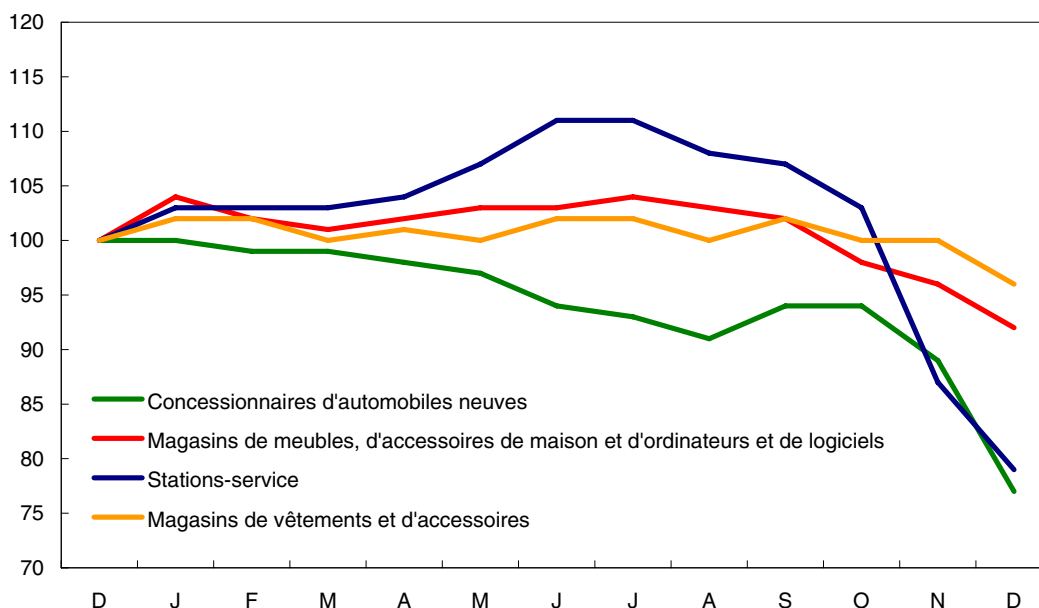
Les ventes des supermarchés ont grimpé de 4,2 % pour s'établir à 68,6 milliards de dollars, principalement en raison des augmentations des prix des aliments. Les prix des aliments ont crû de 3,9 %, la plus forte hausse des prix observée depuis 2001.

### 3 La performance des ventes se montre volatile au cours de l'année

Les conditions économiques au Canada ont beaucoup évolué au cours de 2008, un début vigoureux étant suivi d'un affaiblissement vers la fin. Les profils des ventes des groupes de commerce de détail n'étaient pas uniformes en 2008. La valeur des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves a affiché une tendance à la baisse au début de l'année, reflétant les prix plus faibles et le repli des ventes de camions. Les ventes ont continué de reculer au cours de la dernière partie de 2008, les ventes de voitures particulières amorçant une baisse.

**Graphique 1**  
**Les ventes au détail reflètent l'affaiblissement de l'économie dans la dernière moitié de 2008**

Indice des ventes (décembre 2007 = 100)



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0014.

Le prix de l'essence plus élevé a entraîné un sommet des ventes des stations-service en juillet mais on a observé des baisses au cours des mois subséquents en raison de la forte décélération des prix. Les magasins de meubles, les



magasins d'accessoires de maison ainsi que les magasins d'ordinateurs et de logiciels ont également vu leurs ventes augmenter jusqu'en juillet, puis chuter. Les ventes des magasins de vêtements et d'accessoires ont commencé à reculer en juin alors que l'économie ralentissait.

#### 4 La croissance de l'emploi dans le secteur du commerce de détail reflète la croissance des ventes au détail en 2008

L'emploi total dans le secteur du commerce de détail a atteint 1,9 million en 2008, affichant une croissance de 3,2 % en 2008 après avoir augmenté de 3,9 % en 2007, ralentissement qui reflète celui de la croissance des ventes au détail. Le secteur du commerce de détail représentait 13,0 % de l'emploi total<sup>1</sup> en 2008.

Seulement deux groupes de commerce de détail ont connu une accélération considérable de l'emploi en 2008, soit les magasins d'alimentation et de boissons et les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers.

