

N° 11-621-M au catalogue  
ISSN 1707-0511  
ISBN 978-0-660-67999-0

Analyse en bref

## Analyse du commerce interprovincial au Canada, troisième trimestre de 2023

par Jessica Bossé, Shivani Sood, Robert Fair, et Chris Johnston

Date de diffusion : le 5 octobre 2023



Statistique  
Canada

Statistics  
Canada

Canada

---

## Comment obtenir d'autres renseignements

Pour toute demande de renseignements au sujet de ce produit ou sur l'ensemble des données et des services de Statistique Canada, visiter notre site Web à [www.statcan.gc.ca](http://www.statcan.gc.ca).

Vous pouvez également communiquer avec nous par :

**Courriel** à [infostats@statcan.gc.ca](mailto:infostats@statcan.gc.ca)

**Téléphone** entre 8 h 30 et 16 h 30 du lundi au vendredi aux numéros suivants :

- |   |                |
|---|----------------|
| • Service de renseignements statistiques                                    | 1-800-263-1136 |
| • Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants | 1-800-363-7629 |
| • Télécopieur   | 1-514-283-9350 |

## Normes de service à la clientèle

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

## Note de reconnaissance

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

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de l'Industrie, 2023

Tous droits réservés. L'utilisation de la présente publication est assujettie aux modalités de l'[entente de licence ouverte](#) de Statistique Canada.

Une [version HTML](#) est aussi disponible.

*This publication is also available in English.*

---

## Table des matières

<b>La probabilité de faire du commerce interprovincial varie selon le secteur, la taille et l'emplacement de l'entreprise.....</b>	<b>4</b>
<b>Le coût et la disponibilité du transport constituent le principal obstacle pour les entreprises qui font du commerce interprovincial .....</b>	<b>6</b>
<b>La majorité des entreprises ne font pas de commerce interprovincial en raison du caractère local de l'entreprise et du manque d'intérêt.....</b>	<b>7</b>
<b>Méthodologie.....</b>	<b>9</b>
<b>Bibliographie.....</b>	<b>9</b>

# Analyse du commerce interprovincial au Canada, troisième trimestre de 2023

par Jessica Bossé, Shivani Sood, Robert Fair, et Chris Johnston

En juillet 2017, l'Accord de libre-échange canadien (ALEC) est entré en vigueur. L'objectif principal de l'ALEC est de réduire et d'éliminer, dans la mesure du possible, les obstacles à la libre circulation de la main d'œuvre, des biens, des services et des investissements à l'intérieur du Canada et d'établir un marché intérieur ouvert, efficace et stable<sup>1</sup>. Le commerce interprovincial représente environ un cinquième du produit intérieur brut annuel du pays<sup>2</sup>. Malgré la mise en œuvre de cet accord, on observe toujours des obstacles qui entravent la capacité des entreprises à faire circuler des biens ou des services d'un secteur de compétence canadien à l'autre.

Du début de juillet jusqu'au début d'août 2023, Statistique Canada a mené l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises afin de recueillir des renseignements sur l'environnement dans lequel les entreprises évoluent actuellement et sur leurs attentes concernant leur avenir. Cette version de l'enquête a permis de recueillir des données auprès des entreprises au Canada qui ont vendu ou acheté des biens ou des services au-delà des frontières provinciales et territoriales et sur les obstacles auxquels elles ont fait face lors de leur commerce interprovincial. Les raisons pour lesquelles les entreprises décident de ne pas acheter ou vendre des biens ou des services au-delà des frontières provinciales et territoriales ont également été recueillies dans cette version de l'enquête. Les principaux résultats figurent dans le présent article.

En général, la probabilité que les entreprises aient fait du commerce interprovincial au cours des 12 derniers mois diffère selon les caractéristiques des entreprises, comme le secteur, le nombre d'employés et l'emplacement. Parmi les entreprises ayant fait du commerce interprovincial, le coût et la disponibilité du transport représentaient le principal obstacle rencontré. Parallèlement, parmi les entreprises qui n'ont pas acheté ou vendu de biens ou de services au-delà des frontières provinciales ou territoriales au cours des 12 derniers mois, la nature locale de l'entreprise et le manque d'intérêt ont été déclarés comme les principales raisons pour lesquelles les entreprises ne se sont pas livrées au commerce interprovincial.

