



# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES

DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC

## 2015

## SOURCE DE DONNÉES

---



1111, boulevard Dr.-Frederik-Philips, bureau 505  
Montréal (Québec) H4M 2X6  
Téléphone : 514 333-8546

## RECHERCHE ET VÉRIFICATION

---

Stéphanie Keable  
Karim Kesri  
Josée Robitaille

Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation  
Sous-ministériat aux politiques agroalimentaires  
Direction des études et des perspectives économiques  
200, chemin Sainte-Foy, 9<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 4X6  
Téléphone : 418 380-2100, poste 3883  
Courriel : josee.robitaille@mapaq.gouv.qc.ca

© **Gouvernement du Québec**

Dépôt légal : 2016  
Bibliothèque et Archives nationales du Québec  
Bibliothèque et Archives Canada  
ISBN-978-2-550-76622-3 (PDF)

---

# TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION	4
DÉFINITIONS DE L'UNIVERS	5
PROCÉDURES D'ÉCHANTILLONNAGE	6
FAÇON DE LIRE CE RAPPORT	7
CHANGEMENTS PAR RAPPORT AUX ÉDITIONS PRÉCÉDENTES	8
PROPRIÉTÉ, LICENCE ET INTERDICTION D'UTILISATION NON SPÉCIFIÉE	9
VENTES PAR GRANDES CATÉGORIES	10
VENTES DÉTAILLÉES	11

---

# INTRODUCTION

## VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

---

Ce rapport contient des estimations de la valeur des ventes aux consommateurs de multiples catégories alimentaires sélectionnées qui sont vendues dans les grands magasins au Québec. Il fournit des chiffres pour 52 semaines prenant fin le 12 décembre 2015.

La liste utilisée englobe une quinzaine de grands groupes d'aliments comprenant environ 300 catégories alimentaires déclinées en près de 1000 produits distincts. Elle présente de l'information principalement sur les produits préemballés à poids fixe, mais aussi sur certaines catégories de produits frais qui sont vendus à poids variable.

Les estimations de la valeur des ventes sont tirées du service Market Track de Nielsen, un outil de repérage et d'analyse de l'information concernant les marchés dont les données proviennent principalement de la lecture optique de partenaires détaillants, certains présentés par échantillon, mais la plupart par des données complètes (recensement). Ces dernières sont complétées par une estimation basée sur les données transmises par un panel de consommateurs (Homescan) pour certains réseaux et détaillants non participants.

---

# DÉFINITIONS DE L'UNIVERS

## GÉNÉRALITÉS

---

Les définitions de Statistique Canada régissent notre classification interne des régions et des provinces.

Les données proviennent du marché « Tous réseaux » de Nielsen, y compris les grandes chaînes de supermarchés, les pharmacies, les magasins à rayons, les magasins généraux et les clubs-entrepôts. Sont exclus les dépanneurs et les magasins spécialisés (ex. : poissonneries, boucheries, succursales de la Société des alcools du Québec).

## DÉFINITIONS DES PRINCIPAUX CANAUX DE DISTRIBUTION RAPPORTÉS

---

### **Supermarché** (*Grocery Banner*)

Un supermarché est un vaste magasin de type « libre-service assisté » qui fait surtout de la vente traditionnelle dans le domaine de l'alimentation. Habituellement, il compte au moins cinq rayons de base, soit l'épicerie, la viande, les fruits et légumes, les produits laitiers et les produits non alimentaires. Le vaste choix de produits offerts constitue son attrait principal. Ce réseau est projeté dans un univers composé de toutes les chaînes, en plus des enseignes sélectionnées générant des ventes annuelles de plus de 150 millions de dollars chacune (y compris les Supercentre de Walmart).

### **Pharmacie** (*Drug*)

Une pharmacie est un établissement commercial qui vend des médicaments, des substances à usage thérapeutique, des articles destinés aux soins du corps ainsi que certains produits d'épicerie. Ce réseau est projeté dans un univers représentant les pharmacies ayant des ventes annuelles de 1 million de dollars ou plus.

### **Magasin à rayons** (*Mass Merchandiser*)

Un magasin à rayons est un magasin de grande surface qui offre diverses marchandises de même que des aliments et des boissons non alcoolisées. Les données tirées de la lecture optique sont projetées dans un univers qui inclut Zellers (historique), Target (historique) et Walmart (sauf les Supercentre de Walmart, qui sont considérés comme des supermarchés par Nielsen).

