

N° 11-621-M au catalogue
ISSN 1707-0511
ISBN 978-0-660-98579-4

Analyse en bref

Analyse du commerce interprovincial au Canada, 2023 et 2024

par Jessica Bossé, Robert Fair et Chris Johnston

Date de diffusion : le 17 avril 2026



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.

Vous pouvez également communiquer avec nous par :

Courriel à 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 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 la ministre responsable de Statistique Canada

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, représenté par la ministre de l'Industrie, 2026

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

Introduction.....	4
Les entreprises du commerce de gros et de la fabrication sont plus susceptibles de faire des achats et des ventes au-delà des frontières provinciales et territoriales	4
Les entreprises situées dans les territoires et à l'Île-du-Prince-Édouard sont plus susceptibles de faire des achats à l'échelle interprovinciale.....	5
Moins de 1 entreprise sur 3 dans chaque province et territoire a effectué des ventes à l'échelle interprovinciale	6
Entreprises ayant transporté des biens d'une province à l'autre	7
Les entreprises situées dans les territoires étaient plus susceptibles d'effectuer des achats auprès des provinces voisines, tandis que les entreprises des provinces atlantiques étaient plus susceptibles de réaliser des achats auprès de l'Ontario.....	8
Les entreprises sont plus susceptibles de vendre des biens ou des services à des clients dans les provinces voisines	10
Près de 1 entreprise sur 3 a rencontré un obstacle lors de l'achat ou de la vente interprovinciale	11
Le coût du transport est le principal obstacle tant pour les entreprises effectuant du commerce interprovincial que pour celles qui font du commerce international	12
Les entreprises au Canada qui font du commerce international participent également au commerce interprovincial.....	14
Les entreprises situées dans les territoires dépendent davantage des fournisseurs interprovinciaux.....	14
Les entreprises du commerce de gros et de la fabrication sont plus susceptibles d'acheter à la fois auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux.....	15
Les entreprises sont plus susceptibles de vendre à l'échelle interprovinciale, mais pas à l'échelle internationale	17
Conclusion	18
Méthodologie	19
Bibliographie.....	19

Analyse du commerce interprovincial au Canada, 2023 et 2024

par Jessica Bossé, Robert Fair et Chris Johnston

Introduction

L'élimination des obstacles au commerce interprovincial a longtemps été un sujet d'intérêt pour tous les ordres de gouvernement au Canada. Bien que l'[Accord de libre-échange canadien](#) ait pour principal objectif d'atténuer de tels obstacles et de faciliter le mouvement des biens et services au Canada, certains défis demeurent pour les entreprises dans l'ensemble du pays depuis le lancement de l'accord en 2017¹. Bien que des biens et services d'une valeur de 527 milliards de dollars circulent chaque année entre les provinces et les territoires, ce qui représente 17 % du produit intérieur brut du Canada², on estime que l'élimination de tous les obstacles au commerce interprovincial pourrait, au fil du temps, accroître le PIB d'un montant allant de 92 milliards jusqu'à 200 milliards de dollars³.

Dans le cadre du [Plan d'action fédéral pour renforcer le commerce intérieur](#), Statistique Canada a mené l'[Enquête canadienne sur le commerce interprovincial \(ECCI\)](#) en partenariat avec le Bureau du Conseil privé, du 18 juin 2024 au 15 octobre 2024, afin de mieux comprendre les activités commerciales interprovinciales des entreprises. Des entreprises des secteurs plus susceptibles de faire du commerce au-delà des frontières provinciales et territoriales ont été sondées. L'ECCI a permis de recueillir des renseignements sur les entreprises ayant des activités d'achat, de vente et de transport de biens et services au-delà des frontières provinciales et territoriales, ainsi que sur les obstacles qu'elles ont rencontrés lors de leurs activités de commerce interprovincial. Des renseignements sur les obstacles rencontrés par les entreprises qui ont mené des activités de commerce international ont également été recueillis. Dans le cadre de l'enquête, les renseignements sur les volumes de commerce interprovincial n'étaient pas recueillis. Les données recueillies ont été utilisées dans le [Carrefour canadien de données et d'information sur le commerce intérieur](#), de même que d'autres données connexes sur le commerce interprovincial.

Le présent article donne un aperçu des résultats et décrit l'état du commerce interprovincial au Canada au cours des 12 mois précédant l'enquête. Il met en évidence les caractéristiques des entreprises qui font du commerce interprovincial, y compris leur structure industrielle et l'emplacement de leurs fournisseurs et de leurs clients; il porte sur les obstacles rencontrés par les entreprises lors de l'achat ou de la vente à l'échelle interprovinciale par rapport à ceux mentionnés lors du commerce à l'échelle internationale, et il fournit des renseignements sur la proportion d'entreprises qui font à la fois du commerce interprovincial et international.

Les entreprises du commerce de gros et de la fabrication sont plus susceptibles de faire des achats et des ventes au-delà des frontières provinciales et territoriales

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, plus de 2 entreprises au Canada sur 5 (41,0 %) ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire, tandis que plus de 1 entreprise sur 4 (26,9 %) a vendu des biens ou des services à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire. Les entreprises du commerce de gros étaient les plus susceptibles d'acheter (63,9 %) et de vendre (61,9 %) des biens ou des services à l'échelle interprovinciale, suivies par les entreprises de la fabrication (56,4 % et 50,8 % respectivement).

1. Gouvernement du Canada (2023). [Accord de libre-échange canadien](#).

2. Statistique Canada. 2025. [Produit intérieur brut, en termes de dépenses, provinciaux et territoriaux, annuel](#).

3. Manucha, Ryan, et Trevor Tombe. 2022. [Liberalizing Internal Trade Through Mutual Recognition: A Legal and Economic Analysis](#). Macdonald-Laurier Institute.

Tableau 1
Proportion des entreprises ayant acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs interprovinciaux au cours des 12 derniers mois, par secteur

	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
	pourcent	
Tous les secteurs	41,0	26,9
Commerce de gros	63,9	61,9
Fabrication	56,4	50,8
Industrie de l'information et industrie culturelle	52,9	46,1
Commerce de détail	50,7	25,7
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	46,9	27,6
Services professionnels, scientifiques et techniques	41,7	44,8
Autres services: Réparation et entretien, et Services personnels et services de blanchissage	38,4	13,2
Transport et entreposage	32,4	22,3
Finance et assurances	29,2	35,1
Construction	28,7	12,1
Soins de santé et assistance sociale	27,2	3,3
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	25,0	18,6

Note : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0941-01).

Les entreprises situées dans les territoires et à l'Île-du-Prince-Édouard sont plus susceptibles de faire des achats à l'échelle interprovinciale

Les entreprises situées dans les territoires (le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut) étaient les plus susceptibles d'avoir acheté auprès de fournisseurs situés dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 mois précédant l'enquête. Plus des trois quarts des entreprises au Nunavut (77,0 %) ont acheté auprès de fournisseurs interprovinciaux, suivies de 67,3 % de celles du Yukon et de 65,8 % des entreprises des Territoires du Nord-Ouest.

