

N° 11-621-M2017104 au catalogue

ISSN 1707-0511

ISBN 978-0-660-09326-0

Analyse en bref

Où les Vancouverois sont-ils allés magasiner en 2016? : Un aperçu des ventes des magasins de détail de Vancouver selon le type de centre commercial

par Carey Olineck

Date de diffusion : le 12 septembre 2017



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 STATCAN.infostats-infostats.STATCAN@canada.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

Programme des services de dépôt

- Service de renseignements 1-800-635-7943
- Télécopieur 1-800-565-7757

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 le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2017

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

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

This publication is also available in English.

Où les Vancouverois sont-ils allés magasiner en 2016? : Un aperçu des ventes des magasins de détail de Vancouver selon le type de centre commercial

Évolution du secteur canadien de la vente au détail et les répercussions sur les magasins de vente au détail traditionnels

L'essor rapide du commerce en ligne joue un rôle important dans l'évolution du secteur de la vente au détail au Canada. De 2012 à 2015, les ventes au détail en ligne se sont accrues de 39,5 %¹. Par comparaison, les ventes au détail des magasins traditionnels ont progressé de 14,2 % durant la même période². Si ces tendances suggèrent un déclin du rôle des détaillants traditionnels, elles ne brossent pas un tableau complet de la situation.

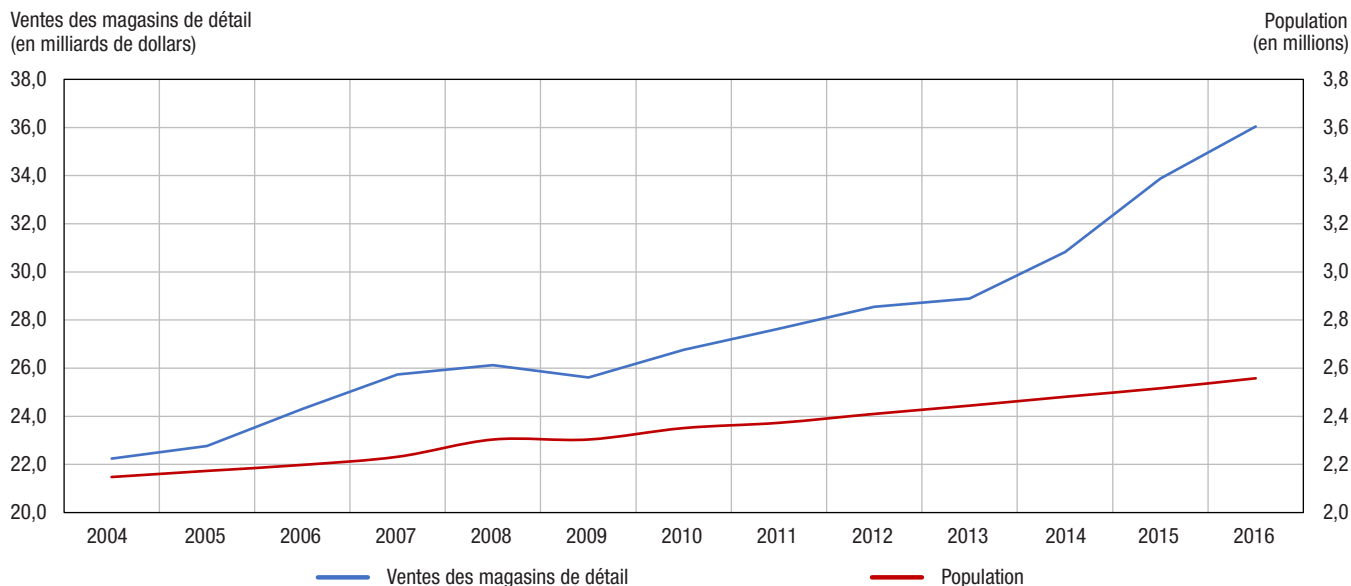
Tout d'abord, bien que les ventes au détail en ligne connaissent une hausse plus marquée que les ventes en magasin, elles demeurent une part très minime du total des ventes au détail – leur part était de seulement 2,2 % en 2016³. Deuxièmement, nombre de détaillants traditionnels adoptent une stratégie de vente au détail à volets multiples, c'est-à-dire qu'ils ont à la fois des magasins et leurs propres sites Web afin de faire concurrence dans le domaine du magasinage en ligne. Troisièmement, certains détaillants en ligne établissent leurs propres magasins traditionnels pour compléter les services qu'ils offrent en ligne. Enfin, pour encourager la circulation à pied dans leurs installations, des propriétaires de centres commerciaux s'efforcent de réinventer l'expérience de magasinage en offrant d'autres services, dont des services alimentaires et du divertissement, ou en adoptant des stratégies d'utilisation mixte comme l'ajout de résidences à leurs établissements.