## La probabilité de faire du commerce interprovincial varie selon le secteur, la taille et l'emplacement de l'entreprise

Même si près d'une entreprise sur quatre a acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs (24,9 %) ou a vendu des biens ou des services à des clients (22,0 %) dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois, la probabilité qu'une entreprise mène des activités commerciales interprovinciales variait selon le secteur et le nombre d'employés. Plus de trois entreprises sur cinq du commerce de gros (62,2 %) ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire, suivies d'un peu plus de la moitié (51,0 %) des entreprises du secteur de la fabrication et de plus de deux entreprises du commerce de détail sur cinq (42,0 %). Les entreprises du commerce de gros (63,0 %) et du secteur de la fabrication (46,7 %) étaient également les plus susceptibles d'avoir vendu des biens ou des services à des clients dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois, suivies de 39,5 % des entreprises du secteur de l'information et de la culture.

**Tableau 1.1**

**Cinq principales industries dans lesquelles les entreprises ont effectué des achats de biens ou de services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois, troisième trimestre de 2023**

Industrie	Achat de biens ou de services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire
	pourcentage des entreprises
Commerce de gros	62,2
Fabrication	51,0
Commerce de détail	42,0
Industrie de l'information et industrie culturelle	36,4
Arts, spectacles et loisirs	29,6

Source : Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0695-01).

1. Gouvernement du Canada. 2022. [Accord de libre-échange canadien](#).

2. Accord de libre-échange canadien. 2023. [Accord de libre-échange canadien – Canadian Free Trade Agreement | Accord de libre-échange canadien \(cfta-alec.ca\)](#).

**Tableau 1.2**

**Cinq principales industries dans lesquelles les entreprises ont effectué des ventes de biens ou de services à des clients dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois, troisième trimestre de 2023**

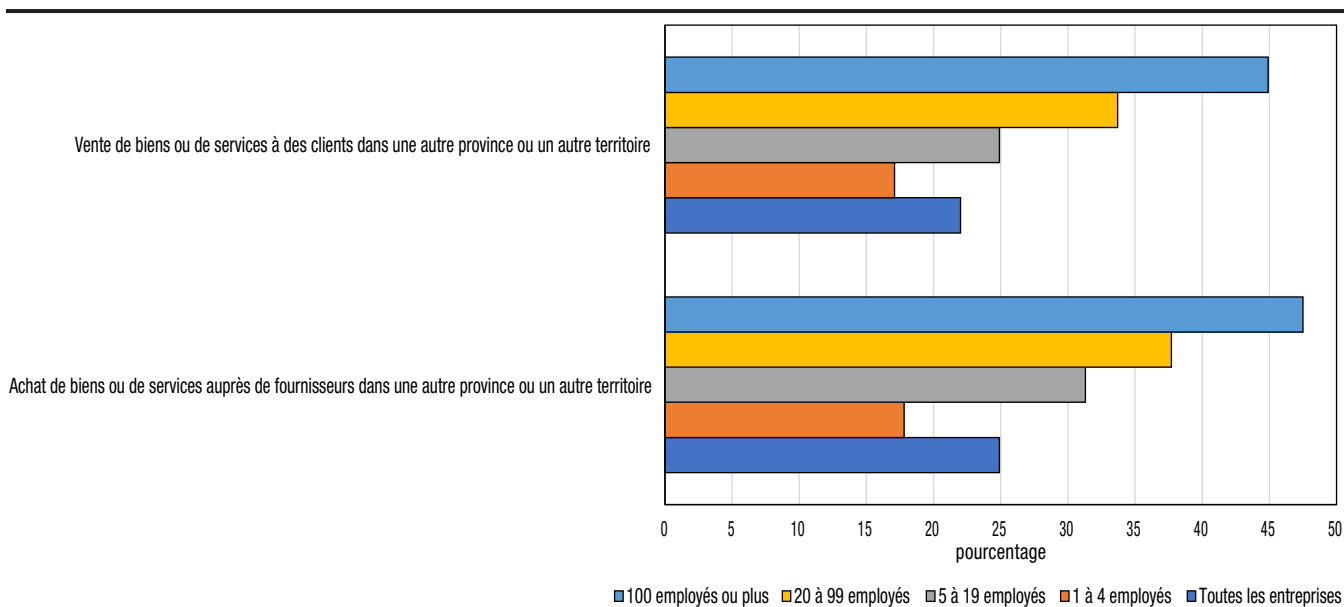
Industrie	Vente de biens ou de services à des clients dans une autre province ou un autre territoire
	pourcentage des entreprises
Commerce de gros	63,0
Fabrication	46,7
Industrie de l'information et industrie culturelle	39,5
Services professionnels, scientifiques et techniques	31,5
Transport et entreposage	30,8

Source : Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0695-01).