Après les territoires, les entreprises de l'Île-du-Prince-Édouard (64,3 %) étaient les plus susceptibles d'acheter auprès de fournisseurs interprovinciaux. En fait, les entreprises de cette province étaient plus susceptibles d'acheter à l'échelle interprovinciale par rapport à la moyenne nationale dans presque tous les secteurs. Par exemple, 86,4 % des entreprises manufacturières de l'Île-du-Prince-Édouard ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs d'une autre province ou d'un autre territoire, comparativement à 56,4 % à l'échelle nationale. Une tendance similaire peut être observée dans toutes les provinces atlantiques, illustrant ainsi l'importance du commerce interprovincial dans cette région.

Tableau 2
Proportion des entreprises des provinces atlantiques qui ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs inter provinciaux au cours des 12 derniers mois, par secteur

	Achat de biens ou de services auprès de fournisseurs inter provinciaux				
	Canada	Île-du-Prince-Édouard	Terre-Neuve-et-Labrador	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick
	pourcent				
Tous les secteurs	41,0	64,3	56,5	53,8	50,6
Commerce de gros	63,9	79,5	77,8	78,8	62,7
Fabrication	56,4	86,4	60,6	72,5	86,2
Industrie de l'information et industrie culturelle	52,9	55,0	83,2	64,4	65,6
Commerce de détail	50,7	81,6	67,9	56,9	65,6
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	46,9	..	72,9	67,7	16,9
Services professionnels, scientifiques et techniques	41,7	69,8	54,0	53,9	52,4
Autres services: Réparation et entretien, et Services personnels et services de blanchissage	38,4	72,8	60,2	58,9	55,9
Transport et entreposage	32,4	60,1	36,1	41,5	38,8
Finance et assurances	29,2	38,9	29,0	34,1	32,2
Construction	28,7	49,9	38,1	47,5	46,9
Soins de santé et assistance sociale	27,2	38,8	50,2	44,8	31,1
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	25,0	56,0	57,4	36,2	33,9

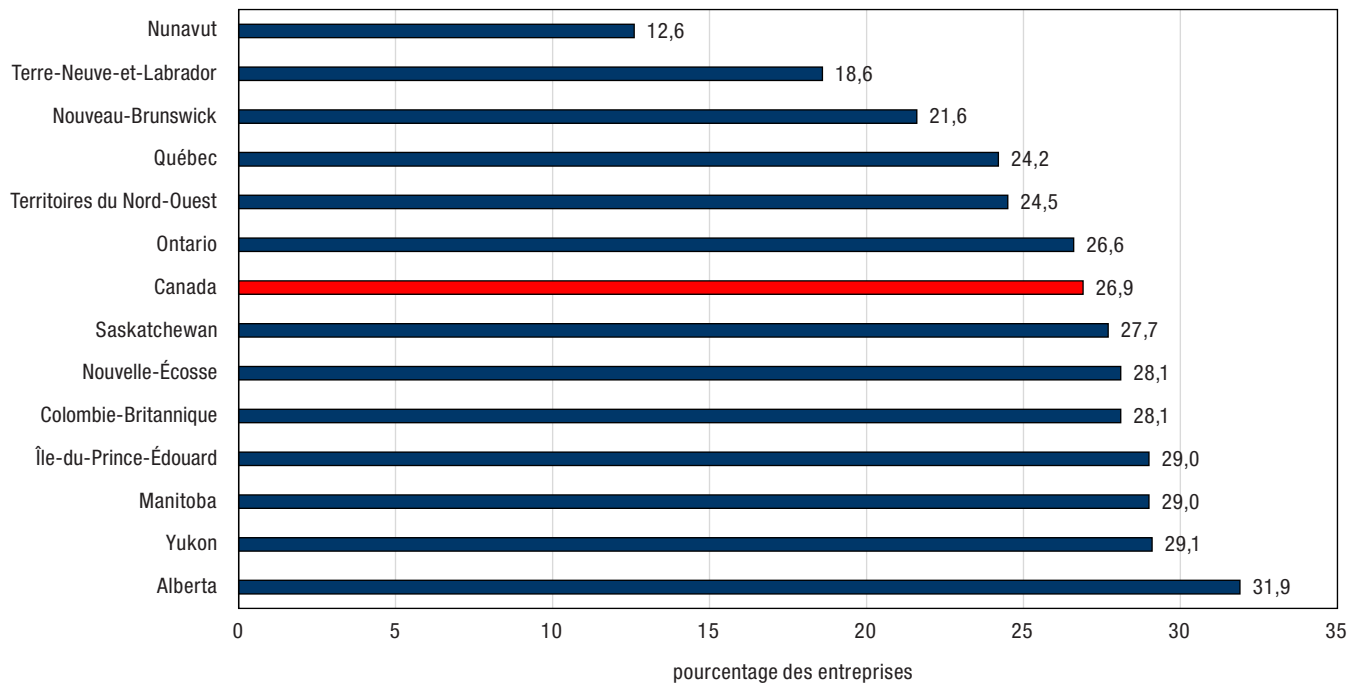
.. indisponible pour une période de référence précise
Note : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales inter provinciales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0941-01).

Moins de 1 entreprise sur 3 dans chaque province et territoire a effectué des ventes à l'échelle interprovinciale

Au cours de la même période, la plupart des provinces et territoires ont affiché peu d'écart dans la part des entreprises qui ont vendu des biens ou des services à l'échelle interprovinciale. Près de 1 entreprise sur 3 en Alberta (31,9 %) a effectué des ventes à des clients inter provinciaux, suivie de près par les entreprises du Yukon (29,1 %), du Manitoba (29,0 %) et de l'Île-du-Prince-Édouard (29,0 %). Toutefois, moins de 1 entreprise sur 5 au Nunavut (12,6 %) et à Terre-Neuve-et-Labrador (18,6 %) a vendu des biens ou des services à des clients au-delà des frontières provinciales ou territoriales.

Graphique 1

Proportion des entreprises qui ont vendu des biens ou des services à des clients interprovinciaux au cours des 12 derniers mois, par province et territoire



Note : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0941-01).

Entreprises ayant transporté des biens d'une province à l'autre

L'ECCL a également permis de recueillir des renseignements sur les entreprises qui ont directement transporté des biens d'une province ou d'un territoire à un autre au cours des 12 mois précédant l'enquête. Cela inclut les entreprises du secteur du transport et de l'entreposage ainsi que les entreprises d'autres secteurs, qui avaient leur propre flotte de camions, de trains, de navires ou d'avions pour transporter des biens d'une province ou d'un territoire à un autre. Toutefois, cela exclut les entreprises qui ont engagé une société tierce pour transporter leurs biens.