Cette évolution porte à croire que les détaillants traditionnels conserveront pignon sur rue. Dans certains cas, ils déménageront dans des centres commerciaux. Il est donc important de recueillir des données sur les ventes des détaillants des centres commerciaux, car ces données peuvent aider les planificateurs urbains et les promoteurs de centres commerciaux dans la planification de nouveaux centres. Le présent document donne un aperçu de la distribution des ventes au détail entre les détaillants des centres commerciaux et les détaillants ayant leur propre bâtiment dans la région métropolitaine de recensement (RMR) de Vancouver en 2016.

Aperçu du marché de la vente au détail à Vancouver

L'une des raisons d'avoir choisi la RMR de Vancouver dans le cadre de cette recherche est l'essor rapide de son marché de la vente au détail, appuyé notamment par la forte croissance de sa population. De 2004 à 2016, les détaillants de la RMR de Vancouver ont vu leurs ventes augmenter pour passer de 22,2 milliards de dollars à 36,0 milliards de dollars, ce qui représente une hausse de 62,0 %⁴. Durant la même période, la population de la RMR de Vancouver a crû, passant de 2,1 millions d'habitants à 2,6 millions, soit une hausse de 19,4 %⁵. Par ailleurs, on prédit une croissance supplémentaire de 26,4 % de la population de la RMR de Vancouver au cours des 20 prochaines années, ce qui est susceptible de nécessiter la planification de l'emplacement de nouveaux centres commerciaux⁶.

Graphique 1
Ventes des magasins de détail et de la population à la RMR de Vancouver de 2004 à 2016



Sources : BC Stats. Non daté. *Population Estimates – Province of British Columbia*. Dernière mise à jour en janvier 2016.
Statistique Canada. Non daté. Tableau 080-0020 – *Commerce de détail, ventes selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 22 juin 2017.

Types de centres commerciaux

Il existe dix types majeurs de centres commerciaux, que l'on peut regrouper en quatre catégories communes – les centres commerciaux traditionnels, les centres commerciaux spécialisés, les détaillants hybrides et les immeubles de vente au détail à usages multiples. On peut également classer les centres commerciaux selon plusieurs caractéristiques, dont leurs dimensions, leur nombre de magasins piliers, leur utilisation ou concept dominant, et le rayon de la zone qu'ils desservent. La taille de cette zone commerciale peut varier selon le type de centre commercial (voir tableau 1 ci-dessous pour une description de ces caractéristiques)⁷.