Plus l'entreprise était grande, plus elle était susceptible d'effectuer des activités commerciales interprovinciales. Près de la moitié (47,5 %) des entreprises comptant 100 employés ou plus ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un territoire au cours des 12 derniers mois, comparativement à moins d'une entreprise sur cinq (17,8 %) comptant de 1 à 4 employés. Des tendances semblables sont observées pour les entreprises qui ont vendu des biens ou des services à des clients dans une autre province ou un territoire au cours de la même période, les entreprises comptant 100 employés ou plus (44,9 %) étant plus susceptibles de le faire que les entreprises comptant de 1 à 4 employés (17,1 %).

**Graphique 1**

**Proportion des entreprises qui ont effectué des activités commerciales interprovinciales au Canada au cours des 12 derniers mois, selon la taille de l'entreprise, troisième trimestre de 2023**



Source : Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0695-01).

La probabilité que des entreprises aient effectué des activités commerciales interprovinciales au cours des 12 derniers mois différait également selon l'emplacement. Les entreprises des Territoires du Nord Ouest (28,9 %) et du Nouveau-Brunswick (27,8 %) étaient les plus susceptibles de vendre des biens ou des services à des clients dans une autre province ou un autre territoire, tandis que celles du Nunavut (18,2 %) et de Terre-Neuve-et-Labrador (17,7 %) étaient les moins susceptibles de le faire. En raison de la nature de leurs économies respectives, les territoires et les petites provinces dépendaient davantage de l'achat de biens ou de services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire comparativement aux provinces plus grandes. Par exemple, près de la moitié des entreprises des Territoires du Nord-Ouest (51,0 %) et du Nunavut (50,5 %) ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un territoire, comparativement à près d'une entreprise sur cinq au Québec (21,7 %) et en Ontario (20,6 %) ayant déclaré la même chose.

**Tableau 2**

**Proportion des entreprises qui ont effectué des activités commerciales interprovinciales au Canada au cours des 12 derniers mois, selon la province, troisième trimestre de 2023**

	Achat de biens ou de services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire	Vente de biens ou de services à des clients dans une autre province ou un autre territoire
	pourcentage des entreprises	
<b>Canada</b>	<b>24,9</b>	<b>22,0</b>
Terre-Neuve-et-Labrador	32,4	17,7
Île-du-Prince-Édouard	42,1	25,3
Nouvelle-Écosse	38,4	25,6
Nouveau-Brunswick	33,8	27,8
Québec	21,7	18,4
Ontario	20,6	21,6
Manitoba	34,1	25,8
Saskatchewan	34,8	25,6
Alberta	27,3	24,8
Colombie-Britannique	29,0	22,6
Yukon	41,3	21,5
Territoires du Nord-Ouest	51,0	28,9
Nunavut	50,5	18,2

Source : Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0695-01).

## Le coût et la disponibilité du transport constituent le principal obstacle pour les entreprises qui font du commerce interprovincial

Parmi les entreprises qui ont vendu des biens ou des services à des clients ou qui ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois, plus de la moitié (52,1 %) ont déclaré avoir fait face à des obstacles. Plus de deux entreprises sur cinq (41,3 %) ont cité le coût et la disponibilité du transport comme défi, qui étaient de loin l'obstacle le plus couramment mentionné, suivi de la distance entre le point d'origine et la destination, qui a été déclarée par 10,9 % des entreprises. En fait, le coût et la disponibilité du transport constituaient l'obstacle le plus souvent rencontré par les entreprises faisant du commerce interprovincial de toutes les industries, avec plus de la moitié des entreprises de la construction (57,6 %), de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (53,3 %), du commerce de détail (52,6 %) et du commerce de gros (51,8 %) ayant été confrontées à ce défi au cours des 12 derniers mois. En revanche, près de la moitié (47,9 %) de toutes les entreprises ont déclaré n'avoir rencontré aucun obstacle lors de leurs activités commerciales interprovinciales.