Moins de 1 entreprise sur 10 (7,1 %) a transporté des biens au-delà des frontières provinciales ou territoriales et la grande majorité d'entre elles (92,4 %) ont utilisé le transport routier comme principal mode de transport. Les entreprises du Manitoba (12,5 %) et des Territoires du Nord-Ouest (12,1 %) étaient les plus susceptibles de transporter à l'échelle interprovinciale par rapport aux entreprises d'autres provinces ou territoires. À l'échelle nationale, les biens étaient le plus souvent transportés vers le Québec (41,1 %), suivi de l'Ontario (38,0 %), de l'Alberta (37,5 %) et de la Colombie-Britannique (36,0 %).

Bien que près de 1 entreprise du secteur du transport et de l'entreposage sur 3 (32,4 %) ait transporté des biens d'une province ou d'un territoire à un autre, les entreprises du secteur du commerce de gros (20,1 %) étaient également parmi les plus susceptibles de transporter des biens à l'échelle interprovinciale.

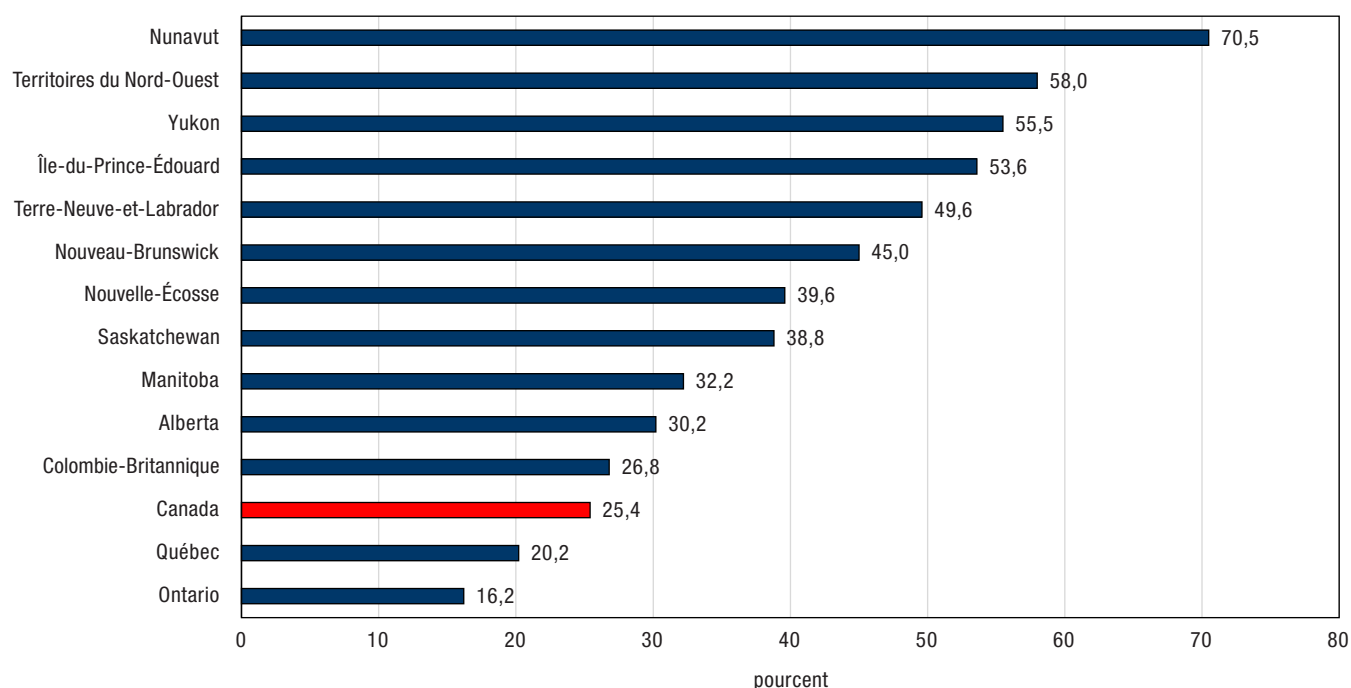
Les entreprises situées dans les territoires étaient plus susceptibles d'effectuer des achats auprès des provinces voisines, tandis que les entreprises des provinces atlantiques étaient plus susceptibles de réaliser des achats auprès de l'Ontario

Les entreprises qui ont déclaré avoir acheté d'une autre province ou d'un autre territoire au cours des 12 mois précédant l'enquête ont ensuite été sondées sur la proportion de biens ou de services achetés à l'échelle interprovinciale et sur l'emplacement de leurs fournisseurs. L'analyse présentée dans cette section s'applique aux 41,0 % des entreprises qui ont effectué des achats au-delà des frontières provinciales ou territoriales au cours de cette période.

En moyenne, les entreprises ont acheté un quart (25,4 %) de leurs biens ou services dans une autre province ou un autre territoire. Plus de la moitié des entreprises ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs situés en Ontario (53,7 %), ce qui en fait l'un des endroits les plus populaires d'où les entreprises ont acheté dans toutes les provinces et tous les territoires. Les entreprises ont également souvent acheté du Québec (37,3 %), de la Colombie-Britannique (31,3 %) et de l'Alberta (29,0 %).

Graphique 2

Proportion moyenne de biens ou de services achetés auprès de fournisseurs interprovinciaux au cours des 12 derniers mois, par province et territoire



Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer le pourcentage du total des achats de biens ou de services de l'entreprise auprès de fournisseurs d'une autre province ou d'un autre territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de préciser le pourcentage du total des achats de biens ou de services qui ont été achetés auprès de fournisseurs d'une autre province ou d'un autre territoire au Canada. On a demandé aux répondants d'indiquer leur pourcentage d'achats, mais ils ont pu indiquer la valeur monétaire des achats, les quantités achetées ou le volume acheté.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0942-01).

Les entreprises dans les territoires affichaient la plus haute proportion moyenne de biens et services achetés auprès de fournisseurs interprovinciaux, particulièrement les entreprises du Nunavut (70,5 %). Les emplacements les plus courants pour ces fournisseurs étaient au Manitoba (62,9 %) et en Ontario (62,3 %) : plus de 3 fournisseurs sur 5 avaient acheté des biens ou des services auprès d'eux.

De plus, les entreprises des Territoires du Nord-Ouest (58,0 %) et du Yukon (55,5 %) ont acheté plus de la moitié de leurs biens et services auprès de fournisseurs situés dans une autre province ou un autre territoire. Presque toutes les entreprises des Territoires du Nord-Ouest ont acheté auprès de fournisseurs en Alberta (90,9 %). Plus de 3 entreprises sur 4 au Yukon ont acheté des biens ou des services de l'Alberta (79,7 %) et de la Colombie-Britannique (77,4 %).

Les entreprises des provinces atlantiques comptaient également sur l'achat auprès de fournisseurs d'une autre province ou d'un autre territoire. La proportion moyenne des biens et services totaux achetés à l'échelle interprovinciale allait de 53,6 % à l'Île-du-Prince-Édouard à 39,6 % en Nouvelle-Écosse. En règle générale, les entreprises des provinces atlantiques achetaient le plus souvent auprès de fournisseurs de l'Ontario, suivis de fournisseurs du Québec. Toutefois, une tendance différente a été observée pour les entreprises de l'Île-du-Prince-Édouard qui ont acheté à l'échelle interprovinciale. Ces entreprises achetaient le plus souvent auprès de fournisseurs du Nouveau-Brunswick (65,2 %), suivi de l'Ontario (63,7 %) et de la Nouvelle-Écosse (55,1 %).