### **Magasin général** (*General Merchandiser*)

Un magasin général est un magasin de détail ayant comme principale activité la vente d'une grande variété de catégories de marchandises ainsi que de certains produits d'épicerie (ex. : Canadian Tire, Dollarama ou Tigre Géant).

### **Club-entrepôt** (*Warehouse Club*)

Un club-entrepôt est un magasin de détail qui vend en grande partie des produits en gros ou en grand format (ex. : Costco). Ce concept de distribution se situe entre le commerce de gros et le commerce de détail. Il est créé pour les détaillants et les entrepreneurs, mais il est aussi accessible aux particuliers. Une cotisation annuelle est exigée.

---

# PROCÉDURES D'ÉCHANTILLONNAGE

Nielsen utilise un échantillon aléatoire stratifié, non proportionnel et systématique avec une estimation par quotient pour sélectionner les magasins représentatifs de l'univers de marchés et de pharmacies de détail au Canada. La stratification signifie que l'univers est divisé en plus petites sections ou « cellules » et que les magasins de l'échantillon sont sélectionnés pour représenter chaque cellule. Pour Market Track, la stratification est effectuée par région géographique, taille de ville et type de magasin.

Nielsen applique les facteurs de projection aux magasins de l'échantillon sur une base de cellule par cellule. Cela permet de s'assurer que chaque sous-échantillon est adéquatement pondéré et reflète exactement l'univers selon le territoire désigné, la taille de la ville et le type de magasin par taille.

L'échantillon de magasins de Nielsen est maintenu constant au fil du temps, mais il est mis à jour lorsque cela est jugé nécessaire par :

- I. La maintenance normale, soit le remplacement de magasins supprimés.
- II. Le programme d'amélioration continue, où l'échantillon est modifié intentionnellement pour s'assurer que les changements se produisant dans l'univers y sont reflétés.
- III. Des données provenant du panel de consommateurs Homescan de Nielsen (lecture optique à la maison des achats de la semaine), qui complètent les données fournies directement par les détaillants participants. Ces données provenant du panel de consommateurs sont incluses sous forme d'estimations rapportées pour les réseaux « Magasins généraux » et « Clubs-entrepôts ».

---

## FAÇON DE LIRE CE RAPPORT

Les données des ventes ainsi que les taux de croissance sont fournis dans ce rapport en dollars. Les données sont organisées par catégorie et par groupe de catégories, et un sommaire est d'abord présenté. Les niveaux de catégories sont les suivants :

- Le mot « dollars » se rapporte à la valeur des ventes de produits enregistrée par le lecteur optique aux caisses enregistreuses, selon le prix moyen pondéré des marchandises vendues pendant la période couverte par le rapport. Les prix sont pondérés selon la valeur des unités vendues chaque jour au prix de ce jour.
- Pour chaque catégorie de produits, les chiffres sont exprimés sous forme de données annuelles pour 52 semaines prenant fin le 12 décembre 2015. La donnée « pourcentage de changement » est calculée à partir de données fournies sur 2 ans. Cette donnée représentera le changement en valeur au cours de la même période pour l'année précédente (52 semaines se terminant le 13 décembre 2014).

---

## CHANGEMENTS PAR RAPPORT AUX ÉDITIONS PRÉCÉDENTES

Les données du présent document constituent les meilleures estimations de Nielsen pour les ventes basées sur les meilleures sources à sa disposition, au moment de la production du rapport et non lors de sa publication, et peuvent faire l'objet de modifications.

Nielsen procède régulièrement à des améliorations et à des modifications afin de rehausser continuellement la qualité de ses services et de respecter la volonté de ses partenaires détaillants et les accords conclus avec eux. Ces modifications peuvent être nécessaires pour faire suite à la mise à niveau de l'échantillon, à la collaboration des détaillants ou à la révision des définitions d'univers ou de produits. Par exemple, depuis 2014, la catégorie « boissons alcoolisées » mentionnée dans le rapport présente les ventes de bière.

