

Le Quotidien

Statistique Canada

Le mardi 8 juillet 2014

Diffusé à 8 h 30, heure de l'Est

Communiqués

Indice des prix des entrées dans l'agriculture, premier trimestre de 2014 2

Coup d'œil sur le commerce de détail : ventes par commerce électronique, 2012 4

Nouveaux produits et études 8



Communiqués

Indice des prix des entrées dans l'agriculture, premier trimestre de 2014

Au premier trimestre, l'Indice des prix des entrées dans l'agriculture a augmenté de 3,8 % par rapport au trimestre précédent.

Bien que toutes les principales composantes aient été à la hausse, la production animale (+5,0 %) a contribué le plus à la progression de l'indice.

Au premier trimestre, l'indice a augmenté dans toutes les provinces, et l'Alberta (+5,4 %) a contribué le plus à la hausse nationale.

À l'échelle nationale, les prix des entrées dans l'agriculture se sont accrus de 3,7 % entre le premier trimestre de 2013 et le premier trimestre de 2014.

La production animale (+4,4 %) a contribué le plus au mouvement des prix d'une année à l'autre.

Par rapport au premier trimestre de 2013, l'indice a progressé dans toutes les provinces. L'Alberta (+6,5 %) a contribué le plus à la hausse.

Note aux lecteurs

Pour en savoir plus sur la méthodologie, consultez la section « Définitions, source de données et méthodes » en cliquant sur le numéro d'enquête 2305 figurant ci-dessous.

Tableau 1
Indice des prix des entrées dans l'agriculture, selon la catégorie, Canada – Données non désaisonnalisées

	Importance relative ¹	Premier trimestre de 2013 ^r	Quatrième trimestre de 2013 ^r	Premier trimestre de 2014 ^p	Quatrième trimestre de 2013 au premier trimestre de 2014	Premier trimestre de 2013 au premier trimestre de 2014
	%	(2002=100)			variation en %	
Total des entrées dans l'agriculture	100,00	147,4	147,2	152,8	3,8	3,7
Bâtiments	9,36	138,5	140,5	143,9	2,4	3,9
Machinerie et véhicules automobiles	19,27	150,1	153,5	160,5	4,6	6,9
Frais d'exploitation généraux	15,33	156,0	155,5	159,0	2,3	1,9
Production végétale	23,17	164,3	161,3	166,4	3,2	1,3
Production animale	32,88	132,6	131,8	138,4	5,0	4,4

^r révisé

^p provisoire

1. L'importance relative est basée sur une moyenne des valeurs de production de 2002 à 2005.

Tableau 2
Indice des prix des entrées dans l'agriculture, total, par région géographique – Données non désaisonnalisées

	Importance relative ¹	Premier trimestre de 2013 ^r	Quatrième trimestre de 2013 ^r	Premier trimestre de 2014 ^p	Quatrième trimestre de 2013 au premier trimestre de 2014	Premier trimestre de 2013 au premier trimestre de 2014
	%	(2002=100)			variation en %	
Canada	100,00	147,4	147,2	152,8	3,8	3,7
Est du Canada	44,21	143,7	142,5	146,5	2,8	1,9
Terre-Neuve-et-Labrador	0,23	145,3	146,7	149,8	2,1	3,1
Île-du-Prince-Édouard	0,99	136,5	136,1	137,5	1,0	0,7
Nouvelle-Écosse	1,15	141,6	141,2	144,7	2,5	2,2
Nouveau-Brunswick	1,13	144,5	142,6	146,2	2,5	1,2
Québec	16,24	139,7	140,4	142,6	1,6	2,1
Ontario	24,47	146,7	144,2	149,5	3,7	1,9
Ouest du Canada	55,79	150,2	151,0	157,7	4,4	5,0
Manitoba	9,96	149,0	148,5	153,5	3,4	3,0
Saskatchewan	16,14	162,5	161,7	170,3	5,3	4,8
Alberta	23,62	145,1	146,6	154,5	5,4	6,5
Colombie-Britannique	6,06	139,4	143,1	143,9	0,6	3,2

^r révisé

^p provisoire

1. L'importance relative est basée sur une moyenne des valeurs de production de 2002 à 2005.

Données offertes dans CANSIM : tableau 328-0015.