Tableau 3

Emplacement des fournisseurs interprovinciaux auprès desquels les entreprises ont acheté des biens ou des services au cours des 12 derniers mois, par province et territoire

	Emplacement des fournisseurs						
	Terre-Neuve-et-Labrador	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	Québec	Ontario	Manitoba
Emplacement des entreprises qui achètent	pourcentage des entreprises						
Canada	3,5	3,3	9,2	9,5	37,3	53,7	14,4
Terre-Neuve-et-Labrador	...	6,4	38,9	26,2	46,8	82,9	4,3
Île-du-Prince-Édouard	8,0	...	55,1	65,2	41,5	63,7	4,8
Nouvelle-Écosse	8,8	13,3	...	48,0	49,0	77,3	6,4
Nouveau-Brunswick	4,0	16,4	46,9	...	53,5	68,8	4,9
Québec	2,9	2,3	6,8	11,4	...	98,1	6,2
Ontario	5,4	3,9	10,2	11,0	71,8	...	20,3
Manitoba	2,0	1,5	5,0	3,3	25,4	75,2	...
Saskatchewan	1,2	1,1	2,7	1,8	25,2	56,1	35,7
Alberta	2,9	2,5	7,6	4,7	26,4	67,0	19,2
Colombie-Britannique	1,5	1,4	5,5	3,1	27,6	70,9	11,1
Yukon	3,7	0,9	5,4	3,1	13,3	44,7	13,8
Territoires du Nord-Ouest	2,7	0,0	2,7	0,7	10,5	28,8	16,9
Nunavut	8,1	1,3	2,7	7,1	40,6	62,3	62,9

Emplacement des entreprises qui achètent	Emplacement des fournisseurs					
	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Yukon	Territoires du Nord-Ouest	Nunavut
	pourcentage des entreprises					
Canada	12,4	29,0	31,3	0,6	0,8	0,6
Terre-Neuve-et-Labrador	6,1	19,7	25,0	0,2	0,2	0,4
Île-du-Prince-Édouard	3,5	14,2	14,6	0,7	0,1	0,2
Nouvelle-Écosse	3,2	12,9	20,5	0,8	0,6	0,6
Nouveau-Brunswick	2,6	12,8	16,9	0,2	0,1	0,1
Québec	2,9	13,3	21,0	0,3	0,8	1,2
Ontario	11,9	32,6	40,7	0,3	0,4	0,6
Manitoba	36,5	45,6	36,6	1,1	1,2	0,8
Saskatchewan	...	68,1	37,9	1,2	1,5	1,2
Alberta	30,2	...	64,7	0,4	1,5	0,0
Colombie-Britannique	9,7	55,3	...	1,2	0,8	0,5
Yukon	12,5	79,7	77,4	...	5,3	2,9
Territoires du Nord-Ouest	6,4	90,9	37,9	10,1	...	2,7
Nunavut	2,6	22,4	12,0	2,2	7,9	...

... n'ayant pas lieu de figurer

Notes : Les données présentées dans ce tableau indiquent le pourcentage d'entreprises dans chaque province et territoire qui ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs situés dans d'autres provinces et territoires.

Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les provinces ou les territoires dans lesquels l'entreprise a acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs à l'extérieur de la province ou du territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de préciser les provinces ou les territoires où l'entreprise a acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0943-01).

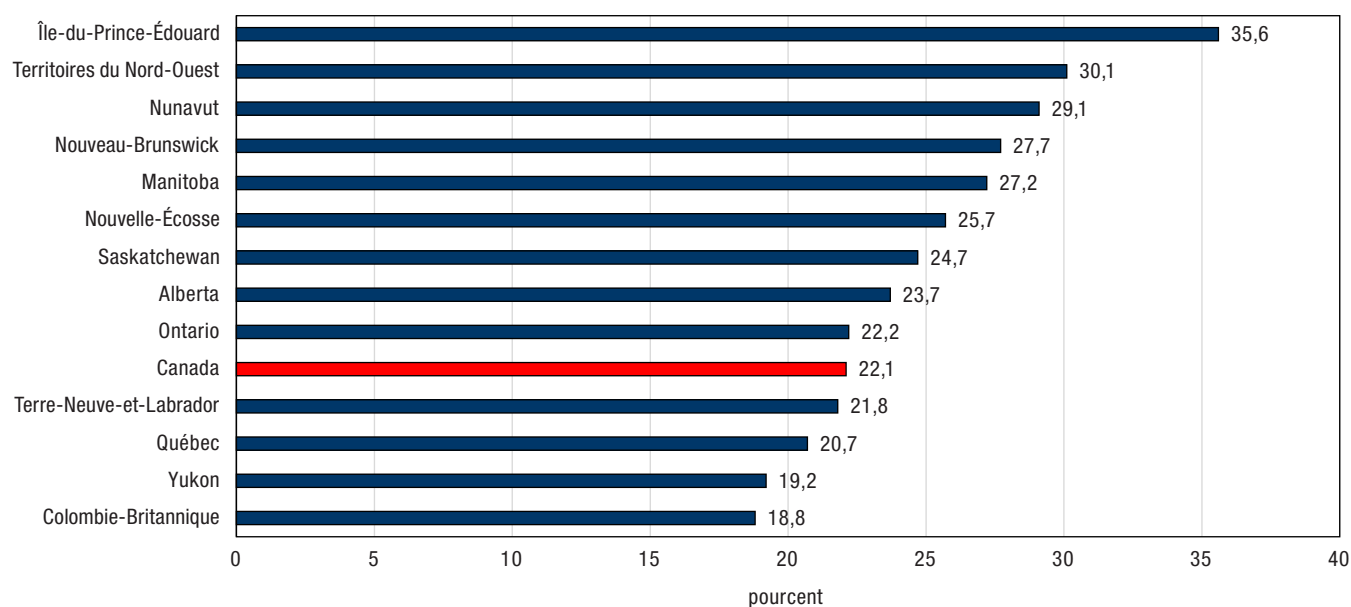
Les entreprises sont plus susceptibles de vendre des biens ou des services à des clients dans les provinces voisines

Les entreprises qui ont déclaré avoir vendu à une autre province ou à un autre territoire au cours des 12 mois précédant l'enquête ont ensuite été interrogées sur la proportion de biens ou de services vendus à l'échelle interprovinciale ainsi que sur l'emplacement de leurs clients. Tout comme à la section précédente, l'analyse présentée ici s'applique aux 26,9 % des entreprises qui ont vendu au-delà des frontières provinciales ou territoriales pendant cette période.

