



N° 11-621-MIF au catalogue — N° 012

ISSN: 1707-0511

ISBN: 0-662- 76775-6

## Document analytique

### Analyse en bref

# Les nouveaux propriétaires emménagent : l'achat de meubles

par Jane Lin

Division de la statistique du commerce  
Immeuble Jean Talon, 11<sup>e</sup> étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136

*Toutes les opinions émises par l'auteur de ce document ne reflètent pas nécessairement celles de Statistique Canada.*



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada



# Les nouveaux propriétaires emménagent : l'achat de meubles

Jane Lin

**Comité de revue :** Richard Evans, John Flanders, Paul Gratton, Robert Lussier, Dave McDowell, Boris Palameta et Monica Weise

**Contribution spéciale :** Bower Litle, Willa Rea, Bradley Snider, Annie Côté-Steski et Elaine Wilson

**Rédacteur en chef :** Yvan Gervais

**Publication :** Debi Soucy

**Mai 2004**

N° 11-621-MIF2004012 au catalogue

ISBN : 0-662- 76775-6

ISSN : 1707-0511

Fréquence : irrégulière

**Comment obtenir d'autres renseignements :**

Service national de renseignements : 1 800 263-1136

Renseignements par courriel : [analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca](mailto:analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca)

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2004

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

## Les nouveaux propriétaires emménagent : l'achat de meubles

Jane Lin  
Division de la statistique du commerce

### Résumé

La vigueur du marché de l'habitation au Canada a contribué à la croissance rapide des ventes des magasins de meubles et d'appareils ménagers.

En 2002, les magasins de détail ont déclaré 24,5 milliards de dollars de ventes d'articles d'ameublement et d'appareils électroniques, un gain de 8,1 % par rapport à 2001. Les ventes de gros appareils ménagers ont connu une hausse de 14,2 %, la croissance la plus forte à ce jour.

Cette croissance galopante est due en partie à un marché de l'habitation robuste au Canada et aux faibles taux d'intérêt. Les mises en chantier ont atteint en 2003 un sommet en 15 ans après une forte croissance en 2002 et les ventes de maisons existantes ont connu une performance spectaculaire

On estime que 472 886 ménages ont acheté une maison en 2002 et ont dépensé 1,3 milliard de dollars en meubles.

Cependant, ces acheteurs de maison ne représentaient que 4 % de la population totale des ménages et 8 % des dépenses totales des ménages en meubles en 2002.

En moyenne, les acheteurs de maison ont dépensé deux fois plus en meubles en 2002 que les propriétaires n'ayant pas déménagé. De plus, les acheteurs de maison qui étaient propriétaires de leur logement précédent ont dépensé presque trois fois plus en appareils ménagers que les propriétaires n'ayant pas déménagé.

Mais les acheteurs de maison n'ont pas cessé pour autant d'acheter des meubles après leur déménagement. Les données montrent que trois ans plus tard, ils dépensent encore plus que les propriétaires n'ayant pas déménagé.

Cet article analyse les dépenses en meubles des acheteurs de maison, en se fondant pour cela sur l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2002. Il traite également de la croissance des ventes au détail des magasins de meubles et d'appareils ménagers à l'aide de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail et de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail.

**Note aux lecteurs :**

Dans cet article, « les acheteurs de maison » sont définis comme des ménages ayant indiqué dans l'Enquête sur les dépenses des ménages, qu'au 31 décembre 2002, ils étaient propriétaires de leur logement actuel et qu'ils y avaient emménagé en 2002. Ces ménages sont séparés en deux catégories, soit « les anciens locataires » et « les anciens propriétaires », selon qu'ils louaient leur précédent logement ou qu'ils en étaient propriétaires.

« Les nouveaux acheteurs de maison » représentent les ménages ayant acheté un logement en 1999, 2000, 2001 ou 2002.

« Les ménages n'ayant pas déménagé » incluent les locataires et les propriétaires n'ayant pas déménagé.

« Les propriétaires n'ayant pas déménagé » ont indiqué qu'ils étaient propriétaires de leur logement au 31 décembre 2002 et qu'ils y ont emménagé avant 1999.

## **Les ventes de meubles et d'appareils ménagers explosent**

On a attribué dernièrement à l'essor récent du marché de l'habitation la stimulation de la croissance des ventes dans les magasins de meubles et d'appareils ménagers. Ces détaillants ont profité de la plus forte croissance dans l'industrie des ventes au détail depuis au moins 1997, bien avant que les taux d'intérêt baissent et que le marché de l'habitation décolle à la mi-année de 2001.