Définitions, source de données et méthodes : numéro d'enquête 2305.

Les données du deuxième trimestre pour l'Indice des prix des entrées dans l'agriculture seront diffusées le 9 septembre.

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

Coup d'œil sur le commerce de détail : ventes par commerce électronique, 2012

Les ventes des détaillants effectuées par la voie du commerce électronique ont atteint 7,7 milliards de dollars en 2012, en hausse par rapport aux 6,6 milliards de dollars enregistrés en 2011. Les ventes au détail par commerce électronique (+16,3 %) ont augmenté à un rythme plus de cinq fois supérieur à celui de la croissance globale du commerce de détail (+2,9 %). Les ventes au détail par commerce électronique ont représenté 1,5 % du total des ventes au détail en 2012.

Tableau 1
Ventes totales et ventes par commerce électronique

	2011	2012	2011 à 2012
	milliers de dollars		variation en %
Ventes totales	488 269 411	502 646 254	2,9
Ventes par commerce électronique	6 629 585	7 707 540	16,3

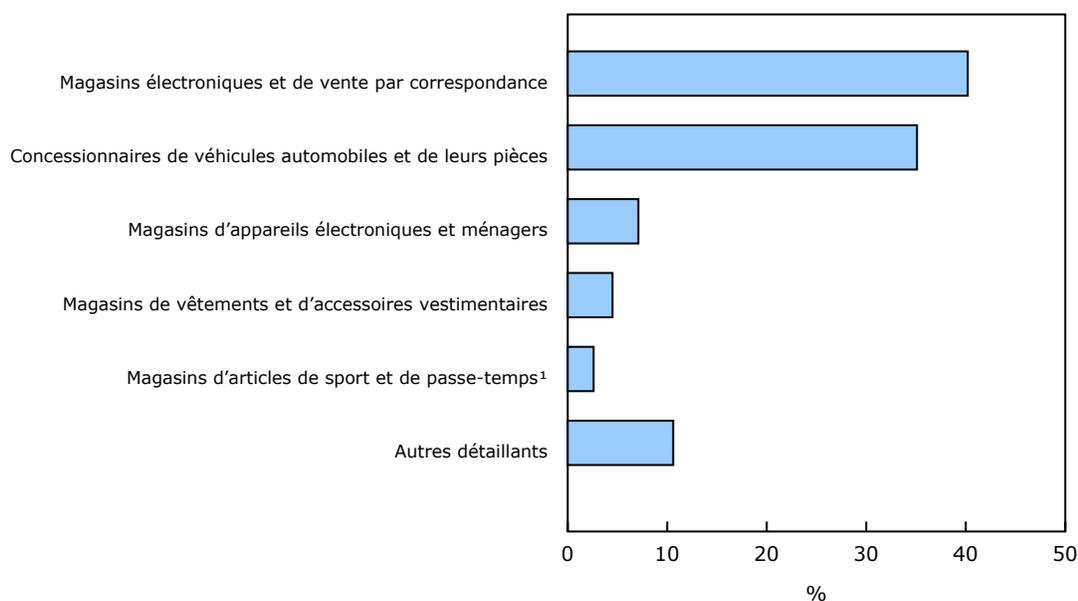
Les ventes au détail par commerce électronique sont définies comme étant l'achat ou l'engagement d'achat de biens ou de services par Internet. Les chiffres comprennent les ventes faites par les détaillants qui vendent à la fois dans des magasins et par l'entremise de leur site Web ainsi que celles effectuées par les détaillants qui exploitent leur entreprise sans présence physique. Les achats effectués par Internet auprès de détaillants et de sites non canadiens sont exclus. Les ventes par commerce électronique faites par des détaillants canadiens à des parties internationales sont incluses.