Au cours de la même période, les entreprises ont vendu en moyenne 22,1 % de leurs biens ou services à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire. Ces clients comprennent à la fois des individus et d'autres entreprises. Plus de 2 entreprises sur 5 ont vendu des biens et des services à des clients en Alberta (45,7 %), en Colombie-Britannique (45,1 %) et en Ontario (42,8 %).

Graphique 3

Proportion moyenne de biens ou de services vendus à des clients interprovinciaux au cours des 12 derniers mois, par province et territoire



Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer le pourcentage du total des ventes de biens ou de services de l'entreprise à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a vendu des biens ou des services à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de préciser le pourcentage du total des ventes de biens ou de services qui ont été vendus à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire au Canada. On a demandé aux répondants d'indiquer leur pourcentage de ventes, mais ils ont pu indiquer la valeur monétaire des ventes, les quantités vendues ou le volume vendu.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0946-01).

En règle générale, les entreprises ont vendu des biens ou des services à des clients situés dans les provinces et territoires voisins. Par exemple, les entreprises dans la plupart des provinces atlantiques étaient plus susceptibles de réaliser des ventes entre elles. Près de 3 entreprises sur 4 en Nouvelle-Écosse (74,5 %) ont vendu des biens ou des services à des clients situés au Nouveau-Brunswick, et 72,8 % des entreprises de l'Île-du-Prince-Édouard et du Nouveau-Brunswick ont enregistré des ventes auprès de clients de la Nouvelle-Écosse. Par ailleurs, les entreprises situées à Terre-Neuve-et-Labrador étaient plus susceptibles d'effectuer des ventes auprès de clients de l'Ontario (65,5 %).

Tableau 4

Emplacement des clients interprovinciaux où les entreprises ont vendu des biens ou des services au cours des 12 derniers mois, par province et territoire

Emplacement des entreprises qui vendent	Emplacement des clients						
	Terre-Neuve-et-Labrador	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	Québec	Ontario	Manitoba
	pourcentage des entreprises						
Canada	20,9	18,5	30,4	29,3	37,8	42,8	34,4
Terre-Neuve-et-Labrador	...	21,1	59,0	44,6	46,8	65,5	22,5
Île-du-Prince-Édouard	30,8	...	72,8	70,3	43,2	53,5	15,0
Nouvelle-Écosse	48,9	52,4	...	74,5	38,6	50,1	17,5
Nouveau-Brunswick	32,8	51,3	72,8	...	47,7	49,6	12,4
Québec	17,6	16,4	28,8	39,3	...	89,5	24,3
Ontario	27,9	20,9	41,1	32,5	67,0	...	42,3
Manitoba	15,4	12,1	20,3	20,6	27,6	74,1	...
Saskatchewan	11,4	12,6	14,8	15,0	25,0	39,0	63,8
Alberta	11,0	8,4	16,1	14,7	23,0	47,3	35,3
Colombie-Britannique	17,4	18,7	25,7	22,2	38,2	63,6	37,4
Yukon	15,5	17,3	20,5	20,5	29,5	28,7	18,6
Territoires du Nord-Ouest	8,6	6,6	8,6	8,6	11,8	35,5	13,2
Nunavut	13,7	8,2	8,2	8,2	29,8	78,4	51,2

Emplacement des entreprises qui vendent	Emplacement des clients					
	Saskatchewan	Alberta	Colombie-Britannique	Yukon	Territoires du Nord-Ouest	Nunavut
	pourcentage des entreprises					
Canada	35,3	45,7	45,1	10,6	10,2	8,8
Terre-Neuve-et-Labrador	17,6	37,2	29,4	11,6	17,0	19,2
Île-du-Prince-Édouard	14,4	24,1	27,1	6,4	5,8	3,4
Nouvelle-Écosse	17,6	27,0	27,6	6,2	6,5	5,2
Nouveau-Brunswick	14,7	18,9	20,4	4,6	4,2	4,5
Québec	22,1	32,3	38,6	6,3	6,3	8,0
Ontario	30,7	51,7	57,9	9,7	9,5	10,4
Manitoba	70,9	55,6	45,6	9,5	9,1	8,9
Saskatchewan	...	80,7	44,5	10,0	12,8	7,2
Alberta	64,8	...	80,8	9,8	11,5	5,6
Colombie-Britannique	41,2	87,7	...	20,2	16,3	9,9
Yukon	18,4	49,6	79,0	...	29,9	9,1
Territoires du Nord-Ouest	17,7	64,0	35,2	25,3	...	55,0
Nunavut	34,0	37,2	37,2	5,6	27,6	...

... n'ayant pas lieu de figurer

Notes : Les données présentées dans ce tableau indiquent le pourcentage d'entreprises dans chaque province et territoire qui ont vendu des biens ou des services à des clients situés dans d'autres provinces et territoires.

Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les provinces ou les territoires dans lesquels l'entreprise a vendu des biens ou des services à des clients situés à l'extérieur de la province ou du territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a vendu des biens ou des services à des clients situés dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de préciser les provinces ou les territoires où l'entreprise a vendu des biens ou des services à des clients. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023 (Tableau 33-10-0947-01).

Près de 1 entreprise sur 3 a rencontré un obstacle lors de l'achat ou de la vente interprovinciale

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, près d'un tiers des entreprises au Canada (29,8 %) ont rencontré au moins un obstacle lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services au-delà des frontières provinciales ou territoriales. Les entreprises du secteur de l'agriculture, de la foresterie, de la pêche et de la chasse (40,4 %) et du commerce de détail (39,3 %) étaient plus susceptibles d'avoir rencontré au moins un obstacle lors de l'achat ou de la vente au-delà des frontières interprovinciales.

Tableau 5**Proportion des entreprises ayant rencontré au moins un obstacle lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services à l'échelle interprovinciale au cours des 12 derniers mois, par secteur**

	Au moins un obstacle rencontré lors de l'achat ou de la vente à l'échelle interprovinciale	Au moins un obstacle rencontré lors de l'achat à l'échelle interprovinciale	Au moins un obstacle rencontré lors de la vente à l'échelle interprovinciale
	pourcent		
Tous les secteurs	29,8	35,7	33,8
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	40,4	45,3	45,6
Commerce de détail	39,3	43,5	45,5
Commerce de gros	34,6	40,2	41,2
Fabrication	31,8	40,7	38,8
Autres services: Réparation et entretien, et Services personnels et services de blanchissage	31,4	36,5	30,7
Transport et entreposage	28,3	35,9	32,6
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	27,6	32,6	33,1
Construction	24,9	31,4	21,9
Soins de santé et assistance sociale	23,6	26,6	26,3
Services professionnels, scientifiques et techniques	17,7	23,2	19,4
Industrie de l'information et industrie culturelle	17,0	24,6	20,0
Finance et assurances	12,9	18,4	19,5

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de déclarer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Près de 2 entreprises sur 3 au Yukon (64,4 %) ont rencontré au moins un obstacle lors de l'achat auprès de fournisseurs interprovinciaux, suivies de plus de la moitié des entreprises de Terre-Neuve-et-Labrador (53,8 %), des Territoires du Nord-Ouest (53,2 %) et au Nunavut (52,5 %).