Les détaillants de meubles et d'appareils ménagers ont enregistré une croissance incroyable des ventes tant pour les meubles que pour les appareils ménagers en 2001 et 2002, au moment même où près d'un million de ménages ont fait l'acquisition d'une maison.

Ces faits étaient particulièrement évidents en 2002 : les ventes d'appareils ménagers totalisaient 2,2 milliards de dollars dans ces magasins, un gain de 19,4 % par rapport à 2001, tandis que les ventes de meubles avaient augmenté de 9,3 % pour dépasser 4,8 milliards de dollars.

En revanche, entre 1997 et 2000, les ventes d'appareils ménagers étaient faibles alors que le marché de l'habitation était relativement stable.

Les ventes d'appareils électroniques n'ont pas connu le même sort au cours de cette période. En fait, les ventes d'appareils électroniques ont connu une croissance moyenne de plus de 10 % d'une année à l'autre, ce qui a alimenté les ventes totales des magasins de meubles et d'appareils ménagers. C'était une période où le prix des appareils électroniques était à la baisse.

L'essor du marché de l'habitation n'explique qu'une partie de la croissance des ventes des magasins de meubles et d'appareils ménagers. Les acheteurs de maison, avec 4 % de la population des ménages en 2002, représentaient 8 % ou 1,3 milliard de dollars des dépenses totales de meubles.

Par conséquent, à travers les hauts et les bas du marché de l'habitation, ce sont majoritairement les ménages n'ayant pas déménagé qui ont acheté le plus grand volume de meubles.

Ces ménages ont pu se rendre dans des magasins de meubles et d'appareils ménagers pour remplacer un réfrigérateur de 25 ans, installer un lave-vaisselle plus silencieux ou se permettre un téléviseur grand écran. Ces achats n'ont aucun lien avec l'achat d'une maison.

## Les acheteurs de maison emménagent

Alimentées par des taux d'emprunt favorables et une forte croissance de l'emploi, les mises en chantier ont atteint en 2003 un sommet en 15 ans et les ventes de maisons existantes ont connu une performance spectaculaire. Après octobre 2001, les mises en chantier se sont littéralement envolées, atteignant de nouveaux sommets en janvier 2002.

Pour le moment, les enfants plus vieux de la génération de l'après-guerre et les jeunes de la génération X entrent dans leurs meilleures années d'emprunts : la fin de la vingtaine et le début de la trentaine. Selon le Recensement de la population de 2001<sup>1</sup>, 4,1 millions de Canadiens sont âgés de 26 à 35 ans. Ils achètent leur première maison, établissent leur ménage, achètent des voitures et des meubles, tout comme leurs parents l'ont fait dans les années 60 et 70<sup>2</sup>.

Beaucoup de Canadiens étaient à la recherche d'un chez-soi : des acheteurs de première maison, des propriétaires cherchant à acheter à un cran supérieur ou des parents dont les enfants ont quitté le domicile familial et qui sont à la recherche d'un logement différent.

L'Enquête sur les dépenses des ménages estime que 472 886 ménages ont acheté une maison en 2002, la moitié ayant quitté une maison dont ils étaient propriétaires et l'autre, ayant quitté un logement loué. Les anciens locataires étaient plus jeunes et avaient un revenu du ménage en moyenne plus bas, comparativement à ceux qui étaient propriétaires de leur maison précédente.

En 2002, les propriétaires n'ayant pas déménagé étaient en moyenne âgés de 56 ans, ce qui est beaucoup plus vieux que la moyenne des acheteurs de maison : 38 ans pour les anciens locataires et 47 ans pour les anciens propriétaires.

## Les acheteurs de maison dépensent deux fois plus en meubles que les propriétaires n'ayant pas déménagé

En 2002, les acheteurs de maison ont dépensé deux fois plus en meubles de maison que les propriétaires n'ayant pas déménagé. En moyenne, les acheteurs de maison dépensent 2 788 \$, comparativement à 1 371 \$ pour les propriétaires n'ayant pas déménagé.

Il est intéressant de noter que les acheteurs de maison ayant déjà été propriétaires de leur logement ont dépensé en meubles 37 % plus que les acheteurs de maison qui louaient leurs logements précédents. Les anciens propriétaires ont dépensé en moyenne 3 213 \$ pour meubler leur nouveau logement, tandis que ceux qui louaient précédemment ont dépensé 2 342 \$. Même si les anciens locataires avaient en moyenne un revenu du ménage plus bas que celui des propriétaires n'ayant pas déménagé, ils ont tout de même dépensé plus en meubles.

