

STATCAN ET LA COVID-19: DES DONNÉES AUX CONNAISSANCES, POUR BÂTIR UN CANADA MEILLEUR

Le commerce de détail électronique et la COVID-19 : comment le magasinage en ligne a ouvert des portes pendant que beaucoup se fermaient

par Jason Aston, Owen Vipond, Kyle Virgin et Omar Youssouf

Date de diffusion : le 24 juillet 2020

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

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représentée par le ministre de l'Industrie 2020

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.

Le commerce de détail électronique et la COVID-19 : comment le magasinage en ligne a ouvert des portes pendant que beaucoup se fermaient

par Jason Aston, Owen Vipond, Kyle Virgin et Omar Youssouf

En mars 2020, de nouvelles mesures destinées à ralentir la propagation de la COVID-19 ont eu une nette incidence sur la façon dont les consommateurs effectuaient leurs achats au détail. Tandis que les entreprises fermaient ou modifiaient leurs activités en magasin, et que les consommateurs étaient appelés à pratiquer la distanciation physique, l'option de faire des achats en ligne est devenue une importante solution de rechange à la fréquentation en personne d'un magasin de détail canadien. De février à mai 2020, les ventes au détail totales ont diminué de 17,9 %. Cependant, les ventes au détail du commerce électronique ont presque doublé (+99,3 %), certains détaillants s'en remettant davantage à cette méthode de vente.

La présente étude examine les différentes tendances du commerce électronique observées dans l'ensemble des industries du secteur du commerce de détail canadien¹. Les données contenues dans le présent article seront périodiquement mises à jour en fonction de l'évolution de la conjoncture du secteur du commerce de détail au Canada. Ces mises à jour permettront également d'analyser à plus long terme l'incidence de cette méthode de vente, et notamment d'évaluer si le commerce de détail électronique reviendra aux niveaux observés avant la pandémie de COVID-19.

Les ventes au détail du commerce électronique atteignent un sommet inégalé

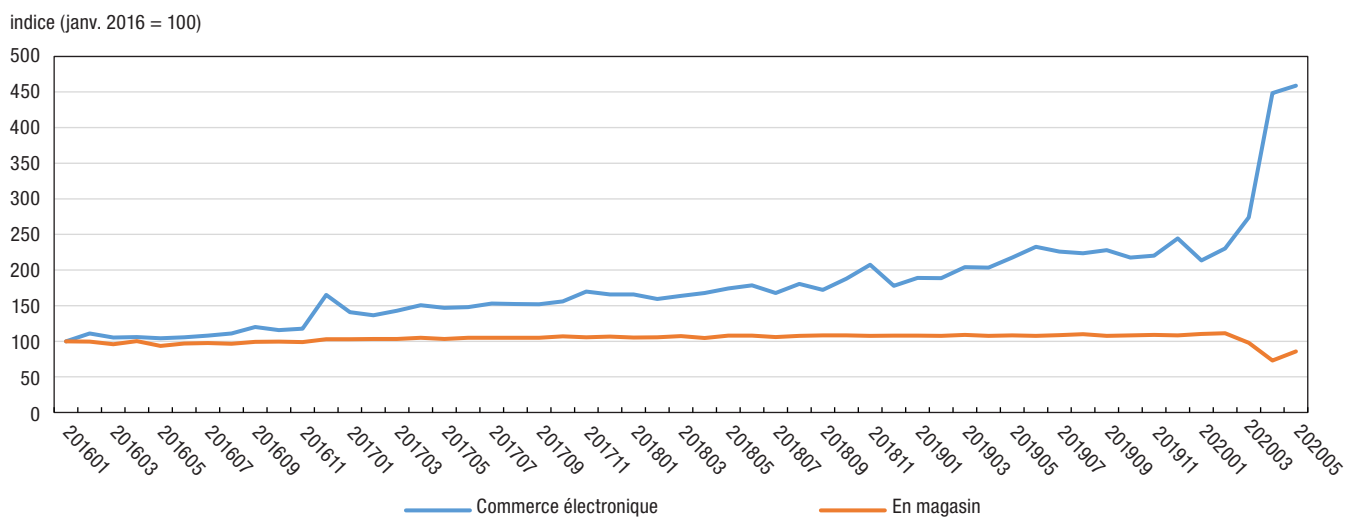
Les ventes au détail du commerce électronique ont atteint un niveau sans précédent de 3,9 milliards de dollars en mai, une hausse de 2,3 % par rapport à avril et une hausse de 99,3 % par rapport à février (2,0 milliards de dollars). D'une année à l'autre, les ventes du commerce électronique ont plus que doublé, affichant une augmentation de 110,8 % comparativement à mai 2019.