**Tableau 2**  
**Croissance de l'emploi selon l'industrie du commerce de détail (SCIAN)**

	Emploi		Croissance de l'emploi	
	2007	2008	2007	2008
	nombre		%	
Marchands de véhicules automobiles et de leurs pièces	183 801	187 960	3,7	2,3
Magasins de meubles et d'accessoires de maison	70 674	73 225	6,6	3,6
Magasins d'appareils électroniques et ménagers	61 649	63 147	1,4	2,4
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage	121 764	129 003	12,4	5,9
Magasins d'alimentation	511 403	538 133	2,8	5,2
Magasins de produits de santé et de soins personnels	141 079	150 122	6,3	6,4
Stations-service	82 344	82 829	2,7	0,6
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires	205 111	210 438	5,7	2,6
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres	82 565	83 629	2,7	1,3
Magasins de fournitures de tout genre	253 768	255 491	1,4	0,7
Magasins de détail divers	95 110	96 615	3,4	1,6
Détaillants hors magasin	26 233	23 867	-5,1	-9,0
<b>Total pour le commerce de détail</b>	<b>1 835 502</b>	<b>1 894 459</b>	<b>3,9</b>	<b>3,2</b>

**Note(s)** : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux.

**Source(s)** : Statistique Canada, CANSIM, tableau 281-0024.

#### 5 Une stabilité des ventes en Alberta et en Colombie-Britannique

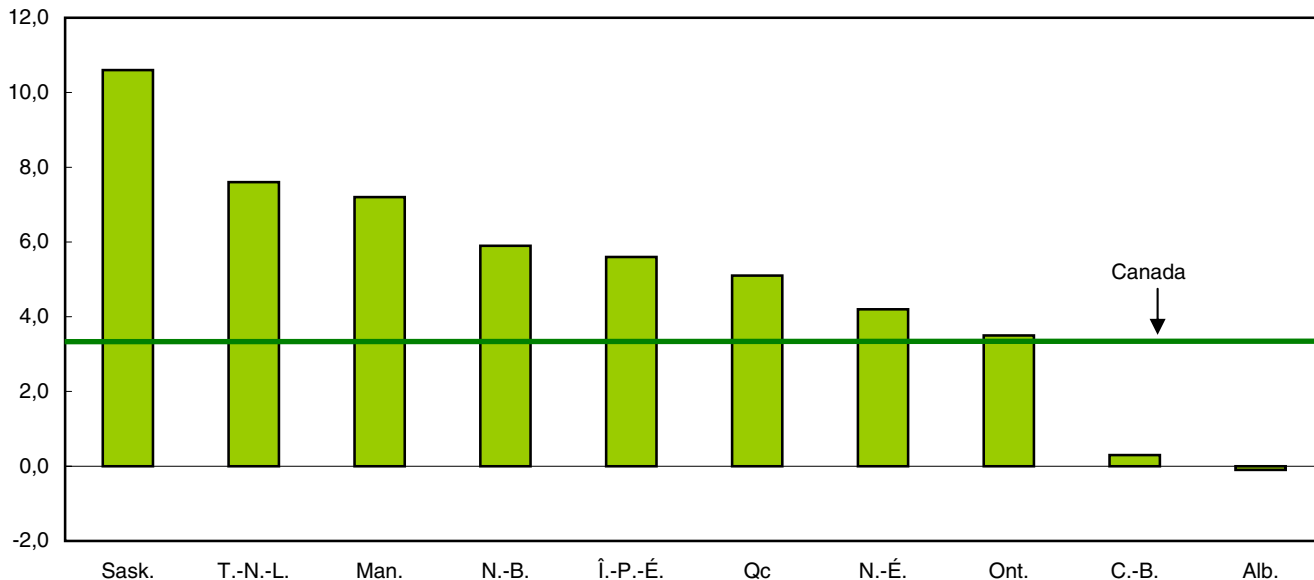
Les ventes au détail en Alberta et en Colombie-Britannique sont demeurées stables durant la plus grande partie de 2008, puis ont chuté au dernier trimestre, contribuant grandement à l'affaiblissement du taux de croissance global.

L'Alberta est la seule province qui a affiché une baisse des ventes au détail en 2008. Au premier rang pour ce qui est de la croissance des ventes au détail en 2006, cette province est passée au deuxième rang en 2007 et au dernier rang en 2008.

1. Sont exclus, les travailleurs autonomes, les travailleurs des secteurs de l'agriculture, de la pêche, du piégeage, des organismes religieux et les membres des forces armées canadiennes.

