



N° 11-621-MIF au catalogue — N° 032

ISSN: 1707-0511

ISBN: 0-662-70399-5

Document analytique

Analyse en bref

Le commerce de détail dans les provinces depuis le tournant du millénaire

par Yiling Zhang

Division de la statistique du commerce
Immeuble Jean Talon, 11^e étage, Ottawa, K1A 0T6

Téléphone: 1 800 263-1136



Statistique
Canada

Statistics
Canada

Canada



Le commerce de détail dans les provinces depuis le tournant du millénaire

Yiling Zhang

Comité de revue : Richard Evans, John Flanders, Paul Gratton, Penny Hope-Ross, Robert Lussier et Monica Weise

Contribution spéciale : Ron Budinski, Steve Grunau, Jane Lin et Cindy Renaud

Rédacteur en chef : Yvan Gervais

Publication : Debi Soucy

Octobre 2005

N° 11-621-MIF2005032 au catalogue

ISSN : 1707-0511

ISBN : 0-662-70399-5

Fréquence : irrégulière

Pour obtenir de plus amples renseignements :

Service national de renseignements : 1 800 263-1136

Demandes par courriel : analysisinbrief-analyseenbref@statcan.ca

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2005

Ottawa

Tous droits réservés. Le contenu de la présente publication 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, nom du produit, numéro au catalogue, volume et numéro, période de référence et page(s). Autrement, il est interdit de reproduire quelque contenu de la présente publication, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, ou de le transmettre sous quelque forme et 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 du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

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.

Le commerce de détail dans les provinces depuis le tournant du millénaire

Yiling Zhang, Division de la statistique du commerce

Sommaire

Depuis le tournant du millénaire, le secteur du commerce de détail au Canada a connu une croissance relativement robuste, malgré une série d'événements qui ont exercé un effet de ralentissement sur l'expansion de l'économie dans son ensemble. Il s'agit notamment de la faible demande aux États-Unis, de la débâcle du secteur de la technologie de l'information et des communications (TIC), de l'appréciation du dollar canadien et de la montée des prix de l'énergie.

Toutefois, plusieurs facteurs ont aidé à soutenir la croissance des ventes au détail. Premièrement, les consommateurs ont dépensé une proportion croissante de leur revenu disponible dans les magasins de détail, aux dépens d'une épargne immédiate. Deuxièmement, grâce aux taux d'intérêt historiquement faibles et à l'essor du secteur de l'habitation, dans la plupart des provinces, les dépenses des consommateurs en articles de maison, comme les appareils électroniques et les matériaux de construction, sont demeurées fortes.

Troisièmement, le secteur de la vente au détail de produits alimentaires a connu une croissance robuste dans la plupart des provinces, les détaillants diversifiant leurs gammes de marchandises en incluant des articles non alimentaires. La croissance sectorielle a été plus prononcée dans les provinces telles que l'Ontario et l'Alberta, qui ont enregistré d'importants gains de population.

Les provinces ont connu des modèles de croissance divergents entre 2000 et 2004. Les détaillants dans l'Ouest ont affiché de meilleurs résultats que ceux dans l'Est, dans une large mesure en raison des différences sur le plan de la croissance des ventes dans le secteur de l'automobile.

L'Alberta s'est classée en tête du peloton au cours de cette période de quatre ans. Les ventes au détail de la province ont augmenté au taux annuel moyen de 8,1 %, soit le plus élevé au pays et bien plus que la moyenne nationale de 4,8 %. Les ventes en Colombie-Britannique, en Saskatchewan et au Manitoba ont été également supérieures à la moyenne nationale, tandis que celles à Terre-Neuve-et-Labrador et au Québec ont maintenu un taux de croissance relativement robuste, se situant autour de la moyenne nationale.

Par contre, les ventes des détaillants en Ontario et dans les autres provinces de l'Atlantique ont augmenté à un taux nettement inférieur à la moyenne nationale.

Cette divergence a été principalement attribuable au secteur de l'automobile. Par exemple, au Nouveau-Brunswick, les ventes dans ce secteur sont demeurées presque inchangées entre 2000 et 2004. Par conséquent, les ventes au détail totales de cette province ont augmenté à un taux inférieur à la moitié de la moyenne nationale. En Saskatchewan, par contre, les ventes du secteur de l'automobile ont contribué à faire passer le total des ventes au détail à un niveau au-dessus de la moyenne.

La capacité du secteur de l'automobile de dicter la croissance des ventes au détail tient, entre autres, à la part importante des dépenses des consommateurs chez les détaillants qu'il représente. En 2004, les ventes du secteur de l'automobile représentaient environ le tiers du total des ventes au détail.

Les ventes du secteur de l'automobile dépendent des différents taux de croissance du revenu disponible ainsi que des divers niveaux de saturation du marché de l'automobile et des pressions

qui s'exercent pour retirer de la circulation les véhicules automobiles plus anciens. La divergence des modèles de croissance du commerce de détail dans les provinces tient probablement à ces facteurs.

Le présent rapport fournit une analyse approfondie des ventes au détail à l'échelon national et provincial entre 2000 et 2004, en comparant les taux de croissance moyens durant cette période à ceux enregistrés entre 1996 et 2000.

Définitions

Les **secteurs du commerce de détail** représentent les huit sous-groupes suivants :

- **Automobile** (secteur du commerce de détail A selon le SCIAN 2002) — comprend les concessionnaires d'automobiles neuves, les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion, de plaisance et de pièces, et les stations-service;
- **Meubles** (secteur du commerce de détail B selon le SCIAN 2002) — comprend les magasins de meubles, les magasins d'accessoires de maison, les magasins d'ordinateurs et de logiciels, et les magasins d'appareils électroniques et d'électroménagers;
- **Matériaux de construction** (secteur du commerce de détail C selon le SCIAN 2002) — comprend les centres de rénovation et quincailleries, et les magasins de matériaux de construction spécialisés et de jardinage;
- **Alimentation et boissons** (secteur du commerce de détail D selon le SCIAN 2002) — comprend les supermarchés, les dépanneurs et magasins d'alimentation spécialisés, et les magasins de bière, de vin et de spiritueux;
- **Pharmacies** (secteur du commerce de détail E selon le SCIAN 2002) — comprend les pharmacies et les magasins de produits de soins personnels;
- **Vêtements** (secteur du commerce de détail F selon le SCIAN 2002) — comprend les magasins de vêtement et les magasins de chaussures et d'accessoires vestimentaires ainsi que les bijouteries;
- **Marchandises diverses** (secteur du commerce de détail G selon le SCIAN 2002) — comprend les grands magasins et les autres magasins de marchandises diverses comme les clubs de gros;
- **Détaillants divers** (secteur du commerce de détail H selon le SCIAN 2002) — comprend les magasins d'articles de sport, de passe-temps, de musique et les librairies ainsi que d'autres magasins de détail divers.

Tous les **taux de croissance annuels moyens** dans le texte sont des taux de croissance annuels moyens composés.

La **contribution** d'un secteur de détail à la **croissance du commerce de détail dans une province** est la part en pourcentage de la variation globale des ventes au détail que représente la variation des ventes dans ce secteur. Par exemple, les ventes du secteur de l'automobile ont augmenté de 15,5 milliards de dollars au Canada entre 2000 et 2004, ce qui représente 26 % de la hausse de 58,9 milliards de dollars pour l'ensemble du secteur du commerce de détail.

L'épargne personnelle est la portion du revenu personnel disponible qui reste après déduction des dépenses personnelles en biens et services de consommation et des transferts personnels à d'autres secteurs. Par **taux d'épargne personnelle**, on entend l'épargne personnelle exprimée en pourcentage du revenu personnel disponible.

Canada : ventes au détail robustes malgré le ralentissement de la production économique

À l'échelon national, la progression des ventes au détail est demeurée robuste entre 2000 et 2004 même si les taux de croissance, tant du produit intérieur brut réel (PIB) que du revenu disponible, ont ralenti.

Entre 2000 et 2004, les ventes au détail ont augmenté à un taux annuel moyen de 4,8 %, légèrement inférieur au taux moyen de 5,9 % enregistré entre 1996 et 2000.

Toutefois, ce ralentissement a été beaucoup plus faible que la décélération du PIB réel dont le taux de croissance est passé de 4,7 %, avant le tournant du millénaire, à 2,5 % seulement, après celui-ci. La croissance du revenu disponible a ralenti, passant de 4,9 % à 3,8 %.

En 2004, les consommateurs ont dépensé 346,7 milliards de dollars dans les magasins de détail, comparativement à 287,8 milliards de dollars en 2000 et à 228,4 milliards de dollars en 1996.

Les consommateurs ont dépensé une proportion croissante de leur revenu disponible dans les magasins de détail. Pour chaque 100 \$ de revenu disponible, ils ont dépensé 45 \$ dans les magasins de détail en 2000 et 47 \$ en 2004.

En même temps, ils ont épargné moins. Le taux d'épargne nationale (épargne personnelle en proportion du revenu net), a chuté, passant de 4,7 % en 2000 à 0,4 % en 2004.

Secteur de l'automobile : le taux de croissance moyen a diminué de moitié

À l'échelon national, la croissance du secteur de l'automobile a ralenti considérablement depuis le tournant du millénaire. Entre 1996 et 2000, les ventes d'automobiles ont augmenté au taux annuel moyen de 7,1 %. En revanche, entre 2000 et 2004, le taux de croissance a diminué presque de moitié pour passer à 3,6 %.