Parmi les entreprises qui ont déclaré que le coût et la disponibilité du transport avaient été un obstacle lors de leurs activités commerciales interprovinciales au cours des 12 derniers mois, le quart (25,4 %) ont indiqué qu'il s'agissait d'un obstacle majeur. Parallèlement, plus d'une entreprise sur quatre (26,5 %) l'a décrit comme un obstacle mineur et près de la moitié (46,1 %) l'a décrit comme un obstacle moyen.

Les entreprises comptant 100 employés ou plus (35,6 %) étaient moins susceptibles que l'ensemble des entreprises (41,3 %) d'avoir rencontré le coût et la disponibilité du transport comme un obstacle lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales au cours des 12 derniers mois. Parallèlement, les entreprises comptant de 5 à 19 employés (45,0 %) étaient les plus susceptibles de déclarer cet obstacle, suivies des entreprises comptant de 20 à 99 employés (43,6 %) et de celles comptant de 1 à 4 employés (37,8 %).

Si l'on regarde le niveau d'incidence des défis liés au coût et à la disponibilité du transport sur la capacité des entreprises à mener des activités commerciales interprovinciales, près de trois entreprises sur quatre (71,5 %) ont déclaré qu'il s'agissait d'un obstacle majeur ou moyen. Les entreprises comptant de 1 à 4 employés (74,1 %) étaient les plus susceptibles de mentionner que le coût et la disponibilité du transport étaient un obstacle majeur ou moyen. En revanche, les entreprises comptant de 20 à 99 employés (64,5 %) étaient les moins susceptibles de déclarer que ce défi avait une incidence majeure ou modérée sur leur capacité à acheter ou à vendre des biens ou des services au-delà des frontières provinciales et territoriales.

**Tableau 3**  
**Niveau d'incidence du coût et de la disponibilité du transport sur la capacité des entreprises à mener des activités commerciales interprovinciales au cours des 12 derniers mois, selon la taille de l'entreprise, troisième trimestre de 2023**

	Incidence majeure	Incidence modérée	Incidence mineure	Aucune incidence
	pourcentage des entreprises			
Toutes les entreprises	25,4	46,1	26,5	2,0
1 à 4 employés	25,8	48,3	22,3	3,6
5 à 19 employés	24,2	47,8	26,9	1,0
20 à 99 employés	28,4	36,1	34,9	0,7
100 employés ou plus	16,8	53,7	27,7	1,9

**Note :** On a demandé aux répondants si l'entreprise ou l'organisme avait vendu des biens ou des services à des clients ou acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. S'ils ont déclaré avoir vendu ou acheté des biens ou des services, on leur a demandé quels obstacles ils avaient rencontrés lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services à l'échelle interprovinciale et interterritoriale. Si le répondant a déclaré au moins un obstacle, à l'exception de « La distance entre le point d'origine et la destination », il lui était demandé de déclarer le niveau d'impact de chacun des obstacles.

**Source :** Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0697-01).

## La majorité des entreprises ne font pas de commerce interprovincial en raison du caractère local de l'entreprise et du manque d'intérêt

Parmi les entreprises canadiennes, près de deux entreprises sur trois (65,2 %) n'ont pas acheté ou vendu de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales au cours des 12 derniers mois. Les trois cinquièmes (59,7 %) de ces entreprises ont déclaré que le caractère local de l'entreprise était la raison pour laquelle elles n'ont mené aucune activité commerciale interprovinciale. Les entreprises du secteur des soins de santé et de l'assistance sociale (70,3 %) étaient les plus susceptibles de déclarer le caractère local de leur entreprise comme raison de ne pas avoir acheté ou vendu de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales, suivies de celles des secteurs de la fabrication (69,3 %), de la finance et des assurances (63,8 %), des arts, spectacles et loisirs (63,1 %) et des services d'hébergement et de restauration (63,0 %).

De plus, près d'une entreprise sur trois (31,7 %) a cité le manque d'intérêt comme raison de ne pas mener d'activités commerciales interprovinciales. Les entreprises des secteurs des services professionnels, scientifiques et techniques (37,9 %), de la construction (36,8 %) et du transport et de l'entreposage (34,4 %) étaient les plus susceptibles de déclarer un manque d'intérêt à l'égard de l'achat ou de la vente de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales.