**Graphique 2**  
**En 2008, l'Alberta et la Colombie-Britannique étaient les seules deux provinces à afficher un taux de croissance inférieur à la moyenne nationale**

Taux de croissance annuel des ventes au détail en pourcentage



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0014.

Après quatre années de forte croissance économique et d'augmentation des dépenses de consommation et des entreprises, l'Alberta a vu ses ventes au détail se replier de 0,1 % pour s'établir à 61,1 milliards de dollars en 2008, la première baisse annuelle des ventes affichée par cette province depuis le début de cette série en 1991.

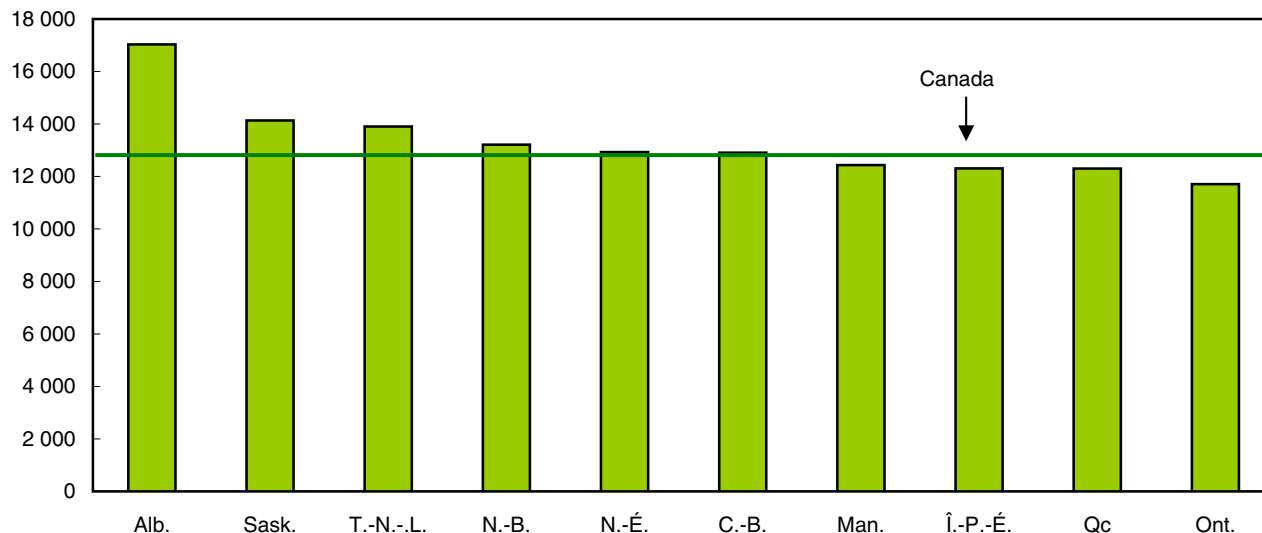
Cette baisse est attribuable principalement à une diminution de 12,4 % des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves. Selon l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, la baisse en pourcentage du nombre de véhicules automobiles neufs vendus dans la province est la plus marquée observée depuis 1992.

Après avoir affiché un taux de croissance moyen de plus de 15 % au cours des sept années précédentes, les ventes des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison en Alberta ont reculé de 2,8 %. Cette baisse reflète la diminution de 39,7 % des mises en chantier dans cette province en 2008.

En 2008, l'Alberta a continué d'afficher les dépenses au détail par habitant les plus élevées parmi les provinces, chaque Albertain dépensant environ 17 000 \$ dans les magasins de détail.

**Graphique 3****Les Albertains ont connu le plus haut niveau de dépenses au détail par habitant malgré un déclin en 2008**

Dépenses par habitant dans les magasins de détail (\$)



Source(s) : Statistique Canada, CANSIM, tableaux 080-0014 et 051-0001.

La Colombie-Britannique a été la seule autre province dont le taux de croissance des ventes était inférieur au taux national, s'établissant à 0,3 %. Il s'agit du taux de croissance le plus faible enregistré en Colombie-Britannique depuis dix ans. Comme en Alberta, le repli de la croissance des ventes au détail dans la province est attribuable principalement à une baisse de 10,9 % des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves. Selon l'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs, le nombre de véhicules automobiles neufs vendus était à son plus faible niveau depuis 2004.

Mis à part l'Alberta et la Colombie-Britannique, toutes les autres provinces ont enregistré des taux de croissance supérieurs à la moyenne nationale.