---

# PROPRIÉTÉ, LICENCE ET INTERDICTION D'UTILISATION NON SPÉCIFIÉE

## PROPRIÉTÉ ET LICENCE

---

Nielsen demeure propriétaire de ses services, soit des rapports, des données, des analyses (information), des dictionnaires de données, des outils de référence, des méthodologies, des caractéristiques de données et attributs (références), des logiciels ou autres biens intellectuels (biens). Le client détient une licence limitée et non exclusive pour la durée des services et pour leur utilisation à l'interne.

Un client peut divulguer des extraits limités de l'information reçue à ses sociétés mères ou filiales à part entière, à des agences de publicité, à des détaillants, à des courtiers ou à des distributeurs et grossistes, dans la mesure où cette information s'avère utile à la mise en marché de ses produits. Il peut également publier des extraits dans des copies de publicité commerciale destinées aux consommateurs, dans ses rapports annuels, dans ses rapports destinés à la communauté financière (banquiers, analystes de valeurs, etc.) et dans ses communiqués (journaux, télévision, radio, Internet), aux fins de maintien de l'image commerciale ou de promotion de ses produits. Enfin, le client peut divulguer de l'information aux consultants qui signent l'entente d'accès en tierce partie de Nielsen. Dans le cadre de ses fonctions de conseil auprès des entreprises et d'appui aux secteurs, le client (ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation) peut rendre disponibles des segments d'information pour les entreprises et les secteurs qu'il sert.

Dans tous les cas, l'information divulguée doit indiquer les droits d'auteur de Nielsen et être étiquetée de façon précise. De plus, elle ne doit pas être présentée de façon trompeuse. Nonobstant le contraire, l'information concernant le détaillant ne peut être divulguée qu'audit détaillant et aux sociétés mères et filiales à part entière du client. Les références sont fournies à l'usage interne exclusif du client. Celui-ci ne peut divulguer ou fournir quelque référence que ce soit à des tiers et ne peut utiliser quelque référence que ce soit pouvant nuire aux activités commerciales, aux produits ou aux services de Nielsen ou concurrencer avec eux.

## INTERDICTION D'UTILISATION NON SPÉCIFIÉE

---

Toute utilisation ou divulgation autre que celle précisée à la présente licence est interdite sans le consentement écrit préalable de Nielsen. Aucune information, aucune référence, ni aucun logiciel ne peuvent être divulgués à un détaillant non coopératif, quel qu'il soit, ou ne peuvent être placés sur un système de retrait de données dont l'accès est possible à l'extérieur de l'organisation immédiate du client. Ils ne peuvent non plus être utilisés dans des procédures légales, sauf dans le cas d'un ordre de la cour et uniquement après que le client a agi de façon à préserver le droit de Nielsen d'obtenir une protection.

