



## SOMMAIRE

Les dépenses par ménage ou  
par personne?... ça fait toute  
la différence! ..... 2

Comprendre les différences . 3

Les comparaisons fondées  
sur le concept du panier  
d'épicerie..... 6

Conclusion ..... 7

# Les dépenses alimentaires des Québécois

## Constats et limites des comparaisons

Par Guillaume Couture et Marie-Hélène Zarnovican,  
*Direction des études économiques et d'appui aux filières*

### Direction des études économiques et d'appui aux filières

200, chemin Sainte-Foy, 10<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 4X6

Téléphone : (418) 380-2101  
Télécopieur : (418) 380-2164

Courriel : [deef@mapaq.gouv.qc.ca](mailto:deef@mapaq.gouv.qc.ca)

Internet : [www.mapaq.gouv.qc.ca](http://www.mapaq.gouv.qc.ca)

Dépôt légal  
Bibliothèque nationale du Québec  
ISSN 1480-2120  
05-0171

Il est régulièrement mentionné dans l'actualité que le prix payé à l'épicerie par le consommateur québécois est moins élevé que dans le reste du pays. Qu'en est-il réellement? Cette allégation est-elle fondée? Sur quoi s'appuie-t-elle et quelles sont ses limites? L'objectif de ce BioClips + est de mettre en lumière les données fiables en matière de dépenses alimentaires, de fournir des explications possibles aux différences observées entre les provinces et de déterminer les limites des comparaisons faites à l'aide du concept du panier d'épicerie.



# Les dépenses par ménage ou par personne?... ça fait toute la différence!

Une des sources de données qui permet d'analyser les sommes déboursées par les consommateurs au chapitre de l'alimentation est l'enquête sur les *Dépenses alimentaires de 2001* publiée par Statistique Canada. Cette étude, l'une des plus complètes du point de vue méthodologique, permet de suivre l'évolution et les particularités des provinces en matière d'alimentation. Les données sont recueillies durant une année complète auprès de 5 600 ménages canadiens qui doivent, par exemple, inscrire leurs achats quotidiens pendant deux semaines consécutives. De plus, la couverture à l'échelle des provinces semble appropriée pour bien représenter les habitudes alimentaires de chacune. Ces deux points sont souvent négligés dans les enquêtes qui portent sur le coût de l'alimentation. Les habitudes d'achat des consommateurs canadiens sont donc bien représentées dans l'étude.

Selon cette enquête, une famille québécoise moyenne a dépensé environ 6 160 \$ pour son alimentation en 2001, ce qui est l'une des dépenses alimentaires par ménage les plus faibles au Canada. Ce montant comprend les dépenses effectuées dans les magasins (supermarchés, magasins d'alimentation spécialisés, dépanneurs et autres magasins) et dans les restaurants (service aux tables, service rapide, cafétérias et autres restaurants).

Toutefois, cette donnée est basée sur la taille des ménages des différentes provinces canadiennes. La taille d'un ménage se réfère au nombre de personnes occupant un même logement privé et implique des dynamiques différentes quant aux habitudes de consommation, tant pour ce qui est des marques que des volumes consommés.

Or, la taille du ménage varie selon la région canadienne. C'est au Québec que la taille du ménage est la plus petite, soit 2,39 personnes comparativement à 2,68 pour l'Ontario et à 2,57 pour la moyenne canadienne.

**Le consommateur québécois est, après celui de la Colombie-Britannique, celui qui dépense le plus pour son alimentation.**

Afin de tenir compte de ce facteur, il est essentiel de ramener ces dépenses sur une base individuelle.

Comme l'indique le tableau qui suit, le consommateur québécois est, après celui de la Colombie-Britannique, celui qui dépense le plus pour son alimentation, soit 2 578 \$, dont 1 843 \$ pour les achats en magasin et 735 \$ pour la restauration. À titre de comparaison, l'Ontarien débourse 2 443 \$ pour son alimentation tandis que la moyenne canadienne est de 2 504 \$. Il s'agit d'un écart respectif de 5,2 % et de 2,9 % en défaveur du consommateur québécois.