---

1 STATISTIQUE CANADA. Recensement de la population de 2001. *Âge (122) et sexe (3) pour la population, pour le Canada, les provinces, les territoires, les régions métropolitaines de recensement et les agglomérations de recensement, recensement de 2001 – Données intégrales (100 %)*, produit n° 950300XIF en catalogue, 2001, [http://www.statcan.ca/francais/freepub/95F0300XIF/free\\_f.htm](http://www.statcan.ca/francais/freepub/95F0300XIF/free_f.htm) (consulté le 3 mai 2004).

2 Foot, David K. *Épargner ou dépenser?* [www.footwork.com/lapresse1.html](http://www.footwork.com/lapresse1.html), 2001. (consulté le 3 mai 2004).

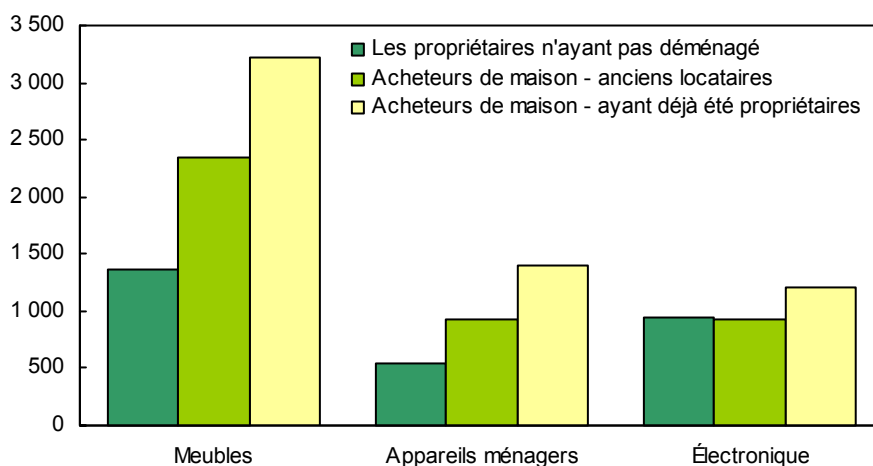
Les habitudes de dépenses étaient similaires pour les achats de petits ou gros appareils ménagers. Les acheteurs de maison qui louaient précédemment leur logement ont dépensé presque deux fois plus que les propriétaires n'ayant pas déménagé. Les anciens propriétaires ont dépensé presque trois fois plus que les propriétaires n'ayant pas déménagé.

Les anciens propriétaires ont dépensé 50 % de plus en appareils ménagers que les acheteurs de maison qui louaient précédemment leur logement.

Ces habitudes de dépenses globales en meubles et appareils ménagers se maintiennent aussi pour divers niveaux de revenus du ménage. Par exemple, un ancien propriétaire ayant un revenu du ménage inférieur à 50 000 \$ dépenserait plus qu'un ancien locataire ou qu'un ménage propriétaire n'ayant pas déménagé.

### Les acheteurs de maison ayant déjà été propriétaires ont dépensé presque trois fois plus en appareils ménagers que les propriétaires n'ayant pas déménagé en 2002

Dépenses par ménage en 2002 (\$)



**Source:** Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages, 2002.

En plus des canapés, des réfrigérateurs, des cafetières à cappuccino, les consommateurs achètent également des « gadgets » électroniques tels que des ordinateurs, des appareils photo numériques et du matériel de divertissement au foyer.

Cependant, l'emménagement dans une maison qui nous appartient ne semble pas avoir autant d'impact sur l'achat d'appareils électroniques que sur l'achat de meubles.

Les propriétaires qui n'ont pas déménagé ont dépensé à peu près le même montant pour les appareils électroniques que les ménages acheteurs de maison. Les acheteurs de maison ayant déjà été propriétaires ont dépensé un peu plus pour les appareils électroniques que les deux autres groupes.

Cela peut expliquer, en partie, pourquoi certains magasins de meubles et d'appareils ménagers ont connu un si bon rendement même pendant les périodes relativement lentes du secteur de l'habitation : un grand nombre d'entre eux vendent des appareils électroniques.