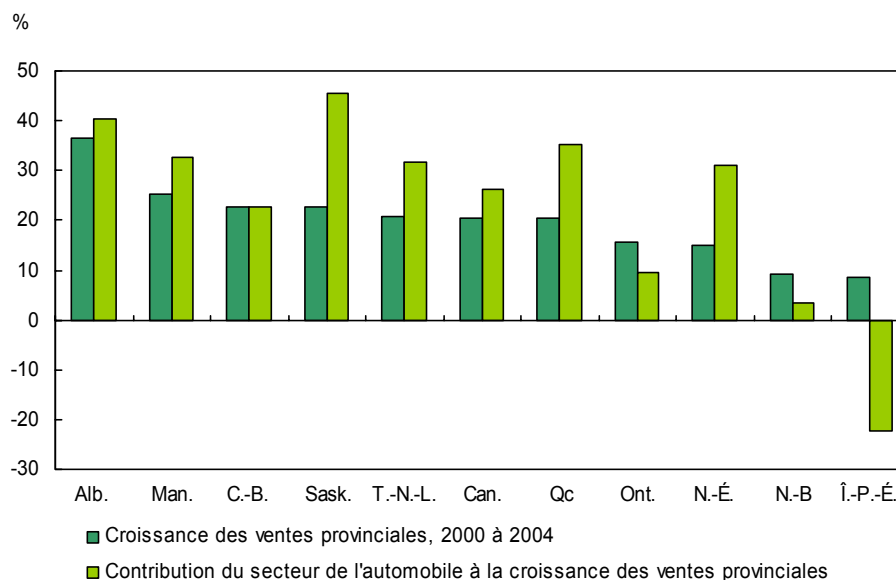
Avant le millénaire, le secteur contribuait à 41 % de la croissance globale du commerce de détail. Entre 2000 et 2004, il n'a contribué qu'à 26 %.

En 2000, les consommateurs ont acheté en moyenne 52 nouveaux véhicules automobiles pour 1 000 habitants. En 2004, ce nombre a baissé à 49.

La croissance sectorielle à l'échelon provincial a été loin d'être uniforme. Dans la plupart des provinces de l'Ouest, au Québec et à Terre-Neuve-et-Labrador, les ventes au détail du secteur de l'automobile ont augmenté plus rapidement que la moyenne nationale. Dans le reste des provinces de l'Atlantique et en Ontario, leur croissance a été inférieure à la moyenne nationale.

En raison de la part importante des dépenses des consommateurs qu'il représente, le secteur de l'automobile a dicté, à son tour, la croissance du commerce de détail dans les provinces. Par exemple, l'augmentation de 4,7 milliards de dollars des revenus de ce secteur en Alberta représentait plus de 40 % de la croissance du total du commerce de détail entre 2000 et 2004.

Les provinces de l'Ouest ont été en tête du peloton et le secteur de l'automobile a joué un rôle de premier plan



Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

L'alimentation et la plupart des autres secteurs ont suivi la tendance nationale

La croissance des ventes du secteur de l'alimentation s'est accélérée dans la plupart des provinces, en partie parce que les détaillants ont diversifié leurs gammes de marchandises en incluant des articles non alimentaires comme les meubles, les appareils électroniques, les produits pharmaceutiques et les produits de soins personnels. La croissance dans ce secteur a été plus prononcée dans les provinces qui ont affiché d'importants gains de population comme l'Ontario et l'Alberta.

La croissance dans le secteur des marchandises diverses est demeurée robuste. Plusieurs facteurs y ont contribué, dont une vaste gamme de marchandises, les prix de l'essence et les frais de voyage plus élevés, de nouveaux formats de vente comme les clubs de gros et le concept des « prix les plus bas tous les jours ». Ces magasins ont été particulièrement populaires à Terre-Neuve-et-Labrador, au Québec, au Manitoba et en Colombie-Britannique.

Les taux d'intérêt et les taux hypothécaires historiquement faibles ont entraîné une intensification de l'activité dans le secteur de l'habitation et les mises en chantier sont montées en flèche. D'importantes économies sur le plan du financement et du refinancement des maisons ont permis aux consommateurs de dépenser davantage pour les travaux domiciliaires. En outre, de nouvelles tendances ont aidé à stimuler les dépenses liées à la maison. Il s'agit entre autres de la baisse du tourisme et du phénomène du « coconnage » qui ont suivi les événements du 11 septembre¹ et les épidémies du SRAS², de la popularité croissante des nouveautés électroniques comme les lecteurs de vidéodisques numériques et les téléviseurs à écran plat et du concept des projets d'amélioration de maison « à faire soi-même ».

2. Voir « Commerce de détail, décembre 2001 et année 2001 », *Le Quotidien*, 21 février 2002, <http://www.statcan.ca>.

3. Voir « Commerce de détail, avril 2003 », *Le Quotidien*, 23 juin 2003, <http://www.statcan.ca>.

Fait intéressant, l'essor du secteur de l'habitation a eu, semble-t-il, une incidence plus forte sur le secteur des matériaux de construction que sur celui du meuble. Les ventes dans le secteur des matériaux de construction se sont accélérées, tandis que le taux de croissance des ventes de meubles est demeuré presque inchangé.

La croissance des ventes dans le secteur des pharmacies s'est accélérée entre 2000 et 2004 sans que les prix des médicaments affichent une forte augmentation. Cette croissance plus rapide a été généralisée dans toutes les provinces. Le vieillissement de la population et une sensibilisation croissante aux modes de vie sains ont apparemment créé une plus forte demande de produits de soins de santé et de pharmacothérapie. En outre, ces magasins ont diversifié leurs gammes de marchandises en incluant des articles comme des aliments et des appareils électroniques.

Toutefois, la croissance dans le secteur de l'habillement a été faible dans toutes les provinces. Les prix à la baisse et les importations moins coûteuses n'ont pas réussi à pousser les consommateurs à acheter plus d'articles. En outre, le secteur s'est trouvé aux prises avec une plus forte concurrence de la part des détaillants de marchandises diverses et des magasins d'alimentation.

Ventes au détail, Canada et provinces, et variables socioéconomiques choisies pour le Canada, 1996, 2000 et 2004

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé	
				1996 à 2000	2000 à 2004
	en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%	
Commerce de détail					
Terre-Neuve-et-Labrador	3 672	4 760	5 755	6,7	4,9
Île-du-Prince-Édouard	958	1 274	1 385	7,4	2,1
Nouvelle-Écosse	7 455	8 956	10 297	4,7	3,5
Nouveau-Brunswick	5 656	7 282	7 963	6,5	2,3
Québec	52 502	65 245	78 518	5,6	4,7
Ontario	83 843	111 501	129 086	7,4	3,7
Manitoba	7 810	9 337	11 692	4,6	5,8
Saskatchewan	7 193	8 359	10 259	3,8	5,3
Alberta	23 816	31 738	43 372	7,4	8,1
Colombie-Britannique	34 775	38 435	47 217	2,5	5,3
Total	228 440	287 838	346 721	5,9	4,8
Variables socioéconomiques					
Population (milliers)	29 611	30 689	31 946	0,9	1,0
Mises en chantier (unités)	124 713	151 653	233 431	5,0	11,4
Revenu disponible	527 783	639 567	741 230	4,9	3,8
Taux d'épargne (%)	7,0	4,7	0,4
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	43,3	45,0	46,8

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Terre-Neuve-et-Labrador : seule province atlantique affichant une forte croissance du commerce de détail

Terre-Neuve-et-Labrador est la seule province atlantique où la croissance du commerce de détail est demeurée robuste. Entre 2000 et 2004, les ventes au détail y ont augmenté à un taux annuel moyen de 4,9 %, juste au-dessus de la moyenne nationale de 4,8 %.

En 2004, les ventes au détail dans la province ont totalisé 5,8 milliards de dollars. Les consommateurs à Terre-Neuve-et-Labrador ont dépensé une proportion beaucoup plus importante de leur revenu disponible dans les magasins de détail que ceux dans d'autres provinces.

En 2004, pour chaque 100 \$ de revenu disponible, les Terre-Neuviens ont dépensé 57 \$ dans les magasins de détail, comparativement à la moyenne nationale de 47 \$ et à 43 \$ seulement en Ontario.

Le revenu disponible a augmenté rapidement dans la province entre 2000 et 2004, grâce aux gains sur le plan de l'emploi dans les secteurs des ressources naturelles, de la construction et du commerce de détail.

Le secteur de l'automobile a posé de solides assises pour la croissance du commerce de détail dans la province

Les ventes du secteur de l'automobile dans la province ont atteint 2,2 milliards de dollars en 2004, progressant au taux annuel moyen de 4,0 % entre 2000 et 2004.

La croissance des ventes dans le secteur de l'automobile a été supérieure aux moyennes nationales avant et après le tournant du millénaire, posant de solides assises pour la croissance globale du secteur du commerce de détail dans la province.

Les ventes des concessionnaires de voitures d'occasion et de pièces ont été le moteur du secteur de l'automobile dans la province. Entre 2000 et 2004, elles ont augmenté au taux annuel moyen de 7,8 %, soit deux fois plus rapidement que le taux de croissance national annuel moyen de 3,1 %.

En revanche, la croissance moyenne des ventes des concessionnaires d'automobiles neuves a été presque stagnante (-0,2 % par an) entre 2000 et 2004, comparativement à une progression annuelle de 3,0 % à l'échelon national. Au cours de la période précédente de quatre ans, leurs ventes avaient grimpé de 13 % en moyenne.

En 2004, les concessionnaires ont vendu 44 automobiles neuves en moyenne pour chaque 1 000 habitants de la province, ce qui représente une légère baisse seulement par rapport à la moyenne de 45 automobiles en 2000. L'un et l'autre chiffre sont toutefois inférieurs à la moyenne nationale de 52 en 2000 et de 49 en 2004.

La croissance robuste des ventes dans ce secteur tient notamment à ce que le marché de l'automobile à Terre-Neuve-et-Labrador était loin d'être saturé en 2000, ce qui a créé une demande potentielle de ventes de véhicules automobiles. La province comptait 482 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, nombre bien en deçà de la moyenne nationale de 583.

En même temps, les véhicules automobiles immatriculés de plus de 15 ans représentaient une proportion beaucoup plus faible (6 %) du total que la moyenne nationale de 12 % en 2000. Par conséquent, les pressions qui s'exerçaient pour remplacer les véhicules automobiles très vieux toujours en circulation étaient plus faibles.