**Dépenses alimentaires (\$) selon les régions des consommateurs, 2001**

	Dépenses alimentaires totales par ménage	Taille des ménages	Dépenses alimentaires totales par personne	Dépenses en magasin par personne	Dépenses en restaurant par personne
Canada	6 436	2,57	2 504	1 745	759
Région de l'Atlantique	5 656	2,58	2 192	1 640	552
Québec	6 160	2,39	2 578	1 843	735
Ontario	6 547	2,68	2 443	1 688	755
Région des Prairies	6 645	2,62	2 536	1 732	804
Colombie-Britannique	6 863	2,54	2 702	1 817	885

Source : *Dépenses alimentaires au Canada, 2001*, Statistique Canada et MAPAQ



Il est intéressant d'analyser l'ampleur des dépenses alimentaires par personne en fonction du pouvoir d'achat des consommateurs. L'un des indicateurs du pouvoir d'achat est, sans nul doute, le revenu du consommateur. En effet, le revenu des particuliers conditionne les choix de consommation, dont l'alimentation. Or, ce

**Le Québécois consacre à son alimentation une part plus importante de son revenu par rapport aux autres Canadiens.**

revenu varie en fonction de la situation géographique. Pour en tenir compte, on utilise le concept du revenu personnel disponible. Le revenu personnel disponible est la rémunération d'un individu de laquelle les impôts personnels et les autres transferts adressés au gouvernement ont été déduits. Il représente le montant que les consommateurs peuvent dépenser (leur pouvoir d'achat) et est de 19 591 \$ au Québec par rapport à 23 047 \$ en Ontario et à 21 517 \$ pour l'ensemble du Canada.

Ainsi, non seulement le Québécois dépense plus, en valeur absolue, pour son alimentation, mais il y consacre aussi une

part plus importante de son revenu par rapport aux autres Canadiens. Comme il combine une dépense alimentaire plus élevée et un moindre

revenu personnel disponible par habitant il consacre, en 2001, 13,2 % de son revenu personnel disponible à l'alimentation alors que la proportion est de 11,6 % pour un Canadien moyen. Notez que l'écart le plus important concerne les dépenses faites en magasin.

**Poids des dépenses alimentaires par personne dans le revenu personnel disponible, 2001**

	Revenu personnel disponible	Dépenses alimentaires totales	Dépenses alimentaires au magasin	Dépenses alimentaires au restaurant
Québec	19 591 \$	13,2 %	9,4 %	3,8 %
Ontario	23 047 \$	10,6 %	7,3 %	3,3 %
Colombie-Britannique	20 771 \$	13,0 %	8,7 %	4,3 %
Canada	21 517 \$	11,6 %	8,1 %	3,5 %

Source : *Dépenses alimentaires au Canada, 2001*, Statistique Canada et MAPAQ  
Tableau statistique canadien, Institut de la statistique du Québec

## Comprendre les différences

Pour comprendre le poids plus élevé des dépenses en alimentation au Québec par rapport au Canada et à l'Ontario, trois pistes sont à explorer : le prix des aliments au magasin, la structure de la distribution alimentaire et les habitudes d'achat en matière d'alimentation.

### 1.1

## Le prix des aliments au magasin : un déboursé moyen plus élevé

L'écart entre les dépenses alimentaires faites au Québec et au Canada est principalement attribuable aux achats faits dans les magasins de détail. Il peut provenir en partie du coût unitaire des aliments. Toutefois, il n'existe pas de statistique fiable sur les prix au détail à l'échelle provinciale qui permettrait de comparer le prix d'un même article entre deux marchés provinciaux. Pour y remédier, un *déboursé moyen* par unité de consommation a été calculé à l'aide des données de l'enquête sur les *Dépenses alimentaires au Canada en 2001*.

Le *déboursé moyen* par unité de consommation est le résultat de la dépense relative à un produit alimentaire divisé par le volume acheté. Toutefois, compte tenu du fait que cette donnée ne permet pas d'isoler la marque (nationale ou privée), la qualité (haut de gamme ou ordinaire), le conditionnement (contenant de papier, plastique, etc.) et le lieu d'achat des produits (supermarché, dépanneur, club-entrepôt, etc.), le *déboursé moyen* représente le montant par unité de volume acheté, et non le prix au détail observé dans les magasins

d'alimentation. En d'autres mots, l'utilisateur de l'enquête ne peut savoir si le produit acheté est de marque ou de qualité supérieure et de volume différent. Ainsi, par exemple, le *déboursé moyen* pour le bœuf représenté dans le tableau suivant est le résultat global des dépenses faites dans cette catégorie d'aliment. Au regard de ce concept, il semble qu'une majorité de produits alimentaires implique un *déboursé moyen* plus élevé au Québec qu'au Canada.