## Les acheteurs de maison dépensent plus en meubles trois ans après leur déménagement

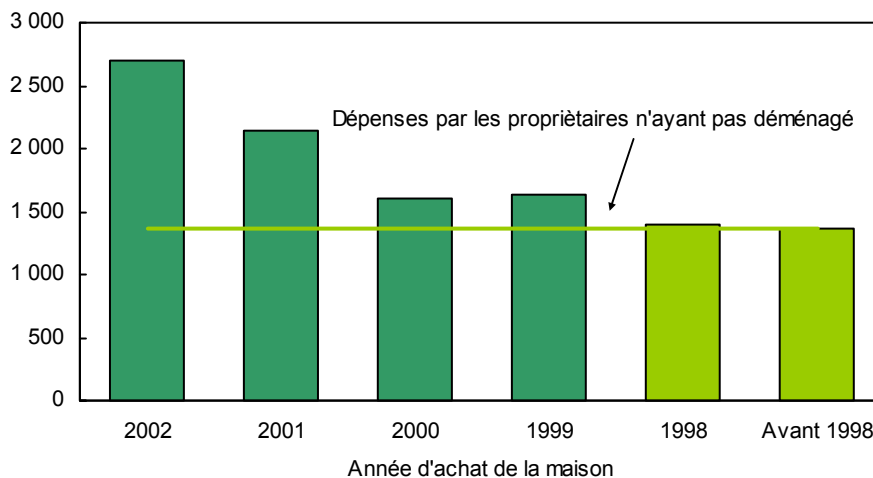
Les acheteurs de maison n'achètent pas tous les meubles qu'ils désirent ou dont ils ont besoin dans la première année suivant leur emménagement. Habituellement, leurs dépenses se poursuivent pour les trois années suivantes, alors qu'ils recherchent certains meubles en particulier qui n'étaient peut-être pas une priorité lors du déménagement.

Chaque année suivant un emménagement, les acheteurs de maison dépensent, en moyenne, de moins en moins en meubles, jusqu'à ce que leurs dépenses ressemblent à celles des propriétaires n'ayant pas déménagé.

Les acheteurs de maison ayant déménagé en 2001 ont dépensé 56 % plus d'argent en meubles que l'on fait les propriétaires n'ayant pas déménagé en 2002. Les acheteurs de maison ayant déménagé en 2000 et en 1999 ont dépensé environ 17 % de plus que les propriétaires n'ayant pas déménagé en 2002. Les propriétaires n'ayant pas déménagé ont dépensé 1 371 \$ en ameublement, ce qui est représenté par la ligne horizontale sur le graphique suivant.

## Les achats de meubles se poursuivent plusieurs années après le déménagement

Dépenses pour les meubles en 2002 (\$) par les acheteurs de maison et les propriétaires n'ayant pas déménagé



**Source:** Statistique Canada, Enquête sur les dépenses des ménages, 2002.

## **Les nouveaux acheteurs de maison ont effectué un cinquième des dépenses en meubles en 2002**

Selon l'Enquête sur les dépenses des ménages de 2002, les nouveaux acheteurs de maison ayant emménagé dans la période de 1999 à 2002, ont effectué un peu plus du cinquième (22 %) des dépenses totales des ménages en meubles.

Les quatre cinquièmes restants (78 %) des dépenses en meubles sont attribuables aux ménages qui louaient ou qui avait acheté leur maison avant 1999. Ces ménages représentaient la majorité de la population des ménages canadiens.

Il est également probable que ces mêmes facteurs, un marché d'emploi solide et des taux d'emprunt favorables, ont encouragé certains de ces ménages à dépenser pour des meubles, au même titre que ces facteurs ont encouragé les acheteurs de maison à faire l'achat d'une résidence en 2001 et 2002.

## **Ce que les acheteurs achètent et à quel endroit**

En 2002, les ventes de meubles, d'appareils ménagers et d'appareils électroniques représentaient 84 % des ventes totales de magasins de meubles et d'appareils ménagers. Les appareils électroniques y représentaient 36 %, les meubles, 33 %, et les appareils ménagers, 15 %.

Les articles d'ameublement représentaient un autre 3 % des ventes. Ces articles incluaient des revêtements de sol, des lampes, des horloges, des garnitures de fenêtre, de la literie et de la lingerie.

Les autres 13 % des ventes sont allés aux articles tels que la vaisselle, les CD, les DVD, l'équipement et l'ameublement extérieur et incluaient également les recettes pour réparation et services. Ces proportions sont restées relativement stables au cours des dernières années.