En outre, la croissance rapide du revenu disponible, assortie de taux d'intérêt faibles et de modalités de financement généreuses, a peut-être encouragé les consommateurs à acheter un plus grand nombre de voitures.

Essor du secteur de l'habitation sans contrepartie dans les secteurs du meuble et des matériaux de construction

Entre 2000 et 2004, les mises en chantier ont grimpé à un taux annuel moyen de 18,4 % à Terre-Neuve-et-Labrador, renversant la baisse moyenne de 8,0 % enregistrée au cours de la période de quatre ans précédente. Toutefois, les ventes des secteurs du meuble et des matériaux de construction n'ont pas connu une hausse comparable.

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur des matériaux de construction ont augmenté à un taux proche du taux national de 11,5 %. Un aperçu des dépenses au titre des rénovations et des réparations résidentielles en 2002 a révélé que les propriétaires-occupants à Terre-Neuve-et-Labrador étaient beaucoup plus enclins à faire le travail eux-mêmes qu'à engager un entrepreneur. Leurs dépenses au titre des matériaux représentaient 62 % des dépenses en rénovations et réparations résidentielles, taux beaucoup plus élevé que la moyenne nationale de 37 %. Les matériaux achetés par eux aux fins de travaux de rénovation sont comptabilisés comme ventes au détail dans le secteur des matériaux de construction.

En outre, les Terre-Neuviens ont moins dépensé pour les meubles. Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur du meuble dans la province ont diminué au taux annuel moyen de 5,5 %. Terre-Neuve-et-Labrador est la seule province où les ventes ont baissé dans ce secteur.

Cette baisse peut être attribuable également au plus faible revenu disponible par habitant dans cette province. Il en a peut-être résulté des exigences budgétaires conflictuelles qui ont obligé les consommateurs à décider entre l'achat d'une nouvelle maison ou l'achat de meubles et d'accessoires pour celle qu'ils possédaient déjà.

Hausse des achats des consommateurs dans les magasins de marchandises diverses

Les dépenses des consommateurs dans les magasins de marchandises diverses représentaient une proportion plus élevée de leurs dépenses dans les magasins de détail que dans les autres provinces.

En 2004, pour chaque tranche de 100 \$ dépensés par les consommateurs à Terre-Neuve-et-Labrador, plus de 15 \$ ont été dépensés dans un magasin de marchandises diverses, comparativement à la moyenne nationale de 12 \$ et à celle d'environ 10 \$ à l'Île-du-Prince-Édouard.

La croissance des dépenses dans les magasins de marchandises diverses représentait 20 % de la croissance totale des ventes au détail dans la province entre 2000 et 2004. Durant les quatre années précédentes, elle représentait juste 13 %.

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Terre-Neuve-et-Labrador, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
	en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%			
Secteurs de détail							
Automobile	1 270	1 862	2 176	10,0	4,0	54,4	31,6
Meubles	145	248	197	14,3	-5,5	9,4	-5,1
Matériaux de construction	215	282	435	7,1	11,5	6,2	15,3
Alimentation	1 035	1 154	1 403	2,8	5,0	11,0	25,0
Pharmacies	227	233	306	0,7	7,1	0,6	7,4
Vêtements	156	177	194	3,2	2,4	2,0	1,7
Marchandises diverses	546	682	882	5,7	6,6	12,5	20,0
Détaillants divers	79	123	162	11,6	7,2	4,0	3,9
Total	3 672	4 760	5 755	6,7	4,9	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	560	528	517	-1,5	-0,5
Mises en chantier (unités)	2 034	1 459	2 870	-8,0	18,4
Revenu disponible	7 987	8 740	10 074	2,3	3,6
Taux d'épargne (%)	9,6	0,6	-0,5
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	46,0	54,5	57,1

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Île-du-Prince-Édouard : gains parmi les plus faibles au pays

La croissance des ventes au détail en Île-du-Prince-Édouard a été l'une des plus rapides au pays entre 1996 et 2000 mais l'une des plus lentes entre 2000 et 2004.

Entre 1996 et 2000, l'Île-du-Prince-Édouard, l'Ontario et l'Alberta se sont situées dans le peloton de tête, affichant un taux de croissance annuel d'environ 7,4 %, nettement supérieur à la moyenne nationale de 5,9 %.

Toutefois, depuis le tournant du millénaire, les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 2,1 % seulement, bien à la traîne de celui de l'Alberta (+8,1 %), qui s'est classée au premier rang, ainsi que des autres provinces. En 2004, le total des ventes au détail à l'Île-du-Prince-Édouard a atteint 1,4 milliard de dollars.

La lente progression du revenu disponible et la baisse de la proportion de ce revenu consacrée aux achats dans les magasins de détail ont été au nombre des facteurs expliquant ce ralentissement global.

Entre 2000 et 2004, le revenu disponible a augmenté au taux annuel moyen de 3,0 %. Ce taux était inférieur au taux de croissance national de 3,8 % mais aussi en deçà du taux de croissance enregistré au cours de la période de quatre ans précédente (+4,0 %).

En outre, les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail représentaient une proportion à la baisse du revenu disponible, soit 53 % en 2000 et 51 % en 2004. Dans la plupart des autres provinces, cette proportion a augmenté entre ces deux années.

Baisse des ventes dans les secteurs de l'automobile et de l'habillement

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur de l'automobile ont baissé de 1,5 % en moyenne, la croissance dans ce secteur étant inférieure à celle dans les autres provinces et entraînant une faible croissance des ventes au détail à l'Île-du-Prince-Édouard.

Entre 1996 et 2000, le secteur de l'automobile a progressé au taux annuel moyen de 8,1 %, affichant l'un des meilleurs résultats au pays. Cette croissance a contribué à 37 % de la hausse totale des ventes au détail dans la province au cours de cette période.

Entre 2000 et 2004, toutefois, les ventes du secteur de l'automobile ont chuté de près de 25 millions de dollars. Cette baisse a non seulement annulé toute contribution à la croissance du commerce de détail de la province, mais encore, elle a contrebalancé les gains des secteurs des marchandises diverses et du meuble.

Le revenu disponible à l'Île-du-Prince-Édouard était l'un des plus faibles au pays et sa croissance a essentiellement stagné. Les consommateurs ont probablement dû se serrer la ceinture. En outre, étant donné la croissance rapide du secteur avant 2000, le marché de détail de l'automobile avait probablement atteint un niveau de saturation modéré, moins de pressions s'exerçant sur les consommateurs pour remplacer les véhicules automobiles plus anciens encore en circulation.

Dans le secteur de l'habillement, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick étaient les deux seules provinces où les ventes de vêtements ont baissé entre 2000 et 2004. À l'Île-du-Prince-Édouard, les ventes se sont repliées au taux annuel moyen de 2,6 %.

Croissance du commerce de détail attribuable principalement aux secteurs de l'alimentation, des marchandises diverses et des matériaux de construction

Après 2000, la croissance du commerce de détail à l'Île-du-Prince-Édouard a été attribuable principalement à trois secteurs, soit ceux de l'alimentation, des marchandises diverses et des matériaux de construction.

La croissance des ventes dans le secteur de l'alimentation est demeurée robuste entre 2000 et 2004. Ce secteur a remplacé celui de l'automobile comme principal responsable de la progression des ventes au détail dans la province. Le secteur de l'alimentation a contribué à 57 % de l'ensemble des ventes au détail dans la province, soit le double de la proportion enregistrée au cours de la période de quatre ans précédente.

La croissance des mises en chantier a été nettement inférieure à la moyenne nationale. Toutefois, les ventes dans le secteur des matériaux de construction ont progressé au taux annuel moyen de 8,8 %, plus proche de la moyenne nationale de 11,5 %. Par conséquent, entre 2000 et 2004, le secteur a contribué à près de 40 % de la croissance globale du commerce de détail dans la province, soit le triple de la moyenne nationale de 13 %.

Le secteur des marchandises diverses a contribué à un autre 20 % de la croissance globale du commerce de détail dans la province.

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Île-du-Prince-Édouard, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	319	435	411	8,1	-1,5	36,9	-22,5
Meubles	34	57	60	13,9	1,5	7,2	3,2
Matériaux de construction	77	107	151	8,6	8,8	9,5	38,9
Alimentation	256	345	408	7,8	4,3	28,3	57,2
Pharmacies	70	76	95	2,3	5,6	2,1	16,7
Vêtements	43	64	58	10,4	-2,6	6,6	-5,8
Marchandises diverses	102	121	143	4,5	4,3	6,1	19,9
Détaillants divers	58	68	60	4,1	-3,2	3,2	-7,6
Total	958	1 274	1 385	7,4	2,1	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	136	136	138	0,0	0,4
Mises en chantier (unités)	554	710	919	6,4	6,7
Revenu disponible	2 070	2 420	2 725	4,0	3,0
Taux d'épargne (%)	6,6	1,9	-3,8
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	46,3	52,6	50,8

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Nouvelle-Écosse : stabilité relative du taux de croissance des ventes au détail

La croissance du commerce de détail a ralenti en Nouvelle-Écosse au tournant du millénaire. Toutefois, comparativement à la plupart des provinces où les taux de croissance ont varié sensiblement, le taux en Nouvelle-Écosse est demeuré relativement stable.

Entre 2000 et 2004, les ventes au détail ont augmenté à un taux annuel moyen de 3,6 %. Ce taux représentait un ralentissement par rapport à celui de 4,7 % observé durant la période de quatre ans précédente. Le taux de croissance a été inférieur à la moyenne nationale au cours de l'une et l'autre période.

En 2004, les détaillants en Nouvelle-Écosse ont vendu pour 10,3 milliards de dollars de biens et services.

La croissance plus faible du revenu disponible et la proportion stable du revenu dépensé dans les magasins de détail ont influé sur la croissance du commerce de détail dans la province.