Tableau 1
Types de centres commerciaux

Type de centre commercial	Superficie brute de location (en pieds carrés)	Caractéristiques principales	Zone commerciale (en kilomètres)
Centres commerciaux traditionnels			
Mégacentre commercial régional	Plus de 800 000	Généralement intérieur, avec une combinaison de magasins piliers. Offre une plus grande variété que les centres commerciaux régionaux.	10 km à 30 km
Centre commercial régional	300 000 à 799 999	Généralement intérieur, avec une combinaison de magasins piliers.	8 km à 20 km
Centre communautaire	100 000 à 400 000	Centre en plein air dont les locataires offrent des produits et des services de tous les jours. Offre plus de variété que les centres de voisinage.	5 km à 8 km
Centre de voisinage	40 000 à 99 999	Centre à ciel ouvert conçu pour la vente de biens de tous les jours.	moins de 5 km
Comptoir urbain	10 000 à 39 999	Centre à ciel ouvert dont les locataires offrent un éventail limité de biens.	moins de 2 km
Centres commerciaux spécialisés			
Mégacentre commercial	100 000 à 1 000 000	Centre à ciel ouvert qui comprend souvent au moins trois détaillants à grande surface.	8 km à 20 km
Magasin d'usine	50 000 à 400 000	Composé de fabricants et de détaillants distincts qui vendent des biens de leur propre marque à prix réduit.	20 km à 50 km
Centre commercial à ciel ouvert	Au moins 50 000	Souvent situé dans un quartier résidentiel aisé. Dessert les clients vivant dans la zone commerciale.	10 km à 20 km
Détaillant hybride	Au moins 250 000	Combine les éléments prédominants d'au moins deux types de centres commerciaux traditionnels ou spécialisés.	Dépend de la composition
Édifice de vente au détail à usages multiples	Au moins 50 000	Édifice ayant des fonctions non liées à la vente au détail (résidences, bureaux, hôtel, etc.) mais pour lequel la vente au détail représente une source de revenu importante.	Dépend de la composition

Source : International Council of Shopping Centers. 2010. *Canadian Retail Real Estate Standard: A Framework for Shopping Centre and Other Retail Format Definitions*. Dernière mise à jour en décembre 2010.

Nombre de centres commerciaux de la RMR de Vancouver en 2016

Vancouver comptait 209 centres commerciaux en 2016⁸. Le type le plus commun était le centre de voisinage, auquel appartenait 38,3 % des centres commerciaux de Vancouver (voir tableau 2).

Tableau 2
Nombre des types de centres commerciaux à la RMR de Vancouver en 2016

Type de centre commercial	Nombre	En pourcentage
Centre voisinage	80	38,3
Centre communautaire	45	21,5
Édifice de vente au détail à usages multiples	35	16,7
Comptoir urbain	14	6,7
Mégacentre commercial	14	6,7
Centre commercial régional	12	5,7
Centre commercial à ciel ouvert	4	1,9
Mégacentre commercial régional	4	1,9
Détaillant hybride	1	0,5
Magasin d'usine	0	0,0
Total	209	100,0

Source : Monday Report's Canadian Directory of Shopping Centres, 2016. *Number of Shopping Centres by Type in the Vancouver CMA for 2016*. (base de données).

Les mégacentres commerciaux régionaux sont en général les centres ayant la plus grande superficie brute de location, mais même les régions métropolitaines majeures ne peuvent en soutenir que quelques-uns; par exemple, Vancouver en a quatre.

Un autre facteur limite le nombre de mégacentres commerciaux régionaux dans la plupart des régions métropolitaines majeures : comme une bonne partie de la croissance de la population a lieu en banlieue, les promoteurs de centres commerciaux privilégient d'autres types de centres tels que les mégacentres commerciaux, soit des centres à ciel ouvert d'une superficie entre 200 000 et 1 000 000 pieds carrés. Un mégacentre commercial peut compter plusieurs magasins piliers – surtout des détaillants à grande surface ou de dimensions moyennes – pouvant avoir leur propre bâtiment ou être interconnectés.