## 6 Malgré un ralentissement, la Saskatchewan se trouve en tête de la croissance des ventes parmi les provinces

Pour la deuxième année d'affilée, la Saskatchewan a affiché la plus forte croissance des ventes au détail. Les ventes ont augmenté de 10,6 %, la croissance dépassant 10 % dans six des huit secteurs. Mis à part les ventes plus élevées des stations-service attribuables principalement aux prix, les ventes des magasins de marchandises diverses et chez les concessionnaires d'automobiles neuves sont les principaux facteurs qui ont contribué à la croissance dans cette province.

Pendant la plus grande partie de l'année 2008, le secteur du commerce de détail de la province a bénéficié de l'essor des ressources qui s'est poursuivi dans la province, entraînant une augmentation des revenus et la croissance de la population. Les gains hebdomadaires moyens ont augmenté de 4,9 % selon l'Enquête sur l'emploi, la rémunération et les heures de travail pendant que la population a augmenté de 1,6 %. La Saskatchewan a réalisé 3,4 % du total des ventes au détail mais celles-ci représentaient près de 10 % de la croissance totale des ventes de détail.

Une autre province où les détaillants ont bénéficié d'un boom des ressources et de la croissance de la population est Terre-Neuve-et-Labrador. En 2008, la croissance de la population de cette province a été positive pour la première fois depuis 1992. Les ventes au détail ont maintenu leur forte croissance de l'année précédente, augmentant de 7,6 % pour atteindre 7,1 milliards de dollars. Cette croissance reflète en partie celle de 4,1 % des gains hebdomadaires moyens dans la province.

**Tableau 3**  
**Ventes au détail selon la province et le territoire, 2007 et 2008**

	Ventes		Taux de croissance annuel
	2007	2008	
	millions de \$		%
<b>Les provinces de l'Atlantique</b>	<b>29 150</b>	<b>30 785</b>	<b>5,6</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	6 567	7 063	7,6
Île-du-Prince-Édouard	1 629	1 721	5,6
Nouvelle-Écosse	11 636	12 129	4,2
Nouveau-Brunswick	9 318	9 872	5,9
<b>Québec</b>	<b>90 663</b>	<b>95 321</b>	<b>5,1</b>
<b>Ontario</b>	<b>146 252</b>	<b>151 375</b>	<b>3,5</b>
<b>Les provinces des Prairies</b>	<b>88 152</b>	<b>90 446</b>	<b>2,6</b>
Manitoba	14 008	15 017	7,2
Saskatchewan	12 984	14 360	10,6
Alberta	61 160	61 069	-0,1
<b>Colombie-Britannique</b>	<b>56 365</b>	<b>56 562</b>	<b>0,3</b>
<b>Les Territoires</b>	<b>1 454</b>	<b>1 544</b>	<b>6,2</b>
Territoire du Yukon	500	530	5,9
Territoires du Nord-Ouest	679	708	4,2
Nunavut	275	307	11,5
<b>Canada</b>	<b>412 037</b>	<b>426 034</b>	<b>3,4</b>

**Note(s)** : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux.

**Source(s)** : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0014.

Les magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison ainsi que les magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques ont affiché la plus forte croissance des ventes dans la province, les premiers ayant contribué le plus à la croissance. Étant donné que les articles vendus dans ces types de magasins sont souvent achetés par les propriétaires de maisons neuves, cette forte croissance peut s'expliquer en partie par l'augmentation de 23,1 % des mises en chantier observée à Terre-Neuve-et-Labrador en 2008.

Au fur et à mesure du ralentissement de l'économie au dernier trimestre de 2008, les ventes au détail en Saskatchewan ainsi qu'à Terre-Neuve-et-Labrador ont baissé, comme dans les autres provinces.

Au Manitoba, la croissance de l'emploi et de la population s'est poursuivie et contribué à la vigueur soutenue du commerce de détail. L'année 2008 a été la première depuis 1984 où la croissance de la population de cette province a été supérieure à 1 %.

Le Manitoba a connu sa deuxième meilleure performance au chapitre de la croissance des ventes au détail des dix dernières années; en 2008, les ventes ont augmenté de 7,2 % pour s'établir à peu plus de 15 milliards de dollars. Alors que les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont reculé de 2,4 %, les ventes plus élevées des magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques ainsi que des magasins de matériaux de construction et de produits extérieurs pour la maison ont contribué de façon importante à la croissance dans cette province.