Entre 2000 et 2004, le revenu disponible a augmenté en moyenne de 3,3 % par an, juste au-dessous de la moyenne nationale de 3,8 %. Le ralentissement de la croissance dans les secteurs de la construction résidentielle, du tourisme et du commerce de détail ont exercé des pressions sur le marché du travail en Nouvelle-Écosse.

En 2000 et en 2004, la proportion des dépenses des consommateurs dans les magasins de détail est demeurée inchangée à 51 \$ pour chaque 100 \$ de revenu disponible, soit juste au-dessus de la moyenne nationale de 47 \$ en 2004.

Décélération dans le secteur de l'automobile

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur de l'automobile ont augmenté en moyenne de 3,2 % par an, en baisse par rapport à 5,9 % durant la période de quatre ans précédente. Les ventes de ce secteur représentaient 3,5 milliards de dollars en 2004.

La croissance dans le secteur de l'automobile a représenté un peu moins du tiers de l'augmentation totale des ventes dans la province entre 2000 et 2004, comparativement à 42 % au cours de la période de quatre ans précédente.

La croissance plus lente du revenu semble avoir imposé des restrictions budgétaires aux consommateurs, particulièrement en ce qui concerne les achats d'articles coûteux comme les voitures. En outre, les niveaux modérés de saturation du marché de l'automobile et de pression pour remplacer les véhicules plus vieux n'ont pas créé une forte demande dans ce secteur.

En 2000, la Nouvelle-Écosse comptait 580 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, proportion à peu près équivalente à la moyenne nationale de 583.

En outre, près de 10 % de ces véhicules avaient plus de 15 ans, comparativement à la moyenne nationale de 12 %. Les pressions s'exerçant pour remplacer les véhicules plus anciens étaient donc relativement modérées.

Autres secteurs : la croissance démographique stagnante s'est reflétée dans le secteur de l'alimentation

Une lente croissance démographique a limité la demande de biens de première nécessité tels les aliments. Entre 2000 et 2004, la population de la Nouvelle-Écosse n'a augmenté que de 0,1 % en moyenne chaque année, croissance inférieure à la moyenne nationale de 1,0 %.

Le secteur de l'alimentation a par conséquent affiché un taux de croissance annuel moyen de 1,5 %, bien en deçà de la moyenne nationale de 4,9 %. Ce secteur n'a contribué qu'à 12 % de la croissance globale du revenu du commerce de détail dans la province entre 2000 et 2004, soit moins de la moitié de la moyenne nationale.

L'activité dans le secteur de l'habitation en Nouvelle-Écosse a été l'une des plus lentes au pays. Les secteurs du meuble et des matériaux de construction ont néanmoins enregistré une croissance supérieure à la moyenne entre 2000 et 2004.

Les deux secteurs ensemble représentaient 30 % de la croissance globale du commerce de détail dans la province entre 2000 et 2004. Ce taux était sensiblement plus élevé que la contribution moyenne de 21 % pour ces deux secteurs à l'échelon national.

Nouvelle-Écosse et Saskatchewan : une comparaison

Il est utile de comparer le commerce de détail de la Nouvelle-Écosse et celui de la Saskatchewan, ces secteurs étant de taille semblable. Entre 2000 et 2004, les ventes au détail dans les deux provinces ont affiché des courbes de croissance légèrement différentes.

Durant cette période, la croissance du commerce de détail en Nouvelle-Écosse a été inférieure au taux de croissance annuel moyen de 5,3 % en Saskatchewan.

En 2004, le revenu total du commerce de détail en Nouvelle-Écosse s'est chiffré à 10,3 milliards de dollars, soit seulement 37 millions de dollars de plus qu'en Saskatchewan. Cet écart représentait une fraction de celui de 597 millions de dollars enregistré en 2000. En raison des différents taux de croissance, il avait presque disparu en 2004.

Des huit secteurs de détail, seuls les secteurs du meuble et des matériaux de construction en Nouvelle-Écosse ont affiché des taux de croissance supérieurs aux taux nationaux. En Saskatchewan, cinq secteurs de détail, y compris les secteurs de l'automobile, du meuble, des matériaux de construction, des pharmacies et des marchandises diverses, ont affiché des taux de croissance supérieurs ou analogues aux taux nationaux.

Entre 2000 et 2004, le secteur de l'automobile en Nouvelle-Écosse a augmenté à un rythme correspondant à la moitié seulement de celui du secteur de l'automobile en Saskatchewan (+6,2 % par an). Il en a résulté un écart beaucoup plus marqué entre les deux provinces sur le plan des ventes dans ce secteur. En 2000, ces ventes étaient au même niveau dans les deux provinces. En 2004, les ventes du secteur de l'automobile en Nouvelle-Écosse ne représentaient que 87 % de celles en Saskatchewan.

Deux principaux facteurs ont aidé à creuser l'écart entre les deux provinces sur le plan des ventes dans le secteur de l'automobile. La croissance du revenu disponible en Saskatchewan a été supérieure à celle en Nouvelle-Écosse. En outre, des pressions beaucoup plus fortes pour remplacer les véhicules automobiles plus vieux se sont exercées sur le marché de l'automobile en Saskatchewan durant la période de quatre ans commençant en 2000.

En 2000, 27 % de tous les véhicules automobiles immatriculés avaient plus de 15 ans en Saskatchewan, taux fortement supérieur à celui de 10 % enregistré en Nouvelle-Écosse. Cette proportion tenait au taux beaucoup plus élevé de propriété des véhicules automobiles en Saskatchewan (701 véhicules pour 1 000 habitants en Saskatchewan, comparativement à 580 véhicules pour 1 000 habitants en Nouvelle-Écosse).

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Nouvelle-Écosse, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
	en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%			
Secteurs de détail							
Automobile	2 454	3 090	3 505	5,9	3,2	42,4	31,1
Meubles	197	329	449	13,6	8,1	8,7	9,0
Matériaux de construction	323	460	746	9,2	12,8	9,1	21,2
Alimentation	2 434	2 625	2 786	1,9	1,5	12,7	12,0
Pharmacies	542	600	705	2,6	4,1	3,9	7,8
Vêtements	349	398	420	3,4	1,4	3,3	1,7
Marchandises diverses	854	1 029	1 211	4,8	4,2	11,7	13,6
Détaillants divers	302	425	474	8,9	2,8	8,2	3,7
Total	7 455	8 956	10 297	4,7	3,6	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	931	934	937	0,1	0,1
Mises en chantier (unités)	4 059	4 432	4 717	2,2	1,6
Revenu disponible	14 811	17 526	19 980	4,3	3,3
Taux d'épargne (%)	5,8	2,3	-2,0
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	50,3	51,1	51,5

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Nouveau-Brunswick : croissance du commerce de détail correspondant à la moitié seulement de la moyenne nationale

Au Nouveau-Brunswick, les ventes au détail ont augmenté à un rythme correspondant à la moitié seulement de la moyenne nationale depuis le tournant du millénaire.

Entre 2000 et 2004, les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 2,3 %, comparativement à la moyenne nationale de 4,8 %. Cette croissance était également beaucoup plus lente que le gain de 6,5 % affiché entre 1996 et 2000.

En 2004, les ventes au détail au Nouveau-Brunswick ont totalisé près de 8,0 milliards de dollars.

Seul le secteur des pharmacies a enregistré une augmentation des ventes supérieure à la moyenne entre 2000 et 2004. La croissance dans les secteurs de l'automobile et de l'habillement a été presque stagnante.

Le ralentissement marqué du commerce de détail était attribuable entre autres à la faible croissance du revenu et aux dépenses restreintes des consommateurs dans les magasins de détail. L'absence d'essor dans le secteur de l'habitation et la baisse du tourisme ont eu un effet négatif sur l'emploi au Nouveau-Brunswick, ce qui a entraîné à son tour une incidence sur les dépenses des consommateurs.

Le revenu disponible a augmenté au taux annuel moyen de 2,8 % seulement, soit plus lentement que le taux moyen national de 3,8 %. Entre-temps, la part du revenu personnel disponible consacrée aux dépenses dans les magasins de détail a légèrement baissé, passant de 53 % en 2000 à 52 % en 2004. Dans la plupart des autres provinces, cette proportion a augmenté.

Le taux d'épargne des habitants du Nouveau-Brunswick était plus élevé que celui de leurs homologues dans les autres provinces de l'Atlantique et dans la plupart des provinces de l'Ouest.

Progression presque inexistante des ventes dans le secteur de l'automobile

Les ventes dans le secteur de l'automobile ont été quasi stagnantes entre 2000 et 2004, progressant au taux annuel moyen de 0,2 % seulement. Par contre, entre 1996 et 2000, elles ont crû au taux moyen de 8,5 %, l'une des augmentations les plus rapides au pays.

La contribution du secteur de l'automobile à la croissance globale du commerce de détail dans la province a chuté, passant de 49 % entre 1996 et 2000 à 4 % seulement durant la période de quatre ans subséquente. Cela a entraîné un important ralentissement de la croissance du commerce de détail de la province depuis 2000.

Le marché de détail de l'automobile a atteint un point de saturation relativement élevé par suite de la croissance rapide des ventes d'automobiles entre 1996 et 2000. Après 2000, les pressions s'exerçant sur les consommateurs pour retirer les véhicules automobiles plus vieux encore en circulation étaient apparemment moins fortes.

Par exemple, les concessionnaires ont vendu en moyenne 54 automobiles neuves pour 1 000 habitants du Nouveau-Brunswick en 2000. Ce chiffre est rapidement passé à 46 en 2004, une baisse beaucoup plus forte que la moyenne nationale.

En 2000, la province comptait en moyenne 610 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants. Ce nombre était beaucoup plus élevé que celui de 583 à l'échelon national, indiquant un niveau de saturation relativement élevé sur le marché de l'automobile.

En outre, seulement 9 % de toutes les automobiles immatriculées avaient plus de 15 ans, comparativement à la moyenne nationale de 12 %. Par conséquent, de plus faibles pressions s'exerçaient pour retirer de la circulation les véhicules automobiles plus anciens.