Nombre de détaillants dans la RMR de Vancouver

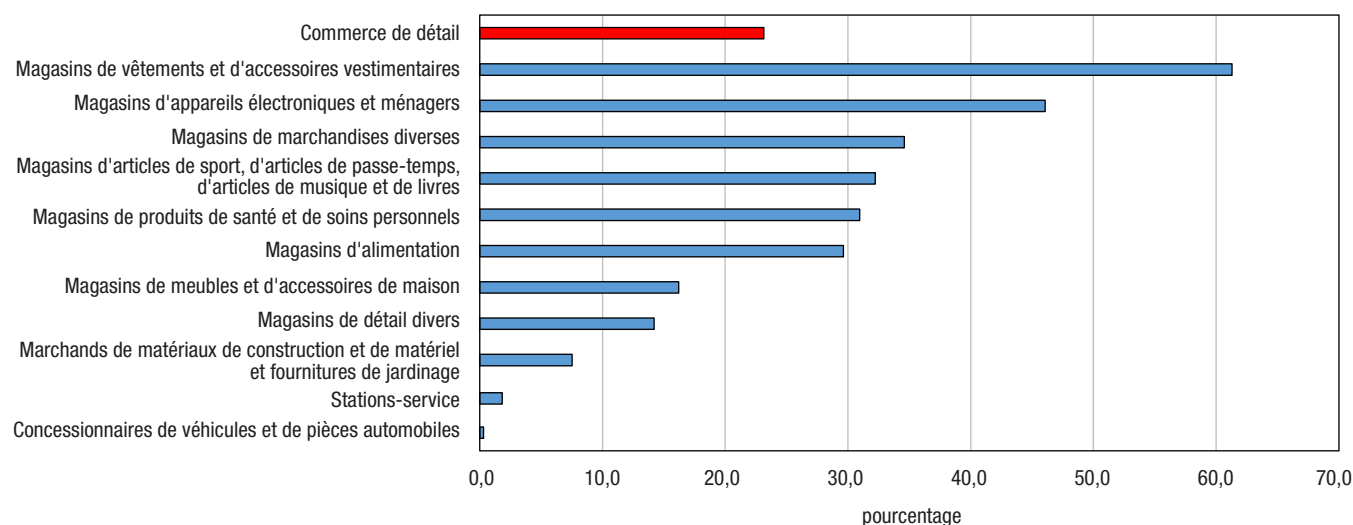
En 2016, 9 429 détaillants desservaient la RMR de Vancouver. Parmi ces détaillants, 2 173 (soit 23 %) se trouvaient dans l'un des sept types de centres commerciaux couverts par cette étude (mégacentres régionaux, centres régionaux, centres communautaires, mégacentres, immeubles de vente au détail à usages multiples, détaillants hybrides et centres à ciel ouvert). Les 77 % restants des détaillants avaient soit leur propre bâtiment, ou se trouvaient dans les deux types de centres commerciaux non couverts par l'étude : les centres de voisinage et les comptoirs urbains.

Les détaillants des centres commerciaux jouent un grand rôle dans de nombreuses industries de la vente au détail

Au niveau du secteur de la vente au détail, 23,1 % des ventes des détaillants de la RMR de Vancouver en 2016 ont été réalisées par des détaillants situés dans des centres commerciaux.

Au niveau des sous-secteurs de la vente au détail, les détaillants des centres commerciaux comptent pour une bonne part des ventes de nombreux types de magasins (voir graphique 2). Par exemple, 61,3 % des ventes au détail de vêtements et d'accessoires vestimentaires et 46,1 % des ventes au détail d'appareils électroniques et électroménagers ont été réalisées par des détaillants situés dans un centre commercial.

Graphique 2
Ventes des magasins de détail à la RMR de Vancouver situés dans un centre commercial, selon le secteur de commerce au détail en 2016