Ces hausses record du commerce électronique ont coïncidé avec des baisses record des ventes au détail totales. Les données d'avril mettent en relief les répercussions de la COVID-19. Les ventes au détail ont chuté pour atteindre 33,9 milliards de dollars en avril, en baisse de 29,1 % par rapport à février et de 26,4 % par rapport à avril 2019. Alors que le commerce électronique a connu une progression mensuelle de 63,8 % en avril, les ventes en magasin ont chuté de 25,3 % (graphique 1). En mai, les ventes au détail totales ont commencé à se redresser, atteignant 39,3 milliards de dollars.

1. Les entreprises qui vendent des biens et des services aux Canadiens en ligne par l'entremise d'entités juridiques opérationnelles étrangères ne sont pas prises en compte dans les enquêtes-entreprises canadiennes. De plus amples renseignements sur la mesure du commerce électronique au Canada se trouvent dans [cette infographie sur le commerce électronique](#).

Graphique 1

Ventes au détail du commerce électronique par rapport aux ventes en magasin, données mensuelles indexées



Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Les ventes au détail du commerce électronique ont affiché une progression constante, la proportion des ventes en ligne étant passé de 2,4 % en 2016 à 4,0 % en 2019. Le mois d'avril marque le point culminant de l'impact de la COVID-19, la proportion des ventes du commerce électronique passant de 3,8 % en avril 2019 à un niveau record de 11,4 % en avril 2020. En mai, comme l'environnement de la vente au détail au Canada permettait un plus grand nombre d'achats en magasin, la proportion des ventes au détail du commerce électronique était de 10,0 %.

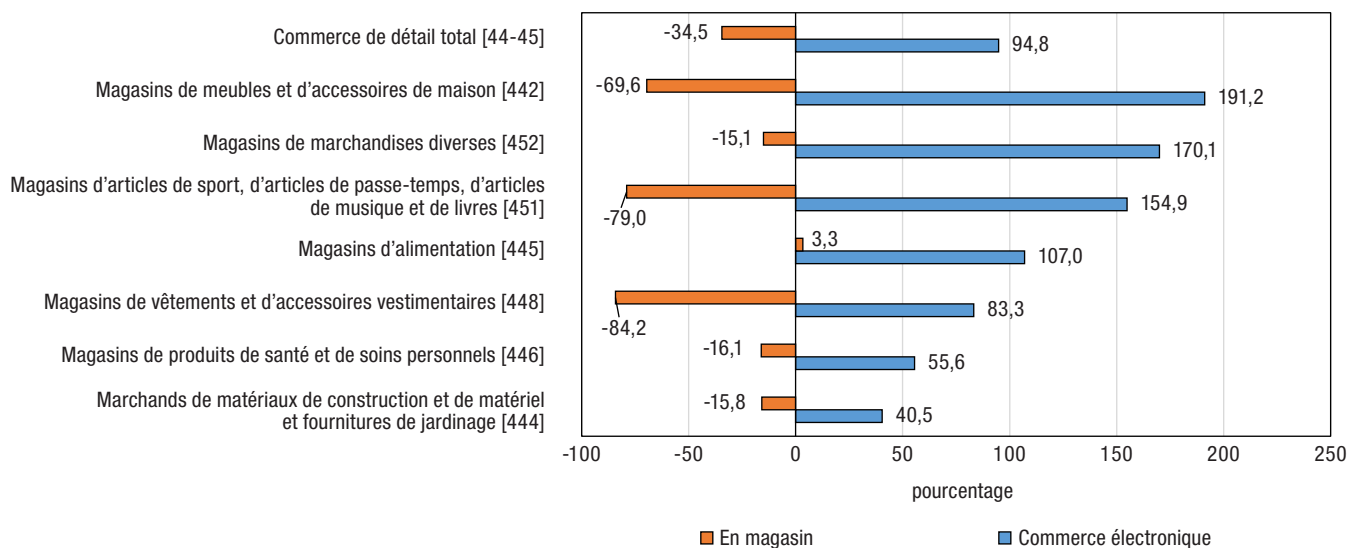
Les ventes du commerce électronique ont augmenté davantage chez les détaillants non essentiels

Les 11 sous-secteurs du commerce de détail enregistrant des ventes provenant du commerce électronique ont tous vu croître leurs ventes en ligne en raison de la COVID-19 (graphique 2). De février à avril 2020, seul le sous-secteur des aliments et des boissons a connu à la fois une hausse des ventes en magasin (+3,3 %) et une augmentation en flèche du commerce électronique (+107,0 %). Toutefois, les ventes en magasin ont diminué pour les magasins de marchandises diverses (-15,1 %), les marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage (-15,8 %) et les magasins de soins de santé et de soins personnels (-16,1 %). Ces sous-secteurs ont inscrit des baisses relativement modérées comparativement à d'autres exploitations de magasins traditionnels.

En revanche, d'autres sous-secteurs du commerce de détail, comme les magasins de meubles et d'accessoires de maison (-69,6 %), les magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres (-79,0 %) et les magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (-84,2 %), ont connu des replis beaucoup plus prononcés de leurs ventes en magasin de février à avril 2020. Alors que les ventes en magasin diminuaient pour ces sous-secteurs, les ventes du commerce électronique augmentaient.