### Écarts de déboursés moyens par unité de consommation au Québec par rapport au Canada<sup>1</sup>, en 2001

Déboursés moyens inférieurs		Déboursés moyens supérieurs	
Légumes	(-5,8 %)	Produits laitiers	(+16,4 %)
Volaille	(-4,4 %)	Poissons et autres produits marins	(+12,4 %)
Fruits	(-1,3 %)	Porc	(+6,7 %)
Veau	(-0,3 %)	Produits de boulangerie et autres produits céréaliers	(+4,2 %)
		Œufs	(+3,4 %)
		Bœuf	(+3,2 %)

Source : Dépenses alimentaires au Canada, 2001, Statistique Canada et MAPAQ.

Les catégories d'aliments qui occupent une part importante des achats alimentaires au Québec, soit la viande, les produits laitiers et les produits de boulangerie et autres produits céréaliers (voir le tableau suivant), entraînent un *déboursé moyen* supérieur par rapport au Canada. De ce fait, est-il valable de conclure que l'alimentation coûte effectivement plus cher au Québec qu'au Canada? A priori, il y a lieu de le croire, mais cette affirmation doit être nuancée.

### Poids des principales catégories d'aliments dans les dépenses faites au magasin, au Québec, en 2001

Produits laitiers	15 %
Produits de boulangerie et céréaliers	15 %
Légumes	10 %
Fruits	10 %
Bœuf	7 %
Volaille	4 %
Poissons	3 %
Porc	2 %
Veau	1 %
Œufs	1 %

Source : Dépenses alimentaires au Canada, 2001, Statistique Canada et MAPAQ.

Comme il a été mentionné précédemment, cette donnée sur le *déboursé moyen* comporte des faiblesses. Elle ne tient pas compte de la marque, du conditionnement, du lieu ni de la qualité du produit acheté. Par exemple, si les habitants d'une province achètent davantage de produits haut de gamme, cela a pour conséquence d'augmenter le *déboursé moyen* par unité de consommation. Dans le cas des produits laitiers, la spécificité des produits (fromage) est probablement l'un

**Il est difficile de conclure hors de tout doute que le Québec est sujet à des prix alimentaires supérieurs à la moyenne canadienne.**

des facteurs explicatifs de l'écart observé puisque les Québécois sont de grands amateurs de fromages fins.

À ce stade, s'il est difficile de conclure hors de tout doute que le Québec est soumis à des prix alimentaires supérieurs à la moyenne canadienne, c'est que d'autres facteurs peuvent avoir un effet important dans la détermination du coût de l'alimentation. C'est notamment le cas des particularités québécoises en matière de distribution alimentaire et d'habitudes de consommation.

<sup>1</sup> Notez que le classement des produits alimentaires est le même (mais pas nécessairement dans la même proportion) si la comparaison est faite entre le Québec et l'Ontario, mis à part la viande de bœuf et de porc. Par rapport à l'Ontario, le Québec a un déboursé moyen par unité de consommation inférieur pour ces deux types de viandes.



## 1.2

# La distribution alimentaire : le modèle québécois

L'organisation et les stratégies de la distribution alimentaire québécoise comportent des particularités qu'il importe d'examiner. Le Québec compte parmi les endroits au Canada où les magasins à rabais (par exemple Maxi et Super C) accaparent une plus faible part du marché de l'alimentation au détail, ce qui entraîne fort probablement des dépenses plus élevées pour le consommateur.

De plus, en 2001, le Québec présentait la proportion la plus élevée de magasins par 100 000 habitants. Le nombre élevé de magasins d'alimentation sur le territoire québécois amène à croire que la compétition entre les magasins y est très forte, ce qui entraînerait une pression à la baisse des prix. Cependant, cette pression est relativement limitée par la nature des magasins. En effet, il semble y avoir plus de

dépanneurs au Québec comparativement au reste du Canada. Or, ce sont des commerces où les produits alimentaires sont généralement vendus plus cher que dans les établissements de grande superficie.