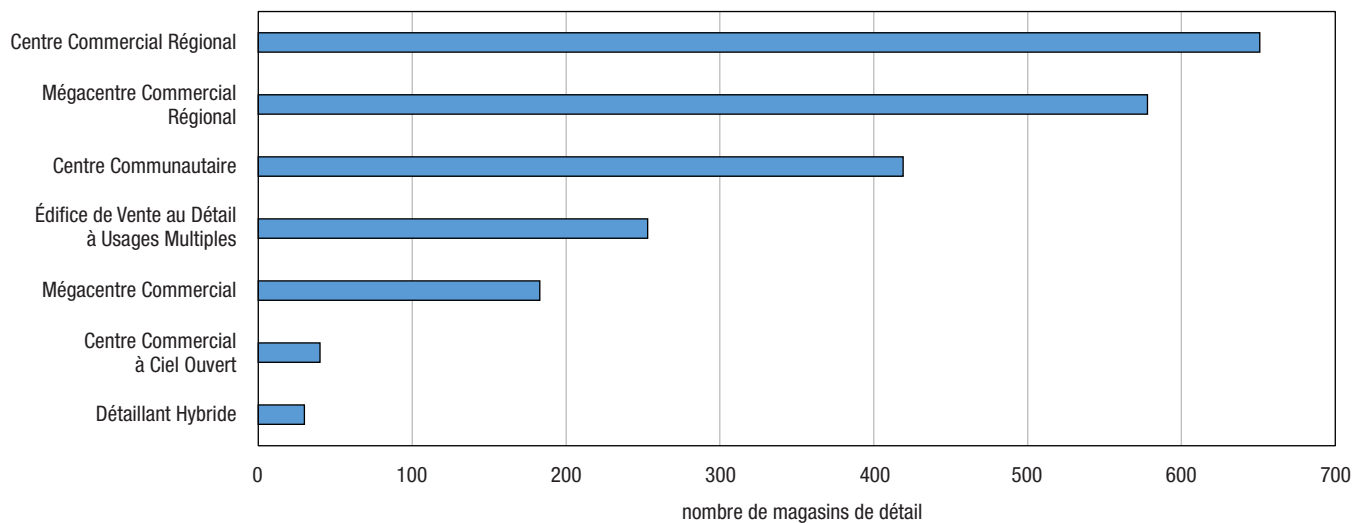


Les détaillants de certains sous-secteurs ont moins tendance à s'installer dans des centres commerciaux. C'est le cas des concessionnaires automobiles et des vendeurs de pièces de véhicules, dont moins de 0,3 % des ventes sont réalisées dans des centres commerciaux. Ce sont les caractéristiques de base de leurs produits qui font en sorte que ces détaillants s'installent rarement dans des centres commerciaux. Les dimensions des voitures et des véhicules récréatifs nécessitent un établissement d'une grande superficie. Étant donné le coût élevé de l'espace à louer des centres commerciaux, les concessionnaires ont tendance à s'installer dans des immeubles indépendants, généralement à l'écart du noyau urbain des grands centres métropolitains.

Nombre de détaillants selon le type de centre commercial

Exception faite des concessionnaires automobiles et des vendeurs de pièces de véhicules ainsi que des stations-service, 26,7 % des détaillants sont situés dans l'un des sept types de centres commerciaux visés par cette étude. Parmi les 2 154 détaillants classés comme étant situés dans un centre commercial, 30,2 % se trouvaient dans un centre régional, 26,8 % dans un mégacentre régional, 19,5 % dans un centre communautaire, 11,7 % dans un immeuble de vente au détail à usages multiples, 8,5 % dans un mégacentre, et 3,3 % dans un centre à ciel ouvert ou un détaillant hybride (voir le graphique 3).

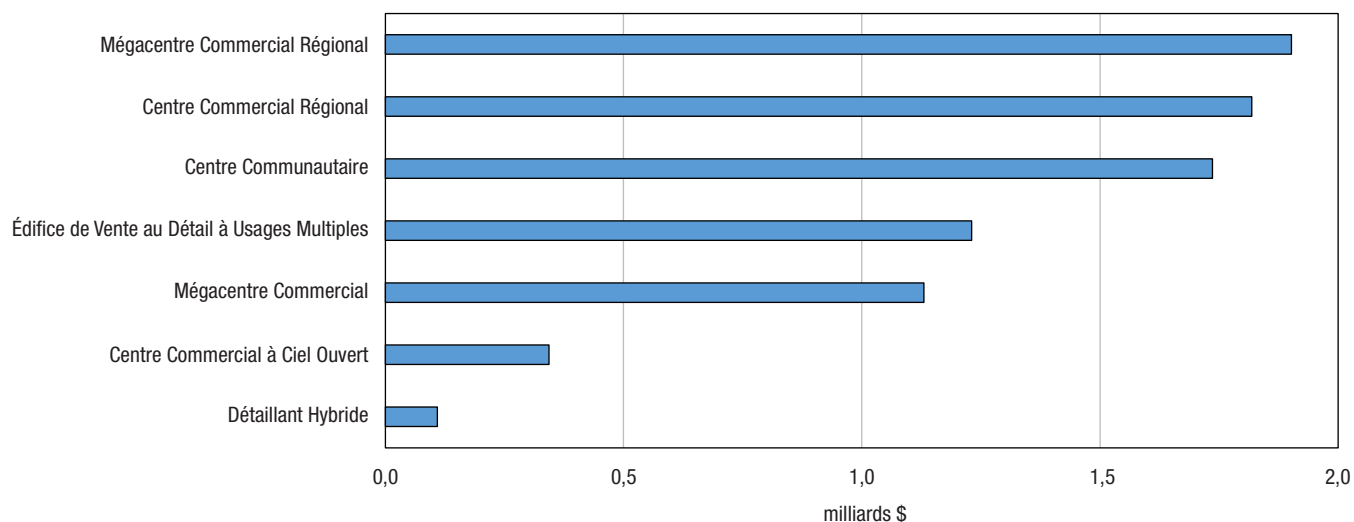
Graphique 3
Nombre de magasins de détail à la RMR de Vancouver selon le type de centre commercial en 2016