En Ontario, les ventes au détail ont augmenté à un rythme plus rapide que la moyenne nationale pour la première fois depuis 2000. Les ventes des détaillants ontariens se sont accrues de 3,5 % pour s'établir à 151,4 milliards de

dollars. Les magasins de marchandises diverses étaient en tête de la croissance dans la province, affichant une hausse de 5,2 %.

Pour la deuxième année consécutive, les ventes au détail à l'Île-du-Prince-Édouard ont crû à un taux supérieur à la moyenne nationale, soit de 5,6 %, pour se chiffrer à 1,7 milliard de dollars. Le secteur des meubles, des accessoires de maison et des appareils électroniques, qui a affiché un taux de croissance de 10,6 %, est l'un des principaux facteurs ayant contribué à la croissance dans cette province.

Les ventes au détail de la Nouvelle-Écosse ont progressé de 4,2 % pour s'établir à 12,1 milliards de dollars en 2008. L'année 2008 était la première depuis 1999 où les ventes en Nouvelle-Écosse étaient supérieures à la moyenne nationale. La hausse de 8,2 % des ventes des magasins de meubles, d'accessoires de maison et d'appareils électroniques y a contribué de façon importante.

## 7 Une croissance plus rapide des ventes au Québec et au Nouveau-Brunswick

Les détaillants au Québec ont vendu 95,3 milliards de dollars de biens et services, ce qui représente une hausse de 5,1 %. Le Québec est l'une de deux provinces où la croissance des ventes a été plus forte en 2008 qu'en 2007. Cette province a contribué à environ le tiers de la croissance des ventes au détail totales au Canada. Les hausses généralisées dans tous les secteurs des magasins de détail sont à l'origine de la croissance des ventes dans cette province.

Les ventes au détail au Nouveau-Brunswick ont progressé de 5,9 % pour s'établir à 9,9 milliards de dollars. À l'exception du Québec, le Nouveau-Brunswick est la seule autre province dont la croissance des ventes en 2008 était supérieure à celle de 2007. Le taux de croissance de 1,6 % des concessionnaires d'automobiles neuves est le troisième plus élevé au pays.

### Note aux lecteurs

Les taxes de vente sont exclues des estimations des ventes au détail.

On rappelle aux utilisateurs que les ventes selon le type de magasin ne reflètent pas nécessairement toutes les ventes des marchandises principales des magasins en question. La plupart des magasins vendent des produits qui dépassent la gamme de leurs marchandises principales.

Par exemple, les estimations des ventes des supermarchés ne représentent pas toutes les ventes d'aliments au Canada. D'autres groupes de commerce comme les dépanneurs, les magasins d'alimentation spécialisés et les magasins de marchandises diverses prennent part à la vente au détail d'aliments et ils sont à l'origine d'au moins un quart des ventes d'aliments des magasins de détail au Canada. Par ailleurs, environ le cinquième des ventes des supermarchés proviennent de produits autres que les aliments ou les boissons, par exemple, de la papeterie, des articles de toilette et des médicaments vendus sans ordonnance.

Les données utilisées pour la présente étude sont exactes à la date de la publication. En raison des révisions possibles, des écarts entre les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail utilisées dans la présente diffusion et d'autres diffusions de données de Statistique Canada pourraient se produire.

---

## Au sujet de l'article

### Remerciements

Cette étude n'aurait pu être complétée sans la persévérance et le professionnalisme de plusieurs personnes.

Cette étude a été préparée par Lucy Chung et Mark Switzer sous la responsabilité de la Directrice de la Division de la statistique du commerce, Mary Beth Garneau.

Les auteurs et l'équipe *d'Analyse en bref* tiennent aussi à remercier les membres du comité de revue et tous ceux et celles qui ont contribué à cette étude pour leur aide et les suggestions constructives.

**Comité de revue :** Roland Boudreau, John Flanders, Mary Beth Garneau, Paul Gratton, Serge Grenier, Peter Lys, Helen McDonald et Wayne Smith

**Contribution spéciale :** Jian Zhu

**L'équipe *d'Analyse en bref* pour cet article comprend :**

**Rédactrice :** Cara Williams

**Rédacteur administratif :** Christian Houle

**Rédacteur en chef :** Yvan Gervais

De plus, la contribution irremplaçable et professionnelle du personnel de la division de diffusion et de la division des communications et des services de bibliothèque a été grandement appréciée.