Pendant ce temps, parmi les entreprises qui ont vendu des biens ou des services à des clients interprovinciaux, les entreprises du Nunavut (62,2 %) étaient plus susceptibles de rencontrer au moins un obstacle, suivies par celles de Terre-Neuve-et-Labrador (42,8 %) et de l'Île-du-Prince-Édouard (42,7 %).

Le coût du transport est le principal obstacle tant pour les entreprises effectuant du commerce interprovincial que pour celles qui font du commerce international

Parmi les entreprises qui ont rencontré des obstacles lors de la réalisation de commerce interprovincial, l'obstacle le plus souvent rapporté était le coût de transport, évoqué par 29,2 % des entreprises, qui ont acheté ou vendu des biens ou des services à l'échelle interprovinciale.

Les entreprises dans les provinces et territoires plus éloignés étaient plus susceptibles de déclarer le coût du transport comme un obstacle lors de l'achat ou de la vente à l'échelle interprovinciale. Près de 3 entreprises sur 5 au Yukon (58,1 %) ont constaté que le coût du transport était un défi, suivies de celles de Terre-Neuve-et-Labrador (45,8 %), des Territoires du Nord-Ouest (45,7 %) et du Nunavut (42,6 %).

Tableau 6

Proportion des entreprises ayant déclaré le coût du transport comme un obstacle lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services à l'échelle interprovinciale au cours des 12 derniers mois, par province et territoire

	Coût du transport déclaré comme obstacle		
	Lors de l'achat ou de la vente à l'échelle interprovinciale	Lors de l'achat à l'échelle interprovinciale	Lors de la vente à l'échelle interprovinciale
	pourcent		
Canada	29,2	27,4	23,2
Yukon	58,1	60,5	20,5
Terre-Neuve-et-Labrador	45,8	45,8	31,9
Territoires du Nord-Ouest	45,7	45,7	27,7
Nunavut	42,6	43,2	33,8
Île-du-Prince-Édouard	34,2	33,2	32,6
Colombie-Britannique	33,9	32,7	28,7
Nouvelle-Écosse	33,0	30,1	26,4
Alberta	32,9	31,5	21,8
Saskatchewan	32,8	32,9	21,3
Manitoba	31,9	31,3	24,5
Ontario	27,0	23,5	24,0
Nouveau-Brunswick	25,6	24,2	22,6
Québec	21,7	20,0	17,4

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de déclarer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

De plus, parmi les 47,9 % des entreprises qui ont rencontré au moins un obstacle lors de l'achat ou de la vente à l'échelle internationale, le coût de transport était également le plus souvent cité (36,8 %). D'autres obstacles couramment sélectionnés par les entreprises qui ont acheté ou vendu à l'échelle internationale incluent les fluctuations de devises (20,6 %) et les taxes ou droits élevés (18,0 %).

Tableau 7

Les cinq principaux obstacles rencontrés par les entreprises lors de l'achat ou de la vente de biens ou de services dans un autre pays au cours des 12 derniers mois

Obstacle	Obstacle rencontré lors de l'achat auprès de fournisseurs internationaux ou de la vente à des clients interprovinciaux	Obstacle rencontré lors de l'achat auprès de fournisseurs internationaux	Obstacle rencontré lors de la vente à des clients internationaux
	pourcent		
1	Le coût du transport (36,8 %)	Le coût du transport (37,6 %)	Le coût du transport (28,4 %)
2	Change de devises (20,6 %)	Change de devises (20,7 %)	Change de devises (11,1 %)
3	Les taxes ou droits sont trop élevés (18,0 %)	Les taxes ou droits sont trop élevés (18,2 %)	Trop de paperasse à remplir (10,6 %)
4	La distance entre le point d'origine et la destination (14,3 %)	La distance entre le point d'origine et la destination (14,1 %)	La distance entre le point d'origine et la destination (10,0 %)
5	Le délai entre la passation et la réception des commandes (12,3 %)	Le délai entre la passation et la réception des commandes (12,5 %)	Les taxes ou droits sont trop élevés (8,6 %)

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

On a demandé aux répondants si l'entreprise a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada au cours des 12 derniers mois. S'ils ont indiqué que c'était le cas, on leur a demandé de déclarer les obstacles rencontrés par l'entreprise lorsqu'elle a acheté ou vendu des biens ou des services dans une autre province ou un autre territoire au Canada. Les répondants pouvaient choisir plusieurs catégories de réponses.

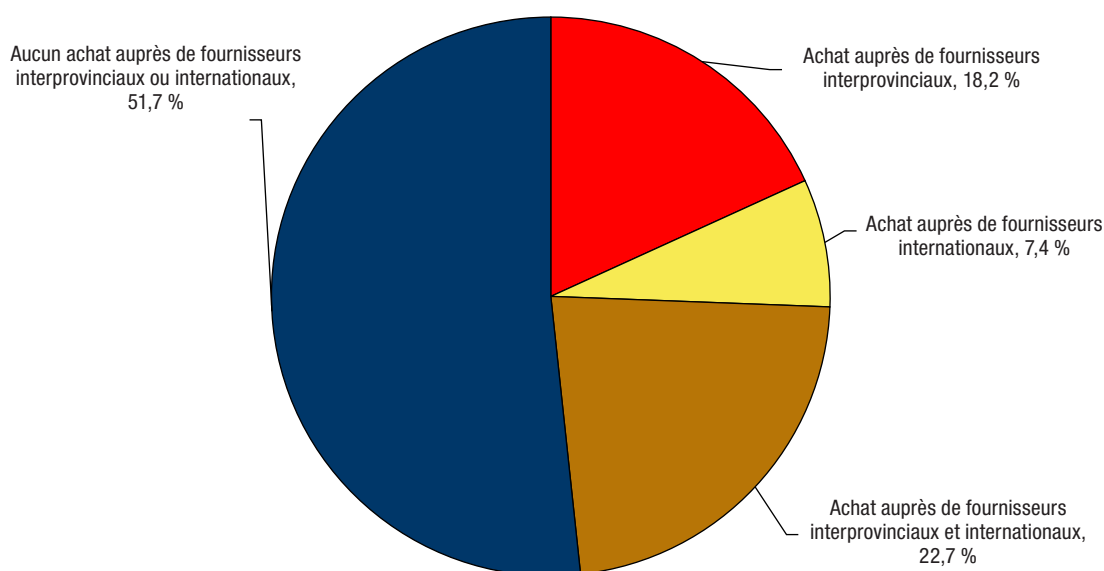
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Les entreprises au Canada qui font du commerce international participent également au commerce interprovincial

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, plus de 1 entreprise sur 5 (22,7 %) a acheté à la fois auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux, suivie de 18,2 % qui ont acheté à l'échelle interprovinciale, mais pas à l'échelle internationale, ce qui laisse relativement peu d'entreprises qui ont acheté à l'échelle internationale, mais pas à l'échelle interprovinciale (7,4 %). D'autre part, plus de la moitié des entreprises (51,7 %) au Canada n'ont pas acheté de biens ou de services auprès de fournisseurs situés dans une autre province, un autre territoire ou un autre pays.