Autres secteurs : faible croissance dans les secteurs du meuble, de l'alimentation

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur du meuble ont augmenté au taux annuel moyen de 2,8 % seulement, reflétant le ralentissement sur le marché de l'immobilier.

Le secteur de l'alimentation a connu une croissance morose de 1,7 %, la plus lente parmi les provinces dans ce secteur. La croissance relativement faible de la population du Nouveau-Brunswick y a peut-être contribué. La croissance des ventes dans le secteur de l'alimentation a néanmoins représenté 21 % de la croissance totale du commerce de détail dans la province entre 2000 et 2004.

Les ventes du secteur des matériaux de construction ont crû au taux annuel moyen plus robuste de 10,6 %, proche du taux national de 11,5 % pour ce secteur. Environ le quart de la croissance globale du commerce de détail a été attribuable à cette croissance.

Le secteur des pharmacies a été le seul secteur de détail à afficher une croissance supérieure à la moyenne nationale entre 2000 et 2004. Bien que les consommateurs y aient dépensé 6 \$ seulement pour chaque 100 \$, 24 % de la croissance totale du commerce de détail a été attribuable à ce secteur.

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Nouveau-Brunswick, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	2 048	2 843	2 867	8,5	0,2	48,8	3,5
Meubles	240	317	354	7,2	2,8	4,7	5,5
Matériaux de construction	218	339	507	11,6	10,6	7,4	24,7
Alimentation	1 620	2 024	2 166	5,7	1,7	24,8	21,0
Pharmacies	383	370	530	-0,9	9,4	-0,8	23,5
Vêtements	265	314	313	4,3	-0,1	3,0	-0,2
Marchandises diverses	707	826	950	4,0	3,6	7,4	18,3
Détailants divers	174	250	274	9,4	2,4	4,6	3,6
Total	5 656	7 282	7 963	6,5	2,3	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	752	751	751	0,0	0,0
Mises en chantier (unités)	2 722	3 079	3 947	3,1	6,4
Revenu disponible	11 813	13 730	15 308	3,8	2,8
Taux d'épargne (%)	8,3	4,9	0,2
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	47,9	53,0	52,0

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Québec : le secteur de l'automobile à l'origine de la forte croissance du commerce de détail

Entre 2000 et 2004, le Québec et son voisin, l'Ontario, ont été touchés par la demande léthargique au sud de la frontière, la morosité du secteur de la fabrication, la montée en flèche des prix de l'énergie et la vigueur du dollar.

Toutefois, la croissance du commerce de détail a suivi une courbe différente dans les deux provinces du Centre du Canada. Les ventes des détaillants au Québec ont augmenté au taux annuel moyen de 4,7 %, léger repli par rapport au taux moyen de 5,6 % enregistré au cours de la période de quatre ans précédente. Cette croissance a été alimentée principalement par un secteur de l'automobile robuste.

Par contre, la croissance des ventes de détail en Ontario a diminué de moitié, passant d'un taux annuel moyen de 7,4 % entre 1996 et 2000 à 3,7 % seulement durant la période de quatre ans postérieure à 2000. Ce ralentissement important s'explique principalement par la piètre performance du secteur de l'automobile.

Les détaillants du Québec ont vendu pour une valeur de plus de 78,5 milliards de dollars de biens et services en 2004.

L'essor du secteur de l'habitation a été plus prononcé au Québec, où les mises en chantier ont affiché l'un des taux de croissance les plus rapides au pays et le nombre de maisons neuves construites a atteint des niveaux records.

Il en a résulté une plus forte embauche dans le secteur de la construction et des retombées dans de nombreux secteurs de service connexes, comme celui du commerce de détail et celui des finances, de l'assurance, de l'immobilier et de la location.

Le secteur de l'automobile, l'un des grands responsables de la divergence entre le Québec et l'Ontario

La divergence des taux de croissance des ventes au détail de l'Ontario et du Québec était attribuable principalement au secteur de l'automobile.

Au Québec, les ventes dans ce secteur ont augmenté au taux annuel moyen de 5,0 % entre 2000 et 2004. Ce taux était inférieur au taux moyen de 7,4 % enregistré durant la période de quatre ans précédente. Il était néanmoins robuste comparativement à celui beaucoup plus bas en Ontario.

Entre 2000 et 2004, le secteur de l'automobile du Québec représentait 35 % de la croissance totale du commerce de détail de la province, jouant ainsi un rôle de premier plan. En Ontario, la contribution de ce secteur a été beaucoup plus faible (10 % seulement).

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves au Québec ont augmenté au taux annuel moyen de 4,8 % entre 2000 et 2004, lui-même dépassé seulement par celui de l'Alberta (+6,8 % par an).

En 2004, les concessionnaires ont vendu en moyenne 54 automobiles neuves pour 1 000 habitants au Québec, comparativement à 48 en Ontario et à 61 en Alberta.

Le marché de l'automobile du Québec était relativement moins saturé et les pressions s'exerçant sur les consommateurs pour remplacer les véhicules automobiles de plus de 15 ans étaient moins fortes. En 2000, le Québec comptait 550 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, nombre inférieur à la moyenne nationale de 583. Cela indique une demande potentielle de véhicules automobiles.

Seulement 6 % de tous les véhicules automobiles immatriculés avaient plus de 15 ans, soit la moitié de la moyenne nationale de 12 %. De plus, la croissance solide du revenu disponible associée aux modalités de financement généreuses offertes par les concessionnaires d'automobiles ont encouragé les Québécois à acheter plus d'automobiles.

Autres secteurs : l'essor dans le secteur de l'habitation s'est reflété dans le secteur des matériaux de construction

Les dépenses des consommateurs au titre des matériaux de construction sont demeurées vigoureuses, les ventes au détail augmentant au taux annuel moyen de 13,5 % entre 2000 et 2004. Cette hausse reflétait le regain d'activité dans le secteur de l'habitation.

Toutefois, le secteur du meuble a affiché une croissance moyenne peu reluisante de 5,0 %, comparativement à la moyenne nationale de 6,4 %.

Un plus grand nombre de magasins de marchandises diverses sont entrés sur le marché au Québec entre 2000 et 2004. Par conséquent, le taux de croissance moyen de 5,7 % enregistré dans le secteur des marchandises diverses était non seulement supérieur au taux de croissance globale du commerce de détail au Québec, mais identique au taux de croissance du secteur au cours de la période de quatre ans précédente.

Entre 2000 et 2004, les secteurs de l'alimentation et de l'habillement au Québec ont affiché une croissance inférieure à la moyenne, attribuable en partie au plus faible accroissement de la population de la province.

Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies, Québec, 1996, 2000 et 2004

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
	en millions de dollars (à moins d'avis contraire)				%		
Secteurs de détail							
Automobile	16 309	21 668	26 349	7,4	5,0	42,1	35,3
Meubles	3 144	4 416	5 359	8,9	5,0	10,0	7,1
Matériaux de construction	1 878	2 939	4 882	11,8	13,5	8,3	14,5
Alimentation	13 597	16 096	18 560	4,3	3,6	19,6	18,6
Pharmacies	5 521	5 459	6 032	-0,3	2,5	-0,5	4,3
Vêtements	4 095	4 452	4 805	2,1	1,9	2,8	2,7
Marchandises diverses	5 468	6 836	8 517	5,7	5,7	10,7	12,7
Détaillants divers	2 490	3 378	4 013	7,9	4,4	7,0	4,8
Total	52 502	65 245	78 518	5,6	4,7	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	7 248	7 357	7 543	0,4	0,6
Mises en chantier (unités)	23 220	24 695	58 448	1,6	24,0
Revenu disponible	119 859	139 159	161 986	3,8	3,9
Taux d'épargne (%)	8,0	3,8	0,9
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	43,8	46,9	48,5

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Ontario : important ralentissement du commerce de détail

En Ontario, le commerce de détail a fortement ralenti entre 2000 et 2004 après avoir connu une croissance rapide durant la période de quatre ans précédente. Ce ralentissement était attribuable principalement à la piètre performance des ventes au détail du secteur de l'automobile.

Entre 2000 et 2004, le commerce de détail de l'Ontario a crû au taux annuel de 3,7 %, comparativement à 7,4 % entre 1996 et 2000. La croissance en Ontario depuis 2000 a été inférieure au taux de croissance national de 4,8 %.

Les ventes des détaillants en Ontario ont totalisé 129,1 milliards de dollars en 2004. Elles représentaient 37 % du total des ventes au détail au Canada, part légèrement inférieure à celle de 39 % enregistrée quatre ans auparavant.

La faible augmentation du revenu disponible en Ontario entre 2000 et 2004 s'explique par le ralentissement de l'économie et du marché du travail.

La croissance économique dans le centre manufacturier du Canada a été entravée par une demande léthargique au sud de la frontière de produits de technologie de pointe et de matériel de transport ainsi que par la vigueur du dollar canadien et la montée en flèche des prix de l'énergie. L'Ontario a subi une série de bouleversements économiques en 2003, comme l'épidémie de SRAS et la panne d'électricité.

Les consommateurs ontariens ont tenu serré les cordons de leur bourse entre 2000 et 2004. En 2004, pour chaque 100 \$ de revenu disponible, les consommateurs n'ont dépensé que 43 \$ dans les magasins de détail, comparativement à plus de 50 \$ en Colombie-Britannique et dans les provinces de l'Atlantique.

En outre, la croissance du revenu disponible a été inférieure à la moyenne nationale durant cette période, tandis que le taux d'épargne est demeuré l'un des plus élevés au pays, inférieur seulement à celui de l'Alberta.

Effet modérateur du secteur automobile sur la croissance du commerce de détail

Le ralentissement de la croissance des ventes au détail en Ontario était attribuable principalement au secteur de l'automobile. Entre 1996 et 2000, les ventes dans ce secteur ont augmenté au taux annuel moyen de 8,7 %. Durant la période de quatre ans subséquente, ce taux de croissance a ralenti à juste 1,0 %.