### Citation

Cet article doit être cité comme suit dans les sections de références bibliographiques :

Chung, Lucy et Switzer, Mark. 2009. « Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008 ». *Analyse en bref*. No 78. Produit n° 11-621-M au catalogue de Statistique Canada, <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009078-fra.htm>, Ottawa.

Dans les notes en pied de page, la citation prend la forme suivante :

Lucy Chung et Mark Switzer, « Commerce de détail : bilan des provinces pour 2008 », *Analyse en bref*, n° 78, mai 2009, produit n° 11-621-M au catalogue de Statistique Canada, <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009078-fra.htm>, Ottawa.

---

## À propos d'Analyse en bref

Destinées à un large public, qui comprend notamment des professionnels, des chercheurs, des décideurs et des analystes de politiques ainsi que des éducateurs et des étudiants, les études de la série analytique *Analyse en bref* visent à éclairer les enjeux économiques d'actualité.

La série traite d'une grande variété de sujets. Parmi les sujets traités dans *Analyse en bref* jusqu'à maintenant figurent, entre autres :

- des analyses sur des enjeux économiques spécifiques tels que la consommation d'énergie, l'âge des infrastructures publiques et l'inflation touchant différents types de consommateurs spécifiques ;
- des bilans annuels des prix, du commerce de détail, du commerce en gros et du secteur manufacturier ;
- des analyses industrielles de secteurs telles que l'industrie du bois d'oeuvre, l'industrie du vin, les diamants, le textile et l'industrie du vêtement au Canada ;
- des analyses d'enjeux socio-économiques telles que l'emploi et les retraites dans la fonction publique fédérale, la dynamique de la surqualification au Canada ou les conséquences financières du veuvage chez les femmes âgées.

*Analyse en bref* aide à mieux comprendre les principales questions relatives à l'économie canadienne et constitue une source d'analyses impartiales.

Toutes les études publiées dans la série *Analyse en bref* ont fait l'objet d'une revue des pairs.

Le contenu analytique de *Analyse en bref* est illustré par des tableaux et des graphiques aux titres clairs et qui présentent les statistiques les plus à jour. Des descriptions des sources de données et des méthodes statistiques utilisées y sont également incluses.

## Communiquer avec le rédacteur en chef

Toute correspondance, dans l'une ou l'autre des langues officielles du Canada, doit être adressée à :

Rédacteur en chef, *Analyse en bref*  
Statistique Canada  
170 promenade Tunney's Pasture  
3-A2 Jean-Talon  
Ottawa (Ontario) K1A 0T6  
courriel : [analysisinbrief-analyseenbref@statcan.gc.ca](mailto:analysisinbrief-analyseenbref@statcan.gc.ca)  
Télécopieur : 613-951-0569

---

## Liste de distribution - abonnement gratuit

### Analyse en bref

Abonnez-vous à notre service gratuit de nouvelles par courrier électronique. Recevez un avis automatique lorsque de nouveaux numéros d'*Analyse en bref* deviennent disponibles, grâce à notre option « Mon compte ».

### Pour vous abonner :

Pour vous inscrire gratuitement à notre liste de distribution, veuillez suivre les instructions ci-dessous. Vous serez dirigé vers notre service d'inscription centrale couvrant toutes les publications de Statistique Canada lorsque vous cliquerez sur le lien à la fin de cette page. Ce service s'appelle « Mon compte ».

Si vous n'avez pas déjà complété une inscription pour une autre publication, il vous faudra d'abord créer un nouveau compte d'utilisateur en cliquant sur « créer un compte maintenant ».

Lorsque votre compte aura été créé, vous serez redirigé à la page initiale de « Mon compte ». Il vous faudra alors entrer votre nom d'utilisateur et le mot de passe que vous avez créés.

Dans la section « Gestion de mes avis », sous la rubrique « 1. Publications », cliquez sur le lien « publications » sur la ligne « Choisissez vos publications ».

Descendez ensuite plus bas dans la page et vous trouverez une liste de sujets. Cliquez sur « 5. Comptes économiques » et la première publication est « Analyse en bref ». Cochez le carré et descendez tout en bas de la page pour sauvegarder votre choix en cliquant sur le bouton « sauvegarder ».

Vous pouvez cliquer sur « terminer la session » en haut de l'écran à droite. Vous serez alors inscrit.

Merci de l'intérêt porté à *Analyse en bref*.