### Nombre de magasins d'alimentation par 100 000 habitants, 2001

	Québec	Ontario	Canada
Ensemble des magasins d'alimentation	107	56	78

Source : MAPAQ

Malgré ces constats, une perception du « panier le moins cher » semble être véhiculée au Québec. Cette impression peut être due à l'importance des circulaires (coupons de réduction) dans l'approche marketing des détaillants québécois. Toutefois, il semble que celles-ci n'aient pas d'impact majeur sur la facture du consommateur.

## 1.3

# Les habitudes d'achat en matière d'alimentation : moins de marques maison, plus de spécialités

Le consommateur québécois a également certaines habitudes d'achat et certaines préférences alimentaires qui le distinguent des autres consommateurs canadiens. En 2001, il faisait une plus faible proportion de ses achats dans les supermarchés (77,7 %) par rapport au reste du pays (78,2 % et plus). De plus, il dépense davantage dans les magasins spécialisés (12,0 %) comparativement aux autres consommateurs canadiens (9,2 %). La

**Le Québécois dépense davantage dans les magasins spécialisés que les autres Canadiens.**

popularité des magasins spécialisés (boucheries, poissonneries, charcuteries, marchés, etc.) démontre bien la relation particulière qu'entretiennent les Québécois avec la nourriture, particulièrement sur le plan de la qualité, du goût et du plaisir. Le fait de magasiner dans cette catégorie de commerces entraîne peut-être des dépenses alimentaires plus élevées.

Par ailleurs, les Québécois semblent moins apprécier les produits de marques privées que les citoyens du reste du Canada. Cela entraîne des coûts supérieurs pour le consommateur puisque les produits de marques nationales sont généralement vendus à un prix plus élevé que ceux des marques privées.

### Part de marché des produits de marques privées, 2002

	Québec	Ontario	Canada
Part de marché	18,7 %	25,0 %	25,1 %

Source : ACNielsen Canada



Le Québec, en plus d'avoir la plus petite cellule familiale, a également une population plus âgée que le reste du pays. Ces deux aspects engendrent dans les habitudes de consommation des changements qui peuvent contribuer à accroître les dépenses alimentaires. Par exemple, à l'épicerie, les formats et les emballages pratiques, mais également individuels, deviennent plus intéressants pour ces individus vieillissants ou ayant moins d'enfants à charge, ou aucun. Cela implique aussi une diminution de la fréquentation des restaurants à service rapide au profit des établissements à service complet.

**Le Québec, en plus d'avoir la plus petite cellule familiale, a également une population plus âgée que le reste du pays.**

La recherche d'une expérience de qualité, le désir d'une alimentation saine et le fait d'une population vieillissante portent les Québécois à moins fréquenter les restaurants rapides en comparaison de la moyenne canadienne. La restauration avec service complet engendre généralement des dépenses plus élevées pour le consommateur.

Les spécificités de la distribution et des habitudes alimentaires du Québec apportent des éléments de réponse quant aux écarts observés. Il est donc essentiel de les prendre en compte dans les études sur le coût de l'alimentation.

## Les comparaisons fondées sur le concept du panier d'épicerie

Jusqu'à maintenant, notre analyse des dépenses alimentaires a porté essentiellement sur une enquête de Statistique Canada qui représente fidèlement les habitudes d'achat des consommateurs. Toutefois, nombre de constats diffusés dans le public sont issus d'études privées. Ces enquêtes utilisent généralement le concept du panier d'épicerie.

Le panier d'épicerie représente, habituellement, un ensemble fixe de biens ou de services alimentaires qui se veut représentatif de la consommation d'un groupe particulier ou de l'ensemble des individus d'une société. Le nombre, la description

(marque, format) et le lieu d'achat des éléments composant ce panier varient selon les besoins de l'auteur et les buts visés par l'étude. Ainsi, le panier d'épicerie peut inclure le coût de boissons alcoolisées et de services de restauration en plus des dépenses faites au supermarché, au dépanneur ou dans un club-entrepôt. L'enquêteur vérifie le coût des mêmes biens et services dans divers magasins qu'il choisit. Étant donné la variabilité de la définition du panier d'épicerie (voir l'encadré), la compréhension de la méthodologie de ces enquêtes est essentielle, surtout lorsque les résultats des études sont comparés entre eux.