Graphique 4

Répartition des fournisseurs auprès desquels les entreprises ont acheté des biens ou des services au cours des 12 derniers mois



Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Les entreprises situées dans les territoires dépendent davantage des fournisseurs interprovinciaux

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, 48,3 % des entreprises ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs situés à l'extérieur de la province ou du territoire dans lequel elles exercent leurs activités, que ce soit à l'échelle interprovinciale ou internationale.

Les entreprises situées dans les territoires étaient les plus susceptibles d'acheter à l'extérieur de leur juridiction respective, probablement en raison de leur emplacement géographique. Elles étaient plus susceptibles d'acheter auprès de fournisseurs interprovinciaux, mais pas internationaux et étaient les plus susceptibles de le faire que toutes les provinces (62,0 % au Nunavut; 46,9 % dans les Territoires du Nord-Ouest; 42,5 % au Yukon).

Parallèlement, parmi les entreprises qui ont acheté à la fois auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux, celles situées en Colombie-Britannique (29,4 %) et en Alberta (29,0 %) étaient les plus susceptibles de le faire.

De plus, les entreprises au Québec (60,9 %) et en Ontario (55,0 %) étaient les plus susceptibles d'acheter des biens ou des services auprès de fournisseurs locaux.

Tableau 8

Proportion des entreprises qui ont acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux au cours des 12 derniers mois, par province et territoire

	Aucun achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux mais pas internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs internationaux mais pas interprovinciaux
		pourcent		
Canada	51,7	22,7	18,2	7,4
Québec	60,9	17,1	16,2	5,8
Ontario	55,0	20,9	13,5	10,6
Manitoba	46,6	26,5	22,4	4,5
Nouveau-Brunswick	46,3	20,1	30,5	3,1
Colombie-Britannique	44,9	29,4	18,7	7,0
Nouvelle-Écosse	43,6	22,4	31,4	2,6
Alberta	42,2	29,0	22,0	6,8
Saskatchewan	41,4	24,3	31,6	2,7
Terre-Neuve-et-Labrador	41,3	20,8	35,7	2,2
Île-du-Prince-Édouard	33,2	25,0	39,3	2,5
Territoires du Nord-Ouest	32,9	19,0	46,9	1,2
Yukon	32,1	24,8	42,5	0,6
Nunavut	22,2	15,1	62,0	0,7

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Les entreprises du commerce de gros et de la fabrication sont plus susceptibles d'acheter à la fois auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, la majorité des secteurs étaient plus susceptibles d'acheter des biens ou des services auprès de fournisseurs interprovinciaux que d'acheter à l'étranger. Les entreprises du commerce de détail étaient les plus susceptibles d'acheter à l'échelle interprovinciale, alors que plus d'un quart (26,1 %) le faisant, comparativement à 7,3 % qui ont acheté à l'échelle internationale. Cela a été suivi de 24,0 % des entreprises du secteur de l'exploitation minière, de l'exploitation en carrière et de l'extraction de pétrole et de gaz, qui ont acheté à l'échelle interprovinciale, comparativement à 11,1 % qui ont acheté à l'extérieur du Canada.

Les entreprises du commerce de gros étaient les seules plus susceptibles d'acheter à l'échelle internationale (16,8 %) que d'acheter à l'échelle interprovinciale (14,6 %), principalement les entreprises de commerce de gros en Ontario (27,4 %). Toutefois, ces entreprises étaient trois fois plus susceptibles d'acheter auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux (49,2 %).

Tableau 9
Proportion des entreprises ayant acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux au cours des 12 derniers mois, par secteur

	Aucun achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux mais pas internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs internationaux mais pas interprovinciaux
	pourcent			
Tous les secteurs	51,7	22,7	18,2	7,4
Soins de santé et assistance sociale	70,0	11,5	15,7	2,8
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	69,5	10,5	14,5	5,5
Finance et assurances	69,0	9,7	19,5	1,8
Construction	65,2	12,3	16,4	6,1
Transport et entreposage	63,7	17,4	15,0	3,9
Autres services: Réparation et entretien, et Services personnels et services de blanchissage	54,3	21,8	16,6	7,3
Services professionnels, scientifiques et techniques	49,8	24,0	17,6	8,6
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	42,1	22,8	24,0	11,1
Commerce de détail	42,0	24,6	26,1	7,3
Industrie de l'information et industrie culturelle	39,6	38,1	14,8	7,5
Fabrication	30,0	42,6	13,8	13,6
Commerce de gros	19,4	49,2	14,6	16,8

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.
Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

De même, les entreprises du secteur de la fabrication étaient considérablement plus susceptibles d'acheter à la fois auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux (42,6 %) que d'acheter auprès d'un type de fournisseur ou de l'autre. À l'échelle nationale, une proportion comparable d'entreprises manufacturières a acheté à l'échelle interprovinciale (13,8 %) et à l'échelle internationale (13,6 %). À l'échelle provinciale, les entreprises manufacturières du Manitoba (70,7 %) étaient de loin les plus susceptibles d'acheter auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux, suivies de celles de l'Île-du-Prince-Édouard (57,0 %) et du Nouveau-Brunswick (51,7 %).

Tableau 10
Proportion des entreprises manufacturières ayant acheté des biens ou des services auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux au cours des 12 derniers mois, par province

	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux et internationaux	Aucun achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux ou internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs interprovinciaux mais pas internationaux	Achat effectué auprès de fournisseurs internationaux mais pas interprovinciaux
	pourcent			
Canada	42,6	30,0	13,8	13,6
Manitoba	70,7	18,2	9,0	2,1
Île-du-Prince-Édouard	57,0	7,6	29,4	6,0
Nouveau-Brunswick	51,7	13,8	34,5	0,0
Saskatchewan	47,1	22,4	29,2	1,3
Alberta	46,5	15,7	26,3	11,5
Ontario	44,0	30,2	8,7	17,1
Nouvelle-Écosse	40,6	21,8	31,9	5,7
Colombie-Britannique	39,4	33,4	11,9	15,3
Québec	37,0	36,9	13,6	12,5
Terre-Neuve-et-Labrador	31,7	36,3	28,9	3,1

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.
La répartition par secteur n'est pas disponible pour les territoires.
Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Les entreprises sont plus susceptibles de vendre à l'échelle interprovinciale, mais pas à l'échelle internationale

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, les entreprises étaient plus susceptibles de vendre des biens ou des services à l'échelle interprovinciale, mais pas à l'échelle internationale : 15,4 % des entreprises le faisaient par rapport à 11,5 % qui vendaient à la fois à l'échelle interprovinciale et au niveau international et 2,9 % qui vendaient à des clients internationaux, mais non interprovinciaux. Cette tendance pouvait être observée dans toutes les provinces et tous les territoires : 23,2 % des entreprises au Yukon vendaient des biens ou des services à des clients interprovinciaux, mais pas internationaux, suivies de 20,3 % des entreprises situées dans les Territoires du Nord-Ouest et de 20,3 % des entreprises en Alberta. D'autre part, 70,2 % des entreprises au Canada n'ont vendu ni à des clients interprovinciaux ni à des clients internationaux.