Ventes des détaillants selon le type de centre commercial

Hormis les industries et les types de centres commerciaux mentionnés précédemment, les détaillants situés dans des centres commerciaux ont généré des ventes au détail totales de 8,2 milliards de dollars, ce qui correspond à 33,3 % de toutes les ventes des détaillants de Vancouver en 2016. Avec des ventes totalisant 1,9 milliards de dollars, les détaillants situés dans des mégacentres commerciaux régionaux ont représenté la plus grande part de toutes les ventes au détail effectuées dans des centres commerciaux (voir le graphique 4). Cette proportion élevée s'explique par leur vaste surface à louer – les mégacentres commerciaux régionaux peuvent accueillir davantage de détaillants que les autres types de centres commerciaux, à l'exception des centres régionaux.

Graphique 4
Ventes des magasins de détail à la RMR de Vancouver selon le type de centre commercial en 2016



Sommaire

Les détaillants situés dans des centres commerciaux ont réalisé près du quart du total des ventes au détail en magasin de la RMR de Vancouver en 2016. Si l'on exclut les sous-secteurs de la vente au détail dont les détaillants ont tendance à s'installer dans des immeubles indépendants, dont les concessionnaires automobiles, les vendeurs de pièces de véhicules et les stations-service, plus du tiers des ventes au détail en magasin ont été réalisées par des détaillants situés dans l'un des sept types de centres commerciaux couverts par cette étude.

Si les détaillants situés dans des centres commerciaux occupent une grande part du marché de la vente au détail de Vancouver, c'est particulièrement le cas dans certains sous-secteurs tels que les vêtements et accessoires vestimentaires et les appareils électroniques et électroménagers.

De tous les types de centres commerciaux, ce sont les mégacentres régionaux, les centres régionaux et les centres communautaires qui ont généré le plus de ventes au détail en centre commercial à Vancouver en 2016.

Notes sur la méthodologie et termes

Le type de centre commercial a été ajouté comme attribut au cadre des détaillants de la RMR de Vancouver en consultant les sites Web des centres commerciaux pour y trouver la mention des détaillants figurant dans le cadre de Statistique Canada. Pour les centres commerciaux n'ayant pas de site Web, on a recherché le code postal du détaillant dans la base de sondage et dans Google Maps.

Dans cette étude, seuls les commerçants du secteur de la vente au détail sont comptés dans le calcul des ventes au détail des centres commerciaux. Les autres fournisseurs de services des centres commerciaux, par exemple les services bancaires et alimentaires (aussi bien les restaurants avec service aux tables que les restaurants des foires alimentaires), sont exclus de cette étude.

Terminologie

Centre commercial

Un centre commercial est une propriété de vente au détail qui est planifiée, construite et gérée à titre d'entité unique et qui appartient à une seule partie. Un centre commercial est constitué de plusieurs unités commerciales et offre au moins 10 000 pieds carrés de superficie brute de location.