### Pour retirer votre nom de la liste :

Si vous désirez cesser de recevoir les avis, il suffit de retourner à la page « Mon compte », d'entrer votre nom d'utilisateur et votre mot de passe et de cliquer sur « 2. Désabonnez-vous » en suivant les instructions. <https://www3.statcan.gc.ca/access-acces/authorization-autorisation/login-ouvrir-fra.aspx>



---

## **Bilans annuels antérieurs**

### **2008**

**Fabrication : bilan de l'année 2008**, *Analyse en bref*, n° 76  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009077-fra.htm>

**L'année 2008 en revue**, *L'Observateur économique canadien*, avril 2009  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/2009004/part-partie3-fra.htm>

**Commerce international de marchandises – Revue annuelle, 2008**, n° 65-208X2008000 au catalogue  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2008000-fra.htm>

**Les prix à la consommation : un bilan de l'année 2008**, *Analyse en bref*, n° 76  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2009076-fra.htm>

### **2007**

**L'agriculture canadienne en 2007 — Les prix et le revenu agricole s'améliorent à mesure que la demande mondiale pour les aliments augmente**, *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole*, Octobre 2008  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/21-004-x/21-004-x2008002-fra.htm>

**Les détaillants en concurrence pour les parts de marché : bilan de 2007 des ventes au détail**, *Analyse en bref*, n° 75  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008075-fra.htm>

**Prix à la consommation : un bilan de l'année 2007**, *Analyse en bref*, n° 74  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008074-fra.htm>

**Ventes en gros : un bilan de l'année 2007**, *Analyse en bref*, n° 72  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008072-fra.htm>

**Commerce de détail : bilan des provinces pour 2007**, *Analyse en bref*, n° 71  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008071-fra.htm>

**Fabrication : bilan de l'année 2007**, *Analyse en bref*, n° 70  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008070-fra.htm>

**Ventes de véhicules automobiles neufs : bilan de l'année 2007**, *Analyse en bref*, n° 69  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2008069-fra.htm>

**Stabilité turbulente : l'économie du Canada en 2007**, *L'Observateur économique canadien*, avril 2008  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00408/10559-fra.htm>

**Commerce international de marchandises – Revue annuelle, 2007**, n° 65-208X2007000 au catalogue  
<http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2007000-fra.htm>

## 2006

**Les détaillants en compétition pour les parts de marché : bilan de 2006 des ventes au détail**, *Analyse en bref*, n° 60

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007060-fra.htm>

**Commerce de détail : bilan des provinces pour 2006**, *Analyse en bref*, n° 76

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007057-fra.htm>

**Ventes en gros : un bilan de l'année 2006**, *Analyse en bref*, n° 56

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007056-fra.htm>

**Ventes de véhicules automobiles neufs : bilan de l'année 2006**, *Analyse en bref*, n° 54

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2007054-fra.htm>

**Revue de fin d'année : la ruée vers l'Ouest, 2006**, *L'Observateur économique canadien*, avril 2007

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00407/9615-fra.htm>

**Commerce international de marchandises – Revue annuelle**, n° 65-208X2006000 au catalogue

<http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2006000-fra.htm>

## 2005

**L'agriculture canadienne en 2005 : Bilan d'une année difficile**, *Regards sur l'industrie agro-alimentaire et la communauté agricole*, Juin 2006

<http://www.statcan.gc.ca/pub/21-004-x/21-004-x2006002-fra.pdf>

**Industries manufacturières : l'année 2005 en revue**, *Analyse en bref*, n° 45

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006045-fra.htm>

**Une analyse de l'industrie du transport en 2005**, *Analyse en bref*, n° 44

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006044-fra.htm>

**Une revue de la construction de bâtiments non résidentiels en 2005**, *Analyse en bref*, n° 43

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006043-fra.htm>

**Une analyse des prix à la consommation en 2005**, *Analyse en bref*, n° 42

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006042-fra.htm>

**Entre le producteur et le détaillant : une revue du commerce de gros en 2005**, *Analyse en bref*, n° 40

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-621-m/11-621-m2006040-fra.htm>

**Bilan de l'année : la revanche de la vieille économie, 2005**, *L'Observateur économique canadien*, avril 2006

<http://www.statcan.gc.ca/pub/11-010-x/00406/9178-fra.htm>

**Commerce international de marchandises – Revue annuelle**, n° 65-208X2005000 au catalogue

<http://www.statcan.gc.ca/pub/65-208-x/65-208-x2005000-fra.htm>