À fins de comparaison, les ventes au détail effectuées aux États-Unis par la voie du commerce électronique ont représenté 5,2 % des ventes au détail de ce pays en 2012.

Les ventes par commerce électronique sont effectuées principalement par les établissements de magasinage électronique et les concessionnaires de véhicules automobiles et de leurs pièces

Plus des trois quarts des ventes au détail par commerce électronique ont été attribuables aux entreprises de magasinage électronique et de vente par correspondance ainsi qu'aux concessionnaires de véhicules automobiles et de leurs pièces. La part des ventes au détail par commerce électronique qui revient aux entreprises de magasinage électronique et de vente par correspondance (les établissements qui vendent au détail des marchandises de tous genres à l'aide de la presse électronique et écrite) a augmenté pour passer de 38,6 % en 2011 à 40,6 % en 2012. Cette croissance s'est faite principalement au détriment des concessionnaires de véhicules automobiles et de leurs pièces, dont la part est passée de 36,5 % à 34,8 %.

Graphique 1 Ventes au détail par commerce électronique par type de magasin, 2012



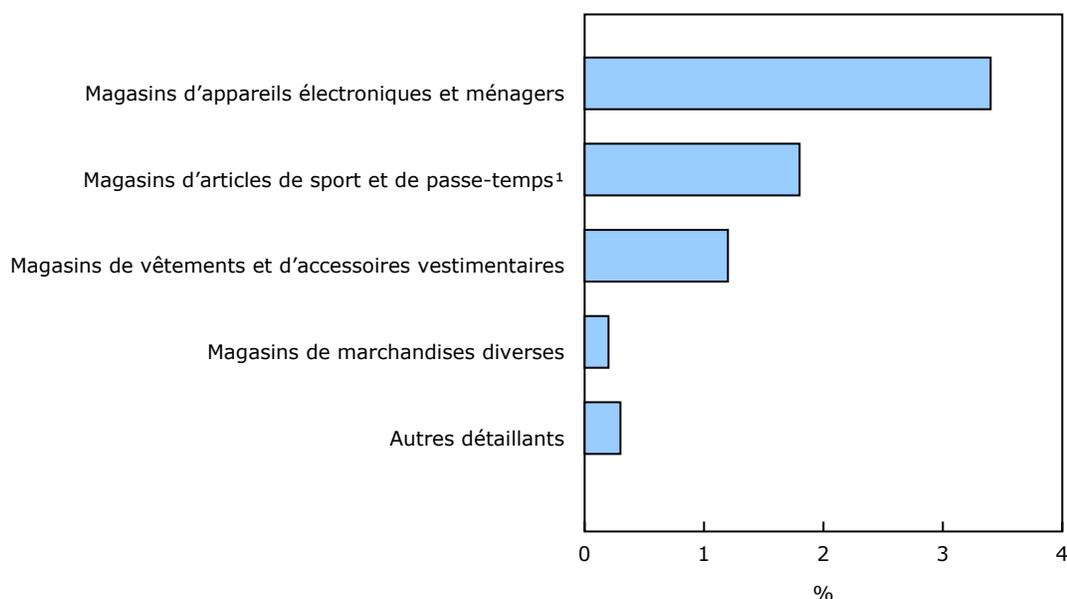
1. Comprend les magasins de musique et de livres.

Les ventes par commerce électronique augmentent chez les détaillants traditionnels

Les 25 % restants des ventes au détail par commerce électronique ont été attribuables aux établissements souvent considérés comme des détaillants traditionnels. Parmi ce groupe, les magasins d'appareils électroniques et ménagers (7,1 %) ont été à l'origine de la part la plus élevée des ventes au détail par commerce électronique en 2012. Les ventes par commerce électronique représentaient 3,4 % du total des ventes de ces magasins en 2012, en hausse de 15,0 % par rapport à l'année précédente.