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES PAR GRANDES CATÉGORIES

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
	<b>PRODUITS ALIMENTAIRES POUR ALIMENTATION HUMAINE</b>	<b>17 618 768 895</b>	<b>3,2 %</b>
1	Produits de boulangerie	1 274 647 668	1,6 %
2	Grains et produits céréaliers	541 083 357	1,7 %
3	Fruits, préparations à base de fruits et noix	1 205 210 265	5,6 %
4	Légumes et préparations des légumes	1 546 544 058	5,6 %
5	Produits laitiers et œufs	2 567 032 300	0,2 %
6	Viandes et préparations de viandes	2 685 839 965	4,7 %
7	Poissons et fruits de mer	601 592 993	4,9 %
8	Mets préparés surgelés et aliments cuisinés prêts à manger	1 191 521 116	3,3 %
9	Produits à grignoter	1 149 904 343	3,9 %
10	Confiserie	621 535 953	2,3 %
11	Produits pour cuisiner	263 687 431	0,7 %
12	Corps gras d'origines animales et végétales	165 160 654	1,1 %
13	Condiments, assaisonnements et sauces	708 695 650	4,8 %
14	Autres préparations alimentaires	196 450 094	6,7 %
15	Boissons	2 899 863 048	2,5 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
<b>1.0</b>	<b>PRODUITS DE BOULANGERIE</b>	<b>1 274 647 668</b>	<b>1,6 %</b>
1.1	Pains	562 775 224	-0,7 %
1.18	Petits pains et pains de spécialité	192 311 610	3,9 %
1.38	Pains plats	56 258 358	7,8 %
1.39	-Croûte et pâte à pizza	7 117 707	-7,0 %
1.42	-Tortilla / Wrap	33 171 539	14,2 %
1.43	Produits secs de boulangerie	34 401 523	-0,8 %
1.44	-Chapelure et flocons de maïs	5 337 221	1,9 %
1.45	-Croûton	6 357 695	-1,8 %
1.46	-Pain - sec	22 706 607	-1,2 %
1.47	Desserts et petits déjeuners cuits et surgelés	428 900 953	3,1 %
1.48	-Desserts et petits déjeuners cuits au four	374 624 671	2,8 %
1.49	-Desserts cuits au four - commercial	240 209 707	-0,3 %
1.50	-Desserts cuits au four - en magasin	88 890 864	9,6 %
1.51	-Petits déjeuners cuits au four	45 524 100	7,3 %
1.52	-Desserts de boulangerie - surgelés	27 433 520	9,8 %
1.53	-Petits déjeuners - surgelés	26 842 762	1,7 %
<b>2.0</b>	<b>GRAINS ET PRODUITS CÉRÉALIERS</b>	<b>541 083 357</b>	<b>1,7 %</b>
2.1	Céréales prêtes à servir	257 303 451	-1,8 %
2.2	Céréales à cuire	29 622 992	4,8 %
2.3	Couscous	6 056 191	17,1 %
2.4	Germe de blé	555 560	-6,0 %
2.5	Pâtes alimentaires - réfrigérées	31 896 846	2,5 %
2.6	Pâtes alimentaires et autres sauces	18 878 670	1,2 %
2.7	Pâtes alimentaires en conserve	7 291 922	-9,6 %
2.13	Pâtes alimentaires sèches	113 714 881	8,9 %
2.21	Riz	75 762 844	3,0 %
2.22	-Riz - régulier	56 504 755	6,0 %
2.28	-Riz - spécialité	19 258 089	-5,1 %
<b>3.0</b>	<b>FRUITS, PRÉPARATIONS À BASE DE FRUITS ET NOIX</b>	<b>1 205 210 265</b>	<b>5,6 %</b>
3.1	Fruits frais	1 070 401 995	5,3 %
3.48	Fruits - en conserve	23 038 736	-2,3 %
3.55	Fruits - surgelés	49 392 767	18,4 %
3.56	Fruits et compote de pommes - portion individuelle	62 376 767	4,9 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
<b>4.0</b>	<b>LÉGUMES ET PRÉPARATIONS DE LÉGUMES</b>	<b>1 546 544 058</b>	<b>5,6 %</b>
4.1	Légumes	1 268 284 000	6,1 %
4.54	Légumes - en conserve	67 746 311	3,9 %
4.65	Champignons - en conserve	6 622 158	-0,6 %
4.66	Haricots rouges - en conserve	4 534 660	9,8 %
4.67	Autres haricots - en conserve	5 960 225	9,5 %
4.68	Kits pour salades	2 617 540	-4,1 %
4.69	Autres pois - en conserve	78 126	0,1 %
4.70	Pois et haricots - en conserve	4 354 041	10,7 %
4.71	Pommes de terre - en conserve	3 591 491	6,4 %
4.72	Légumes - sec	12 892 819	1,2 %
4.73	Pâte de tomates	11 922 001	0,6 %
4.74	Sauce tomate	11 561 944	0,7 %