### Quelques définitions du panier d'épicerie...

#### Le panier fixe de l'indice des prix à la consommation (IPC)

Un ensemble de produits qui regroupe des biens et des services présents en proportions quantitatives déterminées et invariables. Les principales composantes de l'IPC sont : le logement, les aliments, les dépenses et équipement du ménage, l'habillement et les chaussures, les transports, la santé et les soins personnels, les loisirs, la formation et la lecture, les boissons alcoolisées et les produits du tabac.

#### Le panier de produits laitiers

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) a défini un panier de produits laitiers à partir de produits jugés nutritifs. Ce panier est constitué de 2 litres de lait de consommation 2 %, 500 g de yogourt, 1 kg de fromage cheddar, 250 g de fromage fondu, 340 g de fromage mozzarella, 1 kg de lait écrémé en poudre, 385 ml de lait évaporé et 2 litres de crème glacée.

Edelman relations publiques mondiales a pour sa part constitué un panier avec 1 litre de lait homogénéisé, 454 g de beurre, 454 g de cheddar, 500 g de yogourt et 2 litres de crème glacée.

#### Le panier de consommation

Statistique Canada a constitué pour Développement des ressources humaines Canada (DRHC) un panier de biens et de services qui sont présumés essentiels à un niveau de vie minimal. Ce panier comprend cinq types de dépenses (nourriture, vêtements et chaussures, logement, transport et autres) que doit assumer une famille de référence formée de deux adultes et de deux enfants.



## Quelles interprétations donner aux chiffres?

Le concept du panier d'épicerie suscite des questions lors de l'interprétation des données. En effet, certaines habitudes d'achat peuvent ne pas être prises en compte dans ce genre de notion. Par exemple, si les citoyens d'une région consomment davantage d'articles de grand format (provenant par exemple de magasins-entrepôts), notamment en raison de la taille des ménages, mais que le panier d'épicerie défini ne reflète pas cette caractéristique, les conclusions de l'enquête risquent d'être moins justes. Il est donc préférable que le panier d'épicerie englobe un large éventail de biens ou services et de types de magasins sondés afin de tenir compte des diverses habitudes de consommation.

Les comparaisons faites sur le plan international suscitent d'autres interrogations. À titre d'exemple, Edelman relations publiques mondiales a réalisé une enquête en février 2000 qui compare le prix de quelques denrées alimentaires en dollars canadiens dans sept grandes villes du monde. Cette enquête révèle que c'est au Québec que le panier d'épicerie coûte le moins cher, Montréal étant la ville de référence. En effet, il apparaît que son prix s'élève à 42,43 \$ à Montréal, 42,86 \$ à Washington, 46,06 \$ à Auckland, 46,94 \$ à Sydney, 61,03 \$ à Londres et, enfin, 63,95 \$ à Paris. Toujours selon la même étude, Montréal arrive au troisième rang quant au prix d'un panier de produits laitiers (15,14 \$), après Sydney (13,71 \$) et Auckland en Nouvelle-Zélande (13,91 \$).

Cependant, cette enquête ne tient pas compte du taux de change, qui influe grandement sur les écarts observés. Par exemple, les prix américains convertis en dollars canadiens augmentaient de 49 % uniquement par le transfert d'unité de mesure puisque le taux de change était de 0,67 \$ US pour 1 dollar canadien. Trois ans plus tard, en 2004, la même comparaison aurait augmenté les prix américains de 30 % en raison du taux de change plus élevé en faveur du Canada (0,77 \$ US = 1 \$ CA).