Les ventes au détail par commerce électronique effectuées par les magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires représentaient 4,5 % du total des ventes au détail par commerce électronique. Les ventes au détail par commerce électronique effectuées par les marchands de vêtements et d'accessoires vestimentaires ont augmenté de 9,9 % de 2011 à 2012, ce qui représente 1,2 % du total de leurs ventes.

Graphique 2 Commerce électronique en proportion du total des ventes au détail (certains sous-secteurs), 2012



1. Comprend les magasins de musique et de livres.

Note aux lecteurs

Les données sur lesquelles se fonde le présent article proviennent de l'Enquête annuelle sur le commerce de détail et de l'Enquête annuelle sur le commerce de détail hors magasin et sont accessibles dans le tableau de CANSIM 080-0026. Le présent communiqué est diffusé dans le cadre de la série « Coup d'œil sur le commerce de détail », dont la dernière diffusion est parue dans *Le Quotidien* du 23 septembre 2013.

D'autres programmes d'enquêtes de Statistique Canada permettent d'obtenir une perspective plus générale du commerce électronique au Canada. L'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet (ETNUI) recueille des données sur les ventes par commerce électronique effectuées par des entreprises canadiennes pour l'ensemble de l'économie et produit des macrodonnées sur le commerce électronique. En 2012, selon les données de l'ETNUI, les ventes en ligne faites par des entreprises canadiennes du secteur du commerce de détail (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord 44-45) s'établissaient à 13,4 milliards de dollars. Ce chiffre comprend les ventes en ligne aux consommateurs et aux entreprises dans n'importe quel pays et diffère de ceux fournis par les enquêtes sur le commerce de détail parce que l'ETNUI est réalisée au niveau de l'entreprise. Une entreprise peut être classée dans le secteur du commerce de détail même si les établissements qui en font partie appartiennent effectivement à un autre secteur, tel que celui du commerce de gros ou de la fabrication.

L'Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet produit des estimations par capita sur les types de produits qu'achètent les Canadiens par la voie du commerce électronique et sur la valeur de ces achats. En 2012, les Canadiens ont dépensé 18,9 milliards de dollars en ligne. Cette estimation englobe les achats par capita faits par les Canadiens de n'importe quel type d'article dans n'importe quel pays, y compris ceux qui ne sont pas inclus dans les ventes au détail, comme les services de préparation de voyages ou les billets pour des activités de divertissement. Cette approche pluridimensionnelle de la collecte des données donne une perspective plus générale du paysage du commerce électronique au Canada.

Définitions, source de données et méthodes : numéros d'enquête 2447 et 2448.

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

Nouveaux produits et études

Nouveaux produits

Permis de bâtir, mai 2014, vol. 58, n° 5
Numéro au catalogue 64-001-X (HTML | PDF)

Nouvelles études

La revue canadienne de productivité : « La révision des comptes de productivité multifactorielle », n° 35
Numéro au catalogue 15-206-X2014035 (HTML | PDF)



Bulletin officiel de diffusion des données de Statistique Canada

Numéro au catalogue 11-001-X.

Publié tous les jours ouvrables par la Division des communications, Statistique Canada, Immeuble R.-H.-Coats, 10^e étage, section G, 100 promenade Tunney's Pasture, Ottawa, Ontario K1A 0T6.

Pour consulter *Le Quotidien* sur Internet ou pour s'y abonner, visitez notre site Web à l'adresse : <http://www.statcan.gc.ca>.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. © Ministre de l'Industrie, 2014. Tous droits réservés. L'utilisation de la présente publication est assujettie aux modalités de l'entente de [licence ouverte de Statistique Canada](#) :

<http://www.statcan.gc.ca/reference/copyright-droit-auteur-fra.htm>