4.75	Tomates - en conserve	40 584 302	-0,9 %
4.84	Légumes - surgelés	50 279 213	8,4 %
4.87	Pommes de terre - surgelées	55 515 227	1,5 %
<b>5.0</b>	<b>PRODUITS LAITIERS</b>	<b>2 567 032 300</b>	<b>0,2 %</b>
5.1	Beurre et pâtes à tartiner laitières	121 698 212	-1,4 %
5.8	Crème	60 813 371	1,2 %
5.9	Crèmes à café - aromatisées	10 580 322	7,2 %
5.10	Crèmes à café (aromatisées exclues)	824 442	26,5 %
5.11	Crème à fouetter	28 776 544	-1,4 %
5.12	Crème glacée et produits connexes	97 210 170	2,7 %
5.15	Crème sûre	17 732 053	1,8 %
5.16	Garnitures - fouettées	8 566 186	-2,7 %
5.17	Fromage à la crème - poids fixe	53 478 029	-2,6 %
5.18	Fromage cottage	18 828 992	-0,3 %
5.19	Fromage fondu à tartiner	16 366 181	-4,9 %
5.20	Tranches de fromage fondu	83 658 778	-5,5 %
5.21	Fromage naturel - poids fixe	552 460 354	2,8 %
5.51	Produits de fromage râpé	15 068 570	-5,2 %
5.56	Fromage naturel - poids variable	120 873 711	1,8 %
5.57	-Fromage à la crème - poids variable	77 640	-46,7 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
5.92	Lait	702 029 677	-2,7 %
5.99	Lait - en conserve	19 409 310	2,4 %
5.100	Lait - en poudre	1 816 555	-4,4 %
5.101	Lait frappé et lait de poule	3 068 055	-4,9 %
5.102	Œufs	193 790 922	4,5 %
5.103	Pâte - réfrigérée	21 994 595	-1,0 %
5.104	Yogourt	417 987 271	0,9 %
5.106	-Yogourt - surgelés	10 075 588	-9,4 %
5.107	-Yogourt - réfrigérés	406 130 804	1,3 %
<b>6.0</b>	<b>VIANDES ET PRÉPARATIONS DE VIANDE</b>	<b>2 685 839 965</b>	<b>4,7 %</b>
6.1	Viandes fraîches	1 833 254 837	4,8 %
6.59	Charcuterie	194 805 542	-2,9 %
6.60	-Viande froide tranchée préemballée - poids variable	193 580 295	-3,0 %
6.61	-Charcuterie - saucisses	856 704	51,7 %
6.62	-Viande de charcuterie - boeuf séché	368 543	-3,2 %
6.63	Viandes transformées	645 375 198	7,2 %
6.64	-Bacon - poids variable	3 691 299	3,8 %
6.65	-Bacon et substituts	96 652 842	3,1 %
6.70	-Viande froide tranchée préemballée - poids fixe	347 603 603	7,5 %
6.71	-Saucisses (Wieners)	66 164 538	6,1 %
6.72	-Saucisses - poids fixe	87 578 456	13,1 %
6.73	-Saucisses - poids variable	43 684 460	5,7 %
6.74	Viande - en conserve	12 404 388	-4,3 %
<b>7.0</b>	<b>POISSONS ET FRUITS DE MER</b>	<b>601 592 993</b>	<b>4,9 %</b>
7.1	Imitation de fruits de mer	11 680 739	7,9 %
7.2	Fruits de mer frais	279 344 095	3,2 %
7.32	Fruits de mer - surgelés	222 239 813	8,4 %
7.43	Fruits de mer - en conserve	21 913 016	0,4 %
7.52	Bâtonnets de poisson et frites - surgelés	86 400	52,9 %
7.53	Saumon - en conserve	16 628 027	-5,6 %
7.54	Thon - en conserve	49 700 903	4,5 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
<b>8.0</b>	<b>METS PRÉPARÉS SURGELÉS ET ALIMENTS CUISINÉS PRÊTS À MANGER</b>	<b>1 191 521 116</b>	<b>3,3 %</b>
8.1	Aliments casher	1 041 317	8,1 %
8.2	Aliments de spécialité japonaise	9 820 711	17,8 %
8.3	Aliments de spécialité orientale	2 993 112	13,4 %
8.4	Nouilles orientales et repas légers instantanés	20 168 554	9,6 %
8.5	Entrées - réfrigérées	82 017 919	16,8 %
8.6	Galettes de viande surgelées	16 396 981	19,5 %
8.7	Pizza et sous-marins réfrigérés	7 725 718	-5,6 %
8.8	Collations de pizza - surgelées	17 386 013	-7,1 %
8.9	Pizza et sous-marins - surgelés	144 974 287	-2,2 %
8.10	Trousse de mélange à pizza	138 054	-22,9 %
8.11	Sauce à pizza	6 827 562	12,3 %
8.12	Mélanges pour base de soupe	24 210	-5,1 %
8.13	Mélanges à soupe - secs	22 295 523	-1,4 %
8.14	Pâtés à la viande réfrigérés	22 731 047	0,4 %
8.15	Pâtes et mélanges de pâte à frire	193 227	21,7 %
8.16	Pâte et pâtisserie - surgelées	16 723 601	-8,4 %