Un des moyens de contrer cet effet consiste à employer la parité du pouvoir d'achat (PPA). La PPA est le taux de change qui égalise le pouvoir d'achat des monnaies entre pays. Cette mesure représente le rapport du prix d'un bien identique de deux pays exprimé dans leur monnaie respective. Par exemple, si un litre de lait 2 % se vend 1,30 \$ US aux États-Unis et 1,50 \$ CA au Canada, la PPA est de 0,87 \$ US (1,30 \$ / 1,50 \$) par dollar canadien (le Canada étant considéré comme pays de référence). En d'autres mots, 0,87 \$ US permet d'acheter la même quantité de ce produit que le permet 1 \$ CA. En procédant de cette façon pour plusieurs biens ou services, on peut calculer une PPA entre deux pays et l'utiliser pour la comparaison de dépenses internationales. La parité du pouvoir d'achat a aussi l'avantage d'être beaucoup plus stable dans le temps que le taux de change.

La réglementation est également un autre point à considérer. Certains pays ont une législation différente relativement à certains biens ou services de consommation. En effet, les produits laitiers sont beaucoup plus réglementés au Canada qu'aux États-Unis. Cette situation peut amener une plus grande fluctuation des prix au détail de ce secteur aux États-Unis. Ainsi, le moment et la durée de l'étude peuvent être des sources de distorsion des résultats. Des enquêtes à long terme sont susceptibles de mieux représenter la réalité des différents marchés observés.

Enfin, dans certaines analyses, le territoire des enquêtes est quelquefois peu représentatif des différentes facettes d'un pays. Il est peu significatif de dire qu'une étude reflète le coût d'un panier d'épicerie d'un pays lorsque les données proviennent en grande partie de quelques régions seulement. Par exemple, le relevé des prix au détail du lait dans quelques villes du Nord-Est des États-Unis ne peut représenter le prix au détail national états-unien du lait en raison des disparités régionales liées à l'ampleur du territoire.

## Conclusion

Peu importe le type d'enquête utilisé (publique ou privée), il est primordial de bien comprendre et de communiquer les limites de l'enquête lors de comparaisons du coût de l'alimentation. De plus, avant d'émettre un constat, il faut tenir compte de dimensions tel que le revenu, la structure de l'industrie, les caractéristiques sociologiques des consommateurs et, si possible, le prix des aliments. De cette façon, l'interprétation des résultats s'en trouvera améliorée et laissera moins de zones d'incertitudes ou d'incohérence. L'amélioration constante des enquêtes est également à privilégier.

Ainsi, en se basant sur l'enquête de Statistique Canada, il semble qu'un consommateur québécois accapare une part plus importante de son revenu personnel disponible à l'alimentation qu'un canadien en 2001. La particularité de la distribution alimentaire ainsi que les habitudes de consommation des Québécois peuvent apporter des éclairages à ce résultat. Cependant, il est périlleux d'affirmer hors de tout doute que les prix au détail sont plus élevés ici par rapport au reste du Canada.





## Déjà parus

Vol. 8, N° 4	Septembre 2005	Quand l'alimentation fait le grand écart : Entre ses fonctions biologiques- économiques et ses multidimensions sociétales
Vol. 8, N° 3	Avril 2005	L'alimentation santé : quand trois acteurs se rencontrent
Vol. 8, N° 2	Mars 2005	Le débat sur les marges : comment se répartit le dollar dépensé par le consommateur?
Vol. 8, N° 1	Janvier 2005	Les produits biologiques : quel est leur avenir sur le marché canadien?
Vol. 7, N° 1	Mars 2004	Portrait récent des investissements en immobilisations dans l'industrie québécoise de la fabrication des aliments et boissons (1991-2002)
Vol. 6, N° 3	Décembre 2003	L'avenir de la restauration face à la baisse de main-d'oeuvre
Vol. 6, N° 2	Septembre 2003	Le consommateur québécois et ses dépenses alimentaires
Vol. 6, N° 1	Juin 2003	L'industrie des aliments et boissons : un stabilisateur économique
Vol. 5, N° 4 :	Décembre 2002	Intégration et coordination verticales dans la distribution alimentaire : les expériences d'intervenants majeurs
Vol. 5, N° 3 :	Juin 2002	Alimentation : le profil du consommateur et de ses habitudes
Vol . 5, N° 2:	Avril 2002	Transformation alimentaire et exportation : un duo gagnant
Vol. 5, N° 1 :	Février 2002	Les services alimentaires : un menu diversifié à découvrir