**Tableau 4****Proportion d'entreprises qui ont déclaré le caractère local de l'entreprise ou le manque d'intérêt comme raison de ne pas mener d'activités commerciales interprovinciales, selon l'industrie, troisième trimestre de 2023**

Industrie	Caractère local de l'entreprise	Manque d'intérêt à l'égard de l'achat ou de la vente de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales
	pourcentage des entreprises	
<b>Toutes les entreprises</b>	<b>59,7</b>	<b>31,7</b>
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	57,7	30,2
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	50,1	29,9
Construction	57,9	36,8
Fabrication	69,3	16,2
Commerce de gros	57,2	27,9
Commerce de détail	54,9	30,9
Transport et entreposage	51,0	34,4
Industrie de l'information et industrie culturelle	61,3	32,2
Finance et assurances	63,8	31,2
Services immobiliers et services de location et de location à bail	60,7	29,3
Services professionnels, scientifiques et techniques	53,4	37,9
Services administratifs, services de soutien, services de gestion des déchets et services d'assainissement	60,4	31,8
Soins de santé et assistance sociale	70,3	25,7
Arts, spectacles et loisirs	63,1	27,9
Services d'hébergement et de restauration	63,0	31,3
Autres services (sauf les administrations publiques)	60,7	29,6

**Note :** On a demandé aux répondants si l'entreprise ou l'organisme avait vendu des biens ou des services à des clients dans une autre province ou un autre territoire ou acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. S'ils ont déclaré que leur entreprise ne l'a pas fait, on leur a demandé la raison pour laquelle elle ne l'a pas fait.

**Source :** Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0698-01).

De plus, les entreprises comptant de 20 à 99 employés (70,0 %) et celles comptant 100 employés ou plus (66,9 %) étaient plus susceptibles de déclarer le caractère local de leur entreprise comme raison de ne pas avoir mené d'activités commerciales interprovinciales au cours des 12 derniers mois. En revanche, les petites entreprises étaient plus susceptibles de déclarer un manque d'intérêt à l'égard de l'achat ou de la vente au-delà des frontières provinciales et territoriales, avec près d'un tiers des entreprises comptant de 1 à 4 employés (33,9 %) et des entreprises comptant de 5 à 19 employés (29,4 %) ayant invoqué cette raison.

**Tableau 5****Proportion d'entreprises qui ont déclaré le caractère local de l'entreprise ou le manque d'intérêt comme raison de ne pas mener d'activités commerciales interprovinciales, selon la taille de l'entreprise, troisième trimestre de 2023**

Taille de l'entreprise	Caractère local de l'entreprise	Manque d'intérêt à l'égard de l'achat ou de la vente de biens ou de services au-delà des frontières provinciales et territoriales
	pourcentage des entreprises	
<b>Toutes les entreprises</b>	<b>59,7</b>	<b>31,7</b>
1 à 4 employés	57,7	33,9
5 à 19 employés	60,7	29,4
20 à 99 employés	70,0	24,7
100 employés ou plus	66,9	25,3

**Note :** On a demandé aux répondants si l'entreprise ou l'organisme avait vendu des biens ou des services à des clients dans une autre province ou un autre territoire ou acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. S'ils ont déclaré que leur entreprise ne l'a pas fait, on leur a demandé la raison pour laquelle elle ne l'a pas fait.

**Source :** Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023 (tableau 33-10-0698-01).



## **Méthodologie**

Du 4 juillet au 8 août 2023, des représentants d'entreprises de partout au Canada ont été invités à remplir un questionnaire en ligne sur la situation des entreprises et les attentes de ces dernières pour l'avenir. L'Enquête canadienne sur la situation des entreprises utilise un échantillon aléatoire stratifié d'établissements commerciaux comptant des employés. Les données sont disponibles à l'échelle nationale, provinciale et territoriale, selon le secteur d'activité, la taille de l'effectif, le type d'entreprise et le propriétaire majoritaire. L'estimation des proportions se fait à l'aide de poids calibrés afin de calculer les totaux de population dans les domaines d'intérêt. La taille totale de l'échantillon pour ce cycle de l'enquête est de 30 634 et les résultats sont fondés sur les réponses d'un total de 15 224 entreprises ou organismes.

## **Bibliographie**

Statistique Canada. 2023. Enquête canadienne sur la situation des entreprises, troisième trimestre de 2023.