Région métropolitaine de recensement (RMR)

Une région métropolitaine de recensement (RMR) est formée d'une ou de plusieurs municipalités adjacentes situées autour d'un centre de population (aussi appelé le noyau). Une RMR doit avoir une population totale d'au moins 100 000 habitants et son noyau doit compter au moins 50 000 habitants.

Superficie brute de location (SBL)

La superficie brute de location signifie l'espace de plancher total conçu pour l'occupation et l'usage exclusif d'un locataire pour la vente au détail. On la mesure de la ligne médiane des murs mitoyens au centre des murs extérieurs. Elle comprend à la fois l'espace du propriétaire et l'espace à louer.

Notes

1. Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0032 – Commerce de détail, ventes totales et ventes par commerce électronique* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 20 juillet 2017.

<http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800032&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).

2. Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0031 – Enquête annuelle sur le commerce de détail, méthode de vente* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 21 juillet 2017.

<http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800031&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).

3. Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0033 – Ventes au détail par commerce électronique, non-désaisonnalisées* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 22 juin 2017.

<http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800033&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 29 juin 2017).

4. Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0020 – Commerce de détail, ventes selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 22 juin 2017.

<http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800020&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).

5. BC Stats. Non daté. *Population Estimates – Province of British Columbia*. Dernière mise à jour en janvier 2016. <http://www2.gov.bc.ca/gov/content/data/statistics/people-population-community/population/population-estimates> (consulté le 23 juin 2017).

6. BC Stats. Non daté. *Population Projections, British Columbia and Sub-provincial – BC Stats*. Dernière mise à jour en août 2016. <http://www.bcstats.gov.bc.ca/apps/PopulationProjections.aprx> (consulté le 23 juin 2017).

7. International Council of Shopping Centers. 2010. *Canadian Retail Real Estate Standard: A Framework for Shopping Centre and Other Retail Format Definitions*. Dernière mise à jour en décembre 2010. <https://c.ymcdn.com/sites/www.realpac.ca/resource/resmgr/research/icsc-canadianshopping-centre.pdf> (consulté le 15 juin 2017).

8. Monday Report's Canadian Directory of Shopping Centres. 2016. *Number of Shopping Centres by Type in the Vancouver CMA for 2016*. (base de données).

Bibliographie

BC Stats. Non daté. *Population Estimates – Province of British Columbia*. Dernière mise à jour en janvier 2016. <http://www2.gov.bc.ca/gov/content/data/statistics/people-population-community/population/population-estimates> (consulté le 23 juin 2017).

BC Stats. Non daté. *Population Projections, British Columbia and Sub-provincial – BC Stats*. Dernière mise à jour en août 2016. <http://www.bcstats.gov.bc.ca/apps/PopulationProjections.aprx> (consulté le 23 juin 2017).

International Council of Shopping Centers. 2010. *Canadian Retail Real Estate Standard: A Framework for Shopping Centre and Other Retail Format Definitions*. Dernière mise à jour en décembre 2010. <https://c.ymcdn.com/sites/www.realpac.ca/resource/resmgr/research/icsc-canadianshopping-centre.pdf> (consulté le 15 juin 2017).

Monday Report's Canadian Directory of Shopping Centres. 2016. *Number of Shopping Centres by Type in the Vancouver CMA for 2016*. (base de données).

Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0032 – Commerce de détail, ventes totales et ventes par commerce électronique* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 20 juillet 2017. <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800032&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).

Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0031 – Enquête annuelle sur le commerce de détail, méthode de vente* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 21 juillet 2017. <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800031&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).

Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0033 – Ventes au détail par commerce électronique, non-désaisonnalisées* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 22 juin 2017. <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800033&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 29 juin 2017).

Statistique Canada. Non daté. *Tableau 080-0020 – Commerce de détail, ventes selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)* (tableau). CANSIM (base de données). Dernière mise à jour le 22 juin 2017. <http://www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?lang=fra&retrLang=fra&id=0800020&pattern=&stByVal=1&p1=1&p2=50&tbMode=dataTable&csid=> (consulté le 21 juillet 2017).