8.17	Pâtisseries à griller	5 511 400	-7,7 %
8.18	Plats principaux et entrées - surgelés	363 515 452	2,5 %
8.23	Plats d'accompagnement	63 907 005	-0,6 %
8.30	Produits de bouillon	23 662 389	2,9 %
8.47	Ragoût et boulettes de viande - en conserve	9 537 801	-3,0 %
8.48	Salades préparées	52 732 057	7,1 %
8.49	Sauce pour pâtes - en conserve	63 631 813	1,1 %
8.52	Sauces végétales	609	-74,1 %
8.53	Soupe	125 980 903	0,9 %
8.56	Tremettes - préparées	66 612 286	9,6 %
8.57	Autres viandes - surgelées	44 971 565	15,5 %
<b>9.0</b>	<b>PRODUITS À GRIGNOTER</b>	<b>1 149 904 343</b>	<b>3,9 %</b>
9.1	Collations santé pré-emballées	151 647 347	5,2 %
9.5	Bâtons de viande et viande de boeuf séchée	15 681 113	11,5 %
9.8	Biscuits	227 461 652	0,6 %
9.9	Boîtes à lunch	2 707 699	-12,6 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
9.10	Collation fruits, noix et graines	131 003 233	10,8 %
9.20	Craquelins	113 077 779	-1,6 %
9.21	Friandises à la guimauve	7 855 065	5,1 %
9.22	Fruits secs	11 554 538	-0,5 %
9.23	Gâteaux feuilletés	13 693 754	2,0 %
9.24	Grignotines	401 891 239	5,1 %
9.37	Grignotines confites	7 178 335	7,7 %
9.38	Maïs à éclater	18 443 249	2,2 %
9.41	Paniers-repas	8 053 988	5,3 %
9.42	Poudings de collation	39 655 352	2,5 %
<b>10.0</b>	<b>CONFISERIE</b>	<b>621 535 953</b>	<b>2,3 %</b>
10.1	Confiseries à base d'eau à congeler	6 108 422	-2,2 %
10.2	Confiseries	109 679 008	2,1 %
10.7	Confiseries - surgelées	91 993 585	4,6 %
10.14	Chocolat	328 771 821	3,0 %
10.22	Cornets de crème glacée	4 153 953	8,3 %
10.23	Gélatine prête à servir	4 834 913	-8,6 %
10.24	Gomme	69 130 659	-2,9 %
10.25	Guimauves	6 779 051	7,8 %
10.26	Pudding - format familial prêt à servir	84 541	-42,1 %
<b>11.0</b>	<b>PRODUITS POUR CUISINER</b>	<b>263 687 431</b>	<b>0,7 %</b>
11.1	Amidon de maïs	2 062 279	4,3 %
11.2	Auxiliaires de cuisson	7 433 676	8,6 %
11.3	Bicarbonate de soude	3 867 475	1,4 %
11.4	Cerises au marasquin	1 692 427	-1,1 %
11.5	Chocolat solide à cuire	4 890 569	-6,5 %
11.6	Colorants alimentaires	677 613	-0,1 %
11.7	Copeaux de cuisson	19 504 439	7,9 %
11.8	Crème de tartre	204 937	-6,2 %
11.9	Crêpes et gaufres	2 028 744	-2,6 %
11.10	Croûtes Graham	1 145 356	-5,9 %
11.11	Décorations pour gâteaux	2 814 049	-3,3 %
11.12	Extraits de cuisson	6 013 886	5,9 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
11.13	Farine	37 086 295	3,6 %
11.17	Fruits semi-humides	21 685 474	7,8 %
11.23	Garnitures - poudre	485 159	-3,1 %
11.24	Garnitures pour tartes	4 129 631	-7,6 %
11.25	Glaçage	4 674 355	-7,9 %
11.26	Glaçage aux fruits	554 727	-2,3 %
11.27	Gomme de cuisson	548	-35,4 %
11.28	Graham en plaquettes et en miettes	4 100 114	5,2 %
11.29	Levure (moins de 500 g)	3 341 369	8,4 %
11.30	Mélanges à biscuits	1 114 050	-8,7 %
11.31	Mélanges à croûtes de tarte	673 561	-1,4 %
11.32	Mélanges à cuisson - autres	1 765 770	8,4 %
11.33	Mélanges à cuisson - puddings	282	-51,9 %
11.34	Mélanges à farce	744 252	-4,2 %
11.35	Mélanges à muffins	5 272 624	-6,9 %
11.36	Mélanges à gâteaux	9 812 938	-8,5 %
11.37	Mélanges à brownies	2 084 118	-4,2 %
11.38	Moules	1 975 778	0,1 %
11.39	Noix de coco	1 699 935	6,9 %
11.40	Noix de cuisson	26 917 812	-1,5 %
11.50	Mélanges pour pain, petits pains et pizza	1 441 182	21,1 %
11.51	Pâte à biscuits	429 824	32,3 %
11.52	Poudre à pâte	3 501 754	-1,8 %
11.53	Poudre de cacao	3 212 800	4,9 %
11.54	Poudres de dessert - autres	2 136 954	8,8 %
11.55	Poudre pour gelée	5 156 400	-1,5 %
11.56	Produits de pâtisseries sans cuisson	89 937	14,8 %