Au cours des quatre années précédant 2000, le secteur a contribué à 41 % de la croissance globale des ventes au détail, proportion de loin la plus élevée. Entre 2000 et 2004, cette contribution est passée à 10 %.

Entre 2000 et 2004, les concessionnaires d'automobiles neuves ont enregistré un taux de croissance annuel moyen de 0,6 % seulement. Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de pièces ont reculé, passant de 5,2 milliards de dollars en 2000 à 4,9 milliards de dollars en 2004.

En 2000, les concessionnaires ont vendu en moyenne 57 nouveaux véhicules automobiles pour 1 000 habitants. En 2004, ce nombre a passé à 48.

Le ralentissement de la demande de véhicules automobiles était peut-être attribuable à plusieurs facteurs, dont la plus faible croissance du revenu disponible, un marché modérément saturé et des pressions plus faibles s'exerçant pour retirer les véhicules plus vieux de la circulation.

Le marché de l'automobile en Ontario avait presque atteint un point de saturation modéré, après avoir connu une période de croissance rapide des ventes avant 2000. La province comptait 568 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants en 2000, soit juste au-dessous de la moyenne nationale de 583.

De tous les véhicules automobiles immatriculés, 8 % avaient plus de 15 ans, proportion inférieure à la moyenne nationale de 12 %. Cette situation reflétait les pressions relativement faibles qui s'exerçaient pour remplacer les véhicules automobiles plus anciens.

Gains des détaillants attribuables principalement au secteur de l'alimentation

Le secteur de l'alimentation a fait exception au ralentissement observé dans la plupart des secteurs de détail en Ontario entre 2000 et 2004. Ce secteur a affiché des ventes de 29,4 milliards de dollars en 2004, représentant 22 % des dépenses dans les magasins de détail.

Entre 2000 et 2004, les ventes du secteur de l'alimentation ont crû au taux annuel moyen de 5,5 %. La croissance durant cette période représentait près du tiers (32 %) de la croissance globale du commerce de détail en Ontario. Ainsi, le secteur de l'alimentation a remplacé celui de l'automobile comme principal responsable de l'expansion du commerce de détail.

La croissance rapide de la population de l'Ontario a créé une demande de biens de première nécessité comme les aliments. La croissance vigoureuse du secteur de l'alimentation pourrait s'expliquer également par la diversification des supermarchés qui ont ajouté des articles non alimentaires comme les gadgets électroniques à leurs gammes de marchandises.

Le ralentissement du marché de l'habitation a trouvé un écho dans le secteur du meuble

Le secteur de l'habitation de l'Ontario a ralenti entre 2000 et 2004 après avoir connu une période de croissance rapide. Le taux de croissance des nouvelles mises en chantier s'est replié au-dessous de la moyenne nationale. Cette décélération a trouvé écho dans le secteur du meuble dont la croissance a ralenti.

Plusieurs autres facteurs ont peut-être contribué également au ralentissement des ventes de meuble. La faible croissance du revenu disponible a peut-être imposé des contraintes budgétaires aux achats d'articles coûteux comme les automobiles, les meubles et les électroménagers. La baisse des prix des appareils électroniques, du matériel informatique et des logiciels a peut-être annulé l'augmentation du volume des ventes.

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur des matériaux de construction de l'Ontario ont augmenté au taux le plus faible de toutes les provinces. Cette situation a été attribuable à la faiblesse du marché de l'habitation ainsi qu'au fait que les propriétaires ont préféré embaucher un entrepreneur plutôt que de faire eux-mêmes le travail.

Selon un aperçu de 2002, les propriétaires-occupants ontariens ont confié 69 % de leurs réparations et rénovations à des entrepreneurs, proportion plus élevée que la moyenne nationale de 63 %. Les autres 31 % des dépenses étaient au titre de l'achat de matériaux et de travaux

réalisés par les propriétaires eux-mêmes, qui ont été comptabilisés comme ventes au détail par le secteur des matériaux de construction.

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Ontario, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
	en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%			
Secteurs de détail							
Automobile	28 458	39 720	41 389	8,7	1,0	40,7	9,5
Meubles	4 955	7 338	9 350	10,3	6,2	8,6	11,4
Matériaux de construction	3 746	5 393	7 422	9,5	8,3	5,9	11,5
Alimentation	20 184	23 721	29 368	4,1	5,5	12,8	32,1
Pharmacies	5 431	6 779	9 166	5,7	7,8	4,9	13,6
Vêtements	5 657	7 341	8 459	6,7	3,6	6,1	6,4
Marchandises diverses	10 957	14 905	16 950	8,0	3,3	14,3	11,6
Détaillants divers	4 455	6 304	6 981	9,1	2,6	6,7	3,9
Total	83 843	111 501	129 086	7,4	3,7	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	11 084	11 685	12 393	1,3	1,5
Mises en chantier (unités)	43 062	71 521	85 114	13,5	4,4
Revenu disponible	210 778	265 316	301 825	5,9	3,3
Taux d'épargne (%)	8,9	7,6	1,9
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	39,8	42,0	42,8

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Manitoba : hausse des ventes au détail inférieure seulement à celle de l'Alberta

La croissance des ventes au détail au Manitoba entre 2000 et 2004 a été inférieure seulement à celle de l'Alberta, qui s'est classée au premier rang.

En 2004, les ventes au détail au Manitoba ont totalisé 11,7 milliards de dollars. Au cours de la période de quatre ans, les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 5,8 % dans la province, comparativement à 8,1 % en Alberta. À l'échelon national, le gain annuel moyen était de 4,8 %.

Les ventes dans les magasins de détail représentaient une proportion croissante du revenu disponible des consommateurs.

En 2000, pour chaque tranche de 100 \$ de revenu disponible, les consommateurs ont dépensé 42 \$ dans les magasins de détail. Cette somme est passée à 47 \$ en 2004, égale à la moyenne nationale. En outre, la croissance du revenu disponible est demeurée robuste entre 2000 et 2004, grâce à des gains solides sur le plan de l'emploi dans les secteurs de la construction et des ressources naturelles.

Croissance remarquable dans le secteur de l'automobile, dépassée seulement par celle de l'Alberta

Entre 2000 et 2004, le secteur de l'automobile du Manitoba a crû au taux annuel moyen de 5,9 %, soit considérablement plus que la moyenne nationale de 3,6 % pour le secteur. En outre, environ le tiers (33 %) de l'augmentation des ventes au détail de la province était attribuable à la croissance des ventes dans le secteur de l'automobile.

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont crû à un taux annuel moyen de 4,5 %, soit bien plus que la moyenne nationale de 2,8 % pour ce secteur. En 2004, les concessionnaires ont vendu en moyenne 39 automobiles neuves pour 1 000 habitants, chiffre qui représente une hausse par rapport à 37 en 2000, mais qui est nettement en deçà de la moyenne nationale de l'une et de l'autre période.

Entre 2000 et 2004, les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de pièces au Manitoba ont affiché les meilleurs résultats au pays avec un bond annuel des ventes de 20,8 %.

Cette croissance exceptionnelle des ventes tenait à plusieurs facteurs, y compris une solide croissance du revenu, de faibles taux d'intérêt et des modalités de financement généreuses, un marché de l'automobile moins saturé et des pressions à la hausse pour retirer les véhicules plus anciens de la circulation.

Le marché de l'automobile était moins saturé au Manitoba que dans la plupart des provinces. En 2000, la province comptait 533 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, nombre inférieur à la moyenne nationale de 583, créant une demande potentielle de ventes d'automobiles.

En outre, les véhicules de plus de 15 ans représentaient plus de 16 % de tous les véhicules automobiles immatriculés dans la province, comparativement à une moyenne de 12 % pour l'ensemble des provinces. Cela indique que de plus fortes pressions s'exerçaient pour remplacer les véhicules automobiles.

Croissance supérieure à la moyenne dans six des huit secteurs de détail

Entre 2000 et 2004, outre le secteur de l'automobile, les secteurs du meuble, des matériaux de construction, des pharmacies, des marchandises diverses et des détaillants divers ont tous connu des taux de croissance supérieurs au taux national.

La croissance des ventes dans les secteurs des matériaux de construction et du meuble s'est accélérée considérablement par rapport à celle enregistrée entre 1996 et 2000, faisant écho à l'essor du marché de l'habitation.

Le secteur des pharmacies a suivi la tendance nationale et connu une croissance accélérée encore plus prononcée. Entre 2000 et 2004, son rythme de croissance a été plus du double de celui de la période de quatre ans précédente.

Entre 2000 et 2004, les ventes dans le secteur des marchandises diverses ont augmenté au taux annuel moyen de 5,8 %, l'un des taux de croissance les plus rapides dans ce secteur au pays.

Le secteur de l'alimentation et celui de l'habillement ont affiché des taux de croissance inférieurs à la moyenne nationale s'expliquant en partie par la lente croissance démographique. Toutefois, comparativement à la période comprise entre 1996 et 2000, la croissance dans le secteur de l'alimentation s'est en fait accélérée tandis que celle dans le secteur de l'habillement a ralenti.

La diversification des supermarchés qui ont ajouté des articles non alimentaires à leurs gammes de marchandises a peut-être favorisé la croissance dans le secteur de l'alimentation. La concurrence croissante de l'étranger et les importations de tissus bon marché expliquent peut-être que les prix des vêtements, des chaussures et des accessoires n'aient pas augmenté. Ce facteur, associé à la forte concurrence des secteurs des marchandises diverses et de l'alimentation, aurait atténué la croissance de la valeur des ventes dans le secteur de l'habillement.

Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies, Manitoba, 1996, 2000 et 2004

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	2 326	3 013	3 786	6,7	5,9	45,0	32,8
Meubles	422	542	709	6,4	7,0	7,8	7,1
Matériaux de construction	476	548	850	3,5	11,6	4,7	12,8
Alimentation	2 402	2 642	3 121	2,4	4,3	15,8	20,4
Pharmacies	343	407	567	4,4	8,6	4,2	6,8
Vêtements	453	494	523	2,2	1,4	2,7	1,2
Marchandises diverses	1 052	1 268	1 586	4,8	5,8	14,1	13,5
Détaillants divers	336	422	549	5,8	6,8	5,6	5,4
Total	7 810	9 337	11 692	4,6	5,8	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	1 134	1 147	1 170	0,3	0,5
Mises en chantier (unités)	2 318	2 560	4 440	2,5	14,8
Revenu disponible	19 553	22 102	24 967	3,1	3,1
Taux d'épargne (%)	8,4	4,9	-0,5
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	39,9	42,2	46,8

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Saskatchewan : les détaillants ont dépassé le cap des 10 milliards de dollars

La croissance des ventes au détail en Saskatchewan s'est accélérée entre 2000 et 2004. Les ventes au détail totales ont dépassé le cap des 10 milliards de dollars, s'établissant à 10,3 milliards de dollars en 2004. Elles représentaient environ 3 % du total des ventes au détail au Canada.

Au cours de la période de quatre ans postérieure à 2000, les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 5,3 %, soit plus que la moyenne nationale de 4,8 %. Cette croissance était supérieure à celle enregistrée dans le Centre du Canada ainsi que dans les provinces de l'Atlantique.

Cette augmentation s'explique notamment par la croissance rapide du revenu disponible et par la proportion croissante des sommes que dépensent les consommateurs dans les magasins de détail.

Entre 2000 et 2004, le revenu disponible en Saskatchewan a crû au taux annuel moyen de 3,8 %, égal au taux moyen national. Il s'agit d'une accélération sensible par rapport au taux annuel de croissance de 2,0 % enregistré entre 1996 et 2000. Les détaillants ont tiré parti des conditions climatiques favorables et de l'essor dans l'industrie des ressources naturelles.

Pour chaque 100 \$ de revenu disponible, les consommateurs ont dépensé 46 \$ dans les magasins de détail en 2000. En 2004, ce chiffre était passé à 49 \$, soit juste au-dessus de la moyenne nationale de 47 \$.

Le secteur de l'automobile a été le moteur de la croissance du commerce de détail de la province

Entre 2000 et 2004, le secteur de l'automobile a affiché un taux de croissance annuel moyen remarquable, soit de 6,2 %, inférieur seulement à celui de l'Alberta. Durant la période de quatre ans précédente, il avait connu une croissance annuelle de 2,6 % seulement.

Le secteur de l'automobile a contribué à 46 % de la croissance du commerce de détail de la province entre 2000 et 2004.

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont augmenté au taux annuel moyen de 4,4 %, nettement supérieur au taux national de 2,8 % pour le secteur. Les concessionnaires ont vendu en moyenne 36 nouveaux véhicules automobiles pour 1 000 habitants en 2000. Ce chiffre est passé à 39 en 2004, soit bien en deçà de la moyenne nationale de 49.

Les ventes des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de pièces ont augmenté en moyenne de 8,3 % par an, taux plus de deux fois supérieur à celui de 3,1 % enregistré par le secteur à l'échelon national.

Les pressions s'exerçant pour remplacer les véhicules automobiles plus anciens étaient relativement supérieures en Saskatchewan par rapport à la plupart des autres provinces. En 2000, environ 27 % des véhicules automobiles immatriculés dans la province avaient plus de 15 ans, comparativement à la moyenne nationale de 12 %. En outre, ces véhicules étaient relativement plus nombreux en Saskatchewan. En 2000, la province comptait 701 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, comparativement à la moyenne nationale de 583.

La croissance rapide du revenu disponible, assortie de faibles taux d'intérêt et de modalités de financement généreuses, a favorisé l'achat d'articles coûteux comme les voitures.

Autres secteurs : répercussions du marché de l'habitation sur le meuble et les matériaux de construction

Le marché de l'habitation de la Saskatchewan s'est animé entre 2000 et 2004, la croissance des nouvelles mises en chantier rattrapant la moyenne nationale. Les ventes de matériaux de construction sont montées en flèche, affichant un taux annuel moyen de 17,2 %, nettement supérieur à la moyenne sectorielle nationale de 11,5 %.

Au cours de la période de quatre ans, le secteur du meuble a connu une croissance annuelle moyenne de 6,1 %, plus ou moins égale à la moyenne nationale.

Les secteurs de l'alimentation et de l'habillement ont affiché des taux de croissance inférieurs à la moyenne, partiellement attribuables à l'absence de croissance démographique. Pour chaque 100 \$ dépensés par les consommateurs dans les magasins de détail, 28 \$ sont allés aux magasins d'alimentation et 4 \$ aux magasins de vêtements.

Les secteurs des pharmacies et des détaillants divers ont également connu une croissance accélérée supérieure à la moyenne nationale. La croissance des ventes dans le secteur des marchandises diverses a, quant à elle, ralenti, passant au-dessous de la moyenne nationale.

Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies, Saskatchewan, 1996, 2000 et 2004

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	2 849	3 156	4 020	2,6	6,2	26,3	45,5
Meubles	301	415	526	8,4	6,1	9,8	5,9
Matériaux de construction	221	303	573	8,3	17,2	7,1	14,1
Alimentation	1 920	2 131	2 423	2,6	3,3	18,1	15,4
Pharmacies	292	397	539	7,9	8,0	8,9	7,5
Vêtements	422	436	439	0,8	0,2	1,2	0,1
Marchandises diverses	970	1 259	1 392	6,7	2,5	24,8	7,0
Détaillants divers	217	261	347	4,7	7,3	3,8	4,5
Total	7 193	8 359	10 259	3,8	5,3	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	1 019	1 008	995	-0,3	-0,3
Mises en chantier (unités)	2 438	2 513	3 781	0,8	10,8
Revenu disponible	16 799	18 187	21 077	2,0	3,8
Taux d'épargne (%)	7,2	-0,9	-2,3
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	42,8	46,0	48,7

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Alberta : période exceptionnelle pour les détaillants

Entre 2000 et 2004, les détaillants de l'Alberta ont affiché les meilleurs résultats au pays, leurs ventes augmentant au taux annuel moyen remarquable de 8,1 %.

Ce taux était considérablement supérieur à la moyenne nationale de 4,8 % et à la croissance de 5,8 % enregistrée au Manitoba, qui s'est classé au deuxième rang.

La croissance en Alberta a suivi la forte augmentation annuelle moyenne de 7,4 % enregistrée entre 1996 et 2000.

En 2004, les détaillants albertains ont vendu pour 43,4 milliards de dollars de biens et services, chiffre représentant 13 % des ventes au détail totales au Canada.

En 2004, les ventes au détail par habitant en Alberta, les plus élevées au pays, étaient supérieures de 25 % à la moyenne nationale. Le pouvoir d'achat des consommateurs en Alberta était aussi le plus élevé au pays. Après des années de gains solides sur le marché du travail, le revenu disponible par habitant a été de 16 % supérieur à la moyenne nationale en 2004. En outre, la proportion du revenu personnel disponible dépensé dans les magasins de détail a augmenté à l'un des rythmes les plus rapides au pays.

Six des huit secteurs de détail en Alberta ont affiché les taux de croissance les plus élevés au pays entre 2000 et 2004. Les ventes dans les secteurs de l'automobile, de l'alimentation, des marchandises diverses et des détaillants divers se sont classées en tête du peloton, suivies de celles dans les secteurs des matériaux de construction et des pharmacies.

Deux autres secteurs, soit l'habillement et l'alimentation, ont également affiché un taux de croissance égal à la moyenne nationale.

Le secteur de l'automobile représentait plus du tiers des ventes au détail totales

En 2004, les ventes du secteur de l'automobile ont atteint 15,8 milliards de dollars, représentant 35,5 % des ventes au détail de la province.

Les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 9,2 % entre 2000 et 2004. Cette croissance représentait 40 % de la croissance globale des ventes au détail dans la province durant cette période.

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves ont augmenté en moyenne de 6,8 % par an, soit plus du double du taux de croissance national de 2,8 % pour le secteur.

En 2000, les concessionnaires ont vendu en moyenne 58 automobiles neuves pour 1 000 habitants. En 2004, ce nombre était passé à 61. Les deux chiffres sont beaucoup plus élevés que les moyennes nationales de 52 en 2000 et de 49 en 2004.

Les concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de pièces ont connu des résultats encore meilleurs que les concessionnaires d'automobiles neuves. Entre 2000 et 2004, leurs ventes ont affiché un taux de croissance moyen exceptionnel de 20,6 % par an.

Les pressions s'exerçant pour remplacer les véhicules automobiles plus anciens étaient relativement élevées en Alberta. En 2000, la province comptait 745 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, comparativement à la moyenne nationale de 583. Le quart de ces véhicules avaient plus de 15 ans, comparativement à la moyenne nationale de 12 %.

Rôle important du secteur de l'alimentation

Entre 2000 et 2004, les ventes du secteur de l'alimentation ont augmenté à un taux annuel moyen de 7,2 %, taux de croissance sectorielle le plus élevé de toutes les provinces.

Cette croissance représentait le cinquième de la croissance globale des ventes au détail dans la province. Pour chaque 100 \$ dépensés par les consommateurs dans les magasins de détail en 2004, 23 \$ sont allés aux magasins d'alimentation.

La croissance démographique rapide a créé une forte demande dans le secteur de l'alimentation. Le niveau élevé de revenu disponible par habitant et la diversification des supermarchés qui ont ajouté des articles non alimentaires, comme des appareils électroniques, à leurs gammes de marchandises ont peut-être également joué un rôle déterminant dans la croissance rapide de ce secteur.

Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies, Alberta, 1996, 2000 et 2004

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	7 998	11 117	15 805	8,6	9,2	39,3	40,3
Meubles	1 982	2 648	3 439	7,5	6,8	8,4	6,8
Matériaux de construction	980	1 472	2 604	10,7	15,3	6,2	9,7
Alimentation	5 879	7 376	9 726	5,8	7,2	18,9	20,2
Pharmacies	1 276	1 448	2 027	3,2	8,8	2,2	5,0
Vêtements	1 731	2 144	2 332	5,5	2,1	5,2	1,6
Marchandises diverses	2 679	3 838	5 020	9,4	6,9	14,6	10,2
Détaillants divers	1 292	1 696	2 419	7,0	9,3	5,1	6,2
Total	23 816	31 738	43 372	7,4	8,1	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	2 775	3 005	3 202	2,0	1,6
Mises en chantier (unités)	16 665	26 266	36 270	12,0	8,4
Revenu disponible	51 359	67 790	86 081	7,2	6,2
Taux d'épargne (%)	4,6	4,5	4,4
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	46,4	46,8	50,4

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Colombie-Britannique : au troisième rang pour ce qui est de la croissance

Entre 2000 et 2004, le commerce de détail en Colombie-Britannique a crû à un taux annuel moyen de 5,3 %, la Colombie-Britannique se classant ainsi au troisième rang parmi les provinces.

Ce taux de croissance était le double de celui enregistré au cours de la période de quatre ans précédente. Entre 1996 et 2000, les ventes ont affiché une croissance léthargique, augmentant de 2,5 % par an en moyenne, de sorte que les détaillants de la Colombie-Britannique se sont classés au dernier rang à l'échelon national.

En 2004, les détaillants ont vendu pour plus de 47,2 milliards de dollars de biens et services, soit près de 14 % du total national.

Les taux de croissance ont augmenté dans cinq secteurs, soit ceux du meuble, des matériaux de construction, de l'alimentation, des pharmacies et des marchandises diverses, allant d'au-dessous de la moyenne sectorielle avant 2000 à au-dessus de la moyenne après 2000.

Entre 2000 et 2004, le secteur de l'alimentation a contribué le plus à la croissance du commerce de détail dans la province, soit 28 % du total.

Augmentation du revenu disponible et remontée de l'emploi

La croissance des ventes au détail a suivi l'augmentation du revenu disponible à la suite d'une hausse du marché du travail dans les secteurs de la construction, du commerce de détail et de l'exploitation forestière.

La confiance des consommateurs a augmenté, ces derniers réagissant positivement à des taux de financement et d'intérêt hypothécaire historiquement faibles.

Les dépenses des consommateurs dans les magasins de détail ont crû de 47 % du revenu disponible en 2000 à 50 % en 2004, l'un des taux de croissance les plus rapides au pays.

L'endettement des consommateurs a beaucoup augmenté, la province enregistrant un taux d'épargne fortement négatif entre 2000 et 2004. Le taux d'épargne de la Colombie-Britannique, soit l'épargne personnelle exprimée en pourcentage du revenu personnel disponible, était le plus faible de toutes les provinces.

Le secteur de l'alimentation : principal responsable de la croissance des ventes au détail dans la province

Près de 28 % de l'augmentation des ventes au détail dans la province entre 2000 et 2004 était attribuable au secteur de l'alimentation qui représentait 25 % des ventes au détail totales et dont le taux de croissance sectoriel était supérieur à la moyenne de 5,8 %. À la faveur d'un important accroissement de la population, les ventes du secteur de l'alimentation ont affiché l'un des taux d'augmentation les plus rapides au pays, inférieur seulement à celui de l'Alberta. Outre la demande croissante, des facteurs comme la diversification des supermarchés qui ont ajouté des articles non alimentaires tels des appareils électroniques et des produits de soins de santé à leurs gammes de marchandises expliquent peut-être la croissance rapide de ce secteur entre 2000 et 2004.

La vigueur du marché de l'habitation a trouvé un écho dans les secteurs du meuble et des matériaux de construction

Le marché de l'habitation en Colombie-Britannique a enfin repris de la vigueur en 2001, après trois années consécutives de baisse des mises en chantier.

Par conséquent, le secteur du meuble a connu un taux de croissance annuel moyen élevé, soit de 10,2 %, entre 2000 et 2004. En outre, le taux de croissance dans le secteur des matériaux de construction est passé de négatif en 2000 à positif en 2004. Il a augmenté en moyenne de 12,7 % par an, rebondissant après avoir été négatif au cours de la période de quatre ans précédente.

L'essor du marché de l'habitation a également stimulé les ventes au détail indirectement en créant plus d'emplois dans le secteur de la construction ainsi que dans les services connexes comme les finances, l'assurance, l'immobilier et la location et le commerce de détail.

Reprise du secteur de l'automobile

La croissance des ventes dans le secteur de l'automobile s'est accélérée entre 2000 et 2004. Durant cette période, les ventes ont augmenté au taux annuel moyen de 3,5 %, proche de la moyenne nationale de 3,6 % pour le secteur et légèrement plus élevé que celui de 2,5 % enregistré au cours de la période de quatre ans précédente.

Les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves, des concessionnaires de véhicules automobiles d'occasion et de pièces ainsi que des stations-service ont totalisé 15,4 milliards de dollars en 2004.

Ce gain était attribuable entre autres à l'augmentation du revenu disponible, à un marché relativement moins saturé et aux plus fortes pressions s'exerçant pour remplacer les voitures.

En 2000, la Colombie-Britannique comptait 582 véhicules automobiles immatriculés pour 1 000 habitants, proportion égale à la moyenne nationale.

Près de 18 % de ces véhicules avaient plus de 15 ans, proportion significativement supérieure à la moyenne nationale de 12 %, ce qui indique que des pressions croissantes s'exerçaient pour remplacer les véhicules automobiles plus anciens toujours en circulation.

**Ventes des secteurs de détail et variables socioéconomiques choisies,
Colombie-Britannique, 1996, 2000 et 2004**

	1996	2000	2004	Taux de croissance annuel composé		Contribution à la croissance des ventes de détail provinciales	
				1996 à 2000	2000 à 2004	1996 à 2000	2000 à 2004
				en millions de dollars (à moins d'avis contraire)			%
Secteurs de détail							
Automobile	12 158	13 433	15 431	2,5	3,5	34,8	22,8
Meubles	2 027	2 360	3 486	3,9	10,2	9,1	12,8
Matériaux de construction	2 066	1 709	2 761	-4,6	12,7	-9,8	11,9
Alimentation	8 802	9 672	12 097	2,4	5,8	23,8	27,6
Pharmacies	1 791	2 051	2 753	3,4	7,6	7,1	8,0
Vêtements	1 962	2 345	2 617	4,6	2,8	10,5	3,1
Marchandises diverses	3 572	4 176	5 117	4,0	5,2	16,5	10,7
Détaillants divers	2 394	2 689	2 954	2,9	2,4	8,0	3,0
Total	34 775	38 435	47 217	2,5	5,3	100,0	100,0
Variables socioéconomiques							
Population (milliers)	3 874	4 039	4 196	1,0	1,0
Mises en chantier (unités)	27 641	14 418	32 925	-15,0	22,9
Revenu disponible	70 595	81 901	93 840	3,8	3,5
Taux d'épargne (%)	0,5	-1,5	-7,9
Ventes au détail en pourcentage du revenu disponible (%)	49,3	46,9	50,3

... n'ayant pas lieu de figurer

Sources : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail et Comptes économiques provinciaux et territoriaux.

Sources des données

L'Enquête mensuelle sur le commerce de détail (EMCD) est conçue pour recueillir des renseignements sur les ventes et le nombre d'emplacements d'affaires selon la province ou le territoire auprès d'un échantillon de 12 000 détaillants. L'univers de l'EMCD est fondé sur le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord de 2002 (SCIAN 2002). Les estimations des ventes au détail n'incluent aucune forme de vente directe ne passant pas par un magasin de détail. Elles excluent, par exemple, le porte-à-porte. Les données utilisées aux fins de la présente étude ne sont pas désaisonnalisées.

Les indicateurs économiques provinciaux comme le revenu personnel disponible, le taux d'épargne, le PIB en dollars constants, l'emploi total, le taux de chômage, les unités mises en chantier, etc., sont tirés des **Comptes économiques provinciaux et territoriaux**, tableau 384-0013 (série 325) de CANSIM.

L'Enquête sur les ventes de véhicules automobiles neufs permet de recueillir des données sur les ventes au détail mensuelles (en dollars et en unités) de véhicules automobiles neufs au Canada. Cette enquête est un recensement de tous les fabricants et importateurs de véhicules automobiles dont on sait qu'ils mènent des activités au Canada.

Véhicules automobiles (immatriculations) fournit des statistiques sur les immatriculations de véhicules légers, de véhicules lourds (camions), d'autobus, de remorques et de véhicules hors route obtenues des administrations provinciales et territoriales. Les données proviennent des données administratives extraites des registres provinciaux et territoriaux des véhicules routiers. Cette étude s'appuie sur les données sur les véhicules légers et les véhicules lourds, celles sur les autobus, les remorques et les véhicules hors route étant exclues.

L'Enquête sur les véhicules au Canada (EVC) fournit des estimations trimestrielles et annuelles sur l'activité des véhicules par véhicules-kilomètres et passagers-kilomètres. Les véhicules dans le champ de l'EVC comprennent tous les véhicules motorisés, à l'exception des motocyclettes, des véhicules hors route (p. ex., motoneiges, motodunes, amphibies), des autobus et du matériel spécial (p. ex., grues, balayeuses mécaniques, chasse-neige et rétrocaveuses) immatriculés au Canada à n'importe quel moment durant la période de référence et qui n'ont pas été mis hors service ou envoyés à la récupération.

L'Enquête de 2002 sur les réparations et les rénovations effectuées par les propriétaires-occupants a permis de recueillir en mars 2003 auprès d'un échantillon de plus de 20 000 propriétaires-occupants des renseignements sur les dépenses effectuées en 2002 au titre des réparations et des rénovations de leurs logements.