## **Les magasins de meubles et d'appareils ménagers dominent toujours un marché de 18 milliards de dollars**

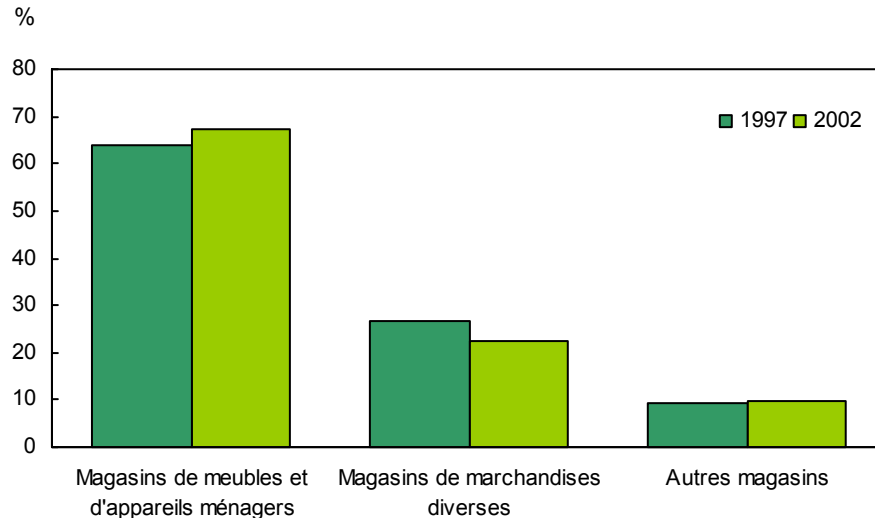
Les détaillants de meubles et d'appareils ménagers continuent de dominer les ventes de meubles, d'appareils ménagers et d'appareils électroniques, s'attribuant 67 % du marché en 2002, soit une hausse par rapport à 64 % en 1997. Cette augmentation s'est traduite par une somme de 617 millions de dollars supplémentaires pour ces détaillants en 2002.

Pendant ce temps, la part de marché des magasins de marchandises diverses, incluant les grands magasins, est passée de 27 % en 1997 à 23 % en 2002. Quelques-uns de ces magasins de marchandises diverses bien connus ont créé, à partir de leurs rayons des meubles, leurs propres magasins d'articles d'ameublement.

Parmi les autres magasins qui vendent des meubles, des appareils ménagers et des appareils électroniques, il y a, entre autres, les supermarchés, les pharmacies et les magasins d'articles d'ameublement.



## Les magasins de meubles et d'appareils ménagers dominent le marché de 18 milliards de dollars de meubles, d'appareils ménagers et de l'électronique



**Source:** Statistique Canada, Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail.

### Sources de données :

L'**Enquête mensuelle sur le commerce de détail (EMCD)** appréhende les ventes et le nombre de points de vente au détail par province ou territoire à l'aide d'un échantillon d'environ 12 000 détaillants. L'univers de l'EMCD est fondé sur la Classification type des industries de 1980. Chaque mois, les données des ventes au détail sont publiées par province et pour 16 groupes de commerce dans *Le Quotidien*, bulletin officiel de Statistique Canada.

L'**Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail (ETMVD)** suit les ventes de marchandises dans les divers types de magasins. L'échantillon est un sous-ensemble de l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail et comprend plus de 8 000 entreprises et plus de 100 produits. Elle complète l'EMCD en offrant une répartition des ventes au détail par produit.

L'**Enquête sur les dépenses des ménages (EDM)** est une enquête annuelle qui vise à obtenir des informations détaillées sur les dépenses des ménages pour l'année de référence. Des données sont également recueillies à propos des caractéristiques du logement et de la possession d'équipement et d'appareils ménagers en date du 31 décembre de l'année de référence. L'année de référence pour cette analyse est 2002 et l'analyse n'inclut que les ménages pour l'année entière. Les ménages pour l'année entière sont composés d'au moins une personne qui fait partie du ménage pour l'année entière.

Les dépenses mesurées par l'EDM et le niveau des ventes de l'ETMVD ne sont pas identiques. L'ETMVD évalue les ventes des commerces de détail. L'EDM recueille l'information à propos des dépenses de ménages privés excluant les dépenses d'entreprises et d'institutions.

Pour plus d'information à propos de ces trois enquêtes, veuillez consulter la base de métadonnées intégrées de Statistique Canada (BMI) : l'Enquête trimestrielle sur la marchandise vendue au détail [2008](#), l'Enquête sur les dépenses des ménages [3508](#) et l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail [2406](#).