11.57	Puddings	3 651 399	-5,4 %
11.58	Saindoux et shortening	7 112 710	-6,3 %
11.59	Semoule de maïs	385 955	24,1 %
11.60	Succédanés du sucre	10 234 649	-5,0 %
11.61	Sucre	45 879 074	-0,5 %
11.66	Mélanges à pouding Yorkshire	551	-68,3 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
<b>12.0</b>	<b>CORPS GRAS D'ORIGINES ANIMALES ET VÉGÉTALES</b>	<b>165 160 654</b>	<b>1,1 %</b>
12.1	Huiles de cuisson	77 917 853	2,7 %
12.6	Huile de cuisson en aérosol	4 469 230	17,5 %
12.7	Margarine	82 773 571	-1,2 %
<b>13.0</b>	<b>CONDIMENTS, ASSAISONNEMENTS ET SAUCES</b>	<b>708 695 650</b>	<b>4,8 %</b>
13.1	Assaisonnements et garnitures à salade	36 036 355	9,3 %
13.2	Beurre d'arachide	69 567 554	9,3 %
13.6	Chutney	290 068	17,2 %
13.7	Confitures, gelées et marmelades	44 456 309	-3,0 %
13.14	Cornichons	29 262 231	8,4 %
13.15	Épices	30 170 311	5,9 %
13.28	Garniture à bruschetta	4 518 692	0,1 %
13.29	Garnitures de sundae	2 534 025	25,4 %
13.30	Ketchup	37 298 353	5,2 %
13.31	Légumes marinés	1 917 273	5,0 %
13.32	Mayonnaise et sauce à salade	70 421 375	3,1 %
13.39	Mélasses	3 999 307	-10,2 %
13.40	Miel	24 685 897	17,9 %
13.41	Moutarde - préparée	21 061 635	4,4 %
13.42	Moutarde - sèche	920 630	3,9 %
13.43	Olives	29 760 174	4,3 %
13.44	Pectine de fruits et préservateurs	1 255 608	-1,7 %
13.45	Poivre	9 771 462	2,9 %
13.46	Reliche	7 335 458	2,7 %
13.47	Sauce chili	10 157 012	8,1 %
13.48	Sauces aux canneberges - en conserve	1 583 915	-5,2 %
13.49	Sauces barbecue	10 670 933	3,4 %
13.50	Sauces brunes - en conserve	26 480 907	0,8 %
13.51	Mélanges pour sauce	33 924 898	-2,4 %
13.52	Sauces orientales	22 687 417	4,4 %
13.59	Sauces pour viande et fruits de mer	12 750 170	5,1 %
13.67	Sels à marinade	593 440	1,0 %
13.68	Sel et substituts	6 856 151	5,5 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
13.72	Sirops de table	2 975 441	-3,3 %
13.73	Sirop d'érable pur	31 805 861	15,4 %
13.74	Sirop épais	1 724 591	3,3 %
13.75	Tartinades à sandwich	1 287 812	18,4 %
13.76	Tartinades sucrées	56 656 536	2,5 %
13.77	Tremettes - mélanges	314 291	1,0 %
13.78	Vinaigre	17 938 115	11,9 %
13.85	Vinaigrette - liquide	44 531 795	0,9 %
13.86	Vinaigrette - sèche	493 648	-0,8 %
<b>14.0</b>	<b>AUTRES PRÉPARATIONS ALIMENTAIRES</b>	<b>196 450 094</b>	<b>6,7 %</b>
14.1	Aliments surgelés - autres	4 528 952	2,0 %
14.2	Assaisonnements mexicains	4 105 998	2,9 %
14.3	Betteraves - en conserve	820 411	1,5 %
14.4	Boissons à base de riz	27 524 186	24,8 %
14.5	Boissons au soja	27 343 599	-3,9 %
14.6	Chili con carne	790 389	15,7 %
14.7	Compote de pommes	3 675 439	-14,3 %
14.8	Déjeuners instantanés	5 343 483	-0,9 %
14.9	Fondue orientale et bouillon	15 924 859	1,4 %
14.10	Haricots cuits au four	10 979 225	2,0 %
14.11	Nouilles asiatiques	4 114 377	13,3 %
14.12	Nourriture chinoise	3 193 599	6,7 %
14.13	Préparations et coquilles pour dîner mexicain	13 018 220	3,7 %
14.14	Produits de tofu	28 884 645	14,1 %
14.20	Produits pour la fondue	3 947 596	169,9 %
14.21	Tremettes mexicaines et garnitures salsa	33 926 454	3,1 %
14.22	Viandes à tartiner - en conserve	5 815 742	-1,6 %
14.23	Mélanges d'enrobage	2 512 920	-10,5 %
<b>15.0</b>	<b>BOISSONS</b>	<b>2 899 863 048</b>	<b>2,5 %</b>
15.1	Jus et boissons - réfrigérés	219 515 065	-5,1 %
15.22	Boissons de fruits - surgelées	21 458 870	-8,9 %
15.33	Boissons énergétiques extrêmes	81 429 772	2,8 %
15.34	Boissons en poudre et liquides - froid	9 740 742	-9,0 %
15.35	Boissons peu alcoolisées	19 303 398	0,4 %