Tableau 11

Proportion des entreprises ayant vendu des biens ou des services à des clients interprovinciaux ou internationaux au cours des 12 derniers mois, par province et territoire

	Aucune vente effectuée à des clients interprovinciaux ou internationaux	Vente effectuée à des clients interprovinciaux mais pas internationaux	Vente effectuée à des clients interprovinciaux et internationaux	Vente effectuée à des clients internationaux mais pas interprovinciaux
	pourcent			
Canada	70,2	15,4	11,5	2,9
Nunavut	85,2	10,4	2,2	2,2
Terre-Neuve-et-Labrador	79,5	12,4	6,2	1,9
Nouveau-Brunswick	75,4	15,5	6,1	3,0
Territoires du Nord-Ouest	74,7	20,3	4,2	0,8
Québec	73,7	13,5	10,7	2,1
Saskatchewan	71,8	19,1	8,5	0,6
Île-du-Prince-Édouard	69,6	17,7	11,3	1,4
Manitoba	69,5	19,0	10,0	1,5
Nouvelle-Écosse	69,1	18,9	9,1	2,9
Ontario	69,1	14,3	12,4	4,2
Colombie-Britannique	68,5	14,6	13,5	3,4
Yukon	67,3	23,2	5,8	3,7
Alberta	66,5	20,3	11,6	1,6

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise.

Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.

Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Les entreprises dans 8 des 12 secteurs couverts par l'enquête étaient plus susceptibles de vendre uniquement à des clients interprovinciaux que de vendre à la fois aux niveaux interprovincial et international. Cela a été principalement observé chez les entreprises du commerce de gros (31,3 %) et du secteur de la finance et des assurances (29,1 %).

Tableau 12
Proportion des entreprises ayant vendu des biens ou des services à des clients interprovinciaux ou internationaux au cours des 12 derniers mois, par secteur

	Aucune vente effectuée à des clients interprovinciaux ou internationaux	Vente effectuée à des clients interprovinciaux mais pas internationaux	Vente effectuée à des clients interprovinciaux et internationaux	Vente effectuée à des clients internationaux mais pas interprovinciaux
	pourcent			
Tous les secteurs	70,2	15,4	11,5	2,9
Soins de santé et assistance sociale	96,7	2,5	0,8	0,0
Construction	86,9	9,8	2,2	1,1
Autres services: Réparation et entretien, et Services personnels et services de blanchissage	85,6	9,6	3,6	1,2
Agriculture, foresterie, pêche et chasse	78,8	12,8	5,8	2,6
Transport et entreposage	75,1	11,0	11,3	2,6
Commerce de détail	73,3	17,8	7,9	1,0
Extraction minière, exploitation en carrière, et extraction de pétrole et de gaz	65,1	18,2	9,5	7,2
Finance et assurances	63,8	29,1	6,0	1,1
Services professionnels, scientifiques et techniques	45,9	20,6	24,1	9,4
Industrie de l'information et industrie culturelle	44,6	22,1	24,0	9,3
Fabrication	39,6	18,5	32,3	9,6
Commerce de gros	35,5	31,3	30,6	2,6

Notes : Les résultats présentés dans ce tableau sont fondés sur l'enquête dont la collecte de données a eu lieu du 18 juin au 15 octobre 2024. Dans le cadre de cette enquête, on a demandé aux répondants d'indiquer les activités commerciales interprovinciales et internationales que l'entreprise a menées au cours des 12 derniers mois. Par conséquent, cette période de 12 mois peut s'être tenue du 18 juin 2023 au 15 octobre 2024, selon la date de la réponse de l'entreprise. Le total des chiffres ne donne pas forcément 100 % à cause de l'arrondissement.
Source : Statistique Canada, Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023.

Conclusion

Bien que les relations commerciales du Canada aient considérablement changé depuis la collecte des données pour l'Enquête canadienne sur le commerce interprovincial en 2024, la présente analyse brosse un tableau détaillé des types d'entreprises les plus susceptibles d'être impliquées dans le commerce interprovincial ainsi que des défis auxquels elles ont été confrontées en le faisant.

Au cours des 12 mois précédant l'enquête, les entreprises dans le commerce de gros et la fabrication étaient plus susceptibles d'acheter et de vendre des biens ou des services à l'échelle interprovinciale que celles d'autres secteurs. De plus, les entreprises des territoires et de l'Île-du-Prince-Édouard étaient les plus susceptibles d'acheter auprès de fournisseurs interprovinciaux, tandis qu'une proportion similaire d'entreprises dans toutes les provinces et territoires vendait à des clients interprovinciaux. Bien que les entreprises dans certaines régions aient des fournisseurs interprovinciaux communs, les entreprises avaient tendance à faire du commerce avec d'autres entreprises dans les provinces ou territoires voisins. De plus, la majorité des entreprises n'ont pas rencontré de difficultés lorsqu'elles ont fait du commerce interprovincial, mais celles qui en ont eu ont indiqué que le coût du transport était leur principal obstacle. C'était également le principal obstacle pour les entreprises qui faisaient du commerce international. Enfin, parmi les entreprises qui ont fait du commerce à l'extérieur de leur province ou de leur territoire d'exploitation, la plupart d'entre elles ont effectué soit du commerce interprovincial à l'exclusion du commerce international, soit ont fait du commerce à la fois aux niveaux interprovincial et international, laissant très peu d'entre elles uniquement impliquées dans le commerce international.

Méthodologie

Du 18 juin au 15 octobre 2024, des représentants d'entreprises de partout au Canada ont été invités à remplir un questionnaire en ligne sur le commerce des biens et des services entre les provinces et les territoires et sur la mobilité de la main-d'œuvre au Canada. L'Enquête canadienne sur le commerce interprovincial utilise un échantillon aléatoire stratifié d'établissements commerciaux comptant au moins cinq employés dans certains secteurs d'activité et dont le revenu est supérieur ou égal à 50 000\$. L'enquête a porté sur les secteurs plus susceptibles de faire du commerce au-delà des frontières provinciales et territoriales. Les données sont disponibles à l'échelle nationale, provinciale et territoriale par secteur de l'industrie et taille de l'emploi et peuvent être consultées sur le [Carrefour canadien de données et d'information sur le commerce intérieur](#). 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 cette enquête est de 29 989 et les résultats sont fondés sur les réponses d'un total de 19 371 entreprises.

Bibliographie

Statistique Canada. 2025. Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023. [Diffusée le 14 février 2025](#).

Statistique Canada. 2025. Enquête canadienne sur le commerce interprovincial, 2023. [Diffusée le 3 mars 2025](#).