# VENTES AU DÉTAIL DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES GRANDS MAGASINS AU QUÉBEC EN 2015

## VENTES DÉTAILLÉES (SUITE)

N°	PRODUITS	VENTES (\$)	VARIATION 2015/2014 (%)
15.39	Boissons gazeuses	332 334 341	-0,5 %
15.40	Cannettes de thé glacé prêtes à boire	12 875 892	2,7 %
15.41	Eau gazeuse	55 348 575	10,7 %
15.42	Eau plate	148 070 441	3,2 %
15.43	Jus de citron et de lime	4 697 088	11,5 %
15.44	Jus et boissons - longue durée de conservation	243 892 258	-3,2 %
15.75	Jus et boissons - non spécifiés	6 673 244	358,8 %
15.76	Jus de légumes	54 710 960	-1,5 %
15.79	Jus de tomate	17 495 087	2,7 %
15.80	Liqueurs et sirops	1 088 852	16,7 %
15.81	Mélanges à cocktails	1 121 637	-4,7 %
15.82	Mélanges de boissons aromatisées	13 292 538	-2,7 %
15.83	Mélanges de thé glacé	2 072 098	-8,8 %
15.84	Boissons de type café	5 052 615	20,1 %
15.85	Boissons alcoolisées	1 248 566 897	4,1 %
15.86	-Bières	887 276 002	5,1 %
15.87	-Produits alcoolisés	12 378 989	-2,0 %
15.88	-Produits vitivinicoles	348 911 906	1,9 %
15.89	Boissons chaudes	400 195 080	7,3 %
15.90	-Café instantané	43 656 632	3,3 %
15.91	-Café - rôti et moulu	307 041 467	9,1 %
15.97	-Chocolat chaud	9 125 888	-6,3 %
15.98	-Colorants à café	2 425 889	-2,2 %
15.99	-Substituts de café	938 576	5,5 %
15.100	-Thé chaud instantané	44 191	1,1 %
15.101	-Thé	36 962 437	2,7 %
15.105	Autres boissons	927 598	56,6 %