Graphique 2

Variations des ventes en magasin et du commerce électronique pendant la COVID-19 pour certains sous-secteurs, février à avril 2020



Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

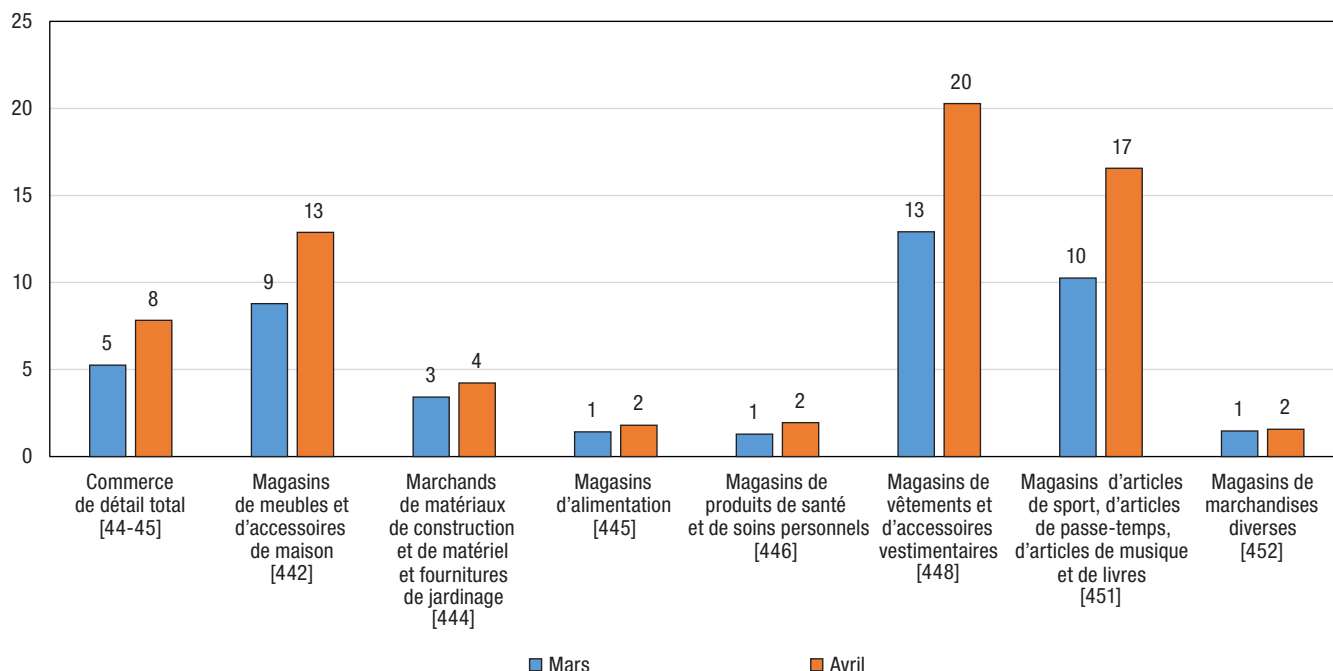
Les fermetures d'entreprise obligatoires qui ont empêché les détaillants de réaliser des ventes traditionnelles en magasin ont entraîné un plus grand virage vers le commerce électronique. Parallèlement, les magasins d'alimentation — des services essentiels qui ont été autorisés à rester ouverts — ont connu une augmentation de 38 % des ventes de produits alimentaires au cours de la deuxième semaine de mars par rapport à 2019, et une montée en croissance des ventes de certains produits de soins personnels². Pour ces sous-secteurs, l'importance des ventes en magasin est évidente puisque le commerce électronique n'était pas la seule méthode de vente possible contrairement à certains détaillants non essentiels. En général, les sous-secteurs qui comptaient plus d'établissements obligés de fermer (graphique 3) sont devenus plus dépendants du commerce électronique.

2. Les consommateurs canadiens se préparent pour la COVID-19, Statistique Canada.

Graphique 3

Nombre moyen de jours de fermeture des établissements de détail, certains sous-secteurs, mars et avril 2020

nombre moyen de jours



Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Répercussions à long terme

La pandémie de COVID-19 aura-t-elle des répercussions durables sur le secteur du commerce de détail? Les petites entreprises se tournent de plus en plus vers les plateformes de commerce électronique et les utilisent de façons novatrices³. La structure de l'industrie du commerce de détail au Canada pourrait changer, selon la mesure dans laquelle les Canadiens continuent de choisir les options d'achat par commerce électronique ou reviennent aux méthodes d'achat traditionnels. De toute évidence, le paysage du commerce de détail évoluera.

3. Par exemple, [Shopify a fait état d'une augmentation de 62 % du nombre de nouveaux magasins créés du 13 mars 2020 au 24 avril 2020, comparativement aux six semaines précédentes](#), et [Shop Local Ontario a offert des marchés fermiers virtuels auxquels ont participé près de 250 producteurs de partout en Ontario](#).

Note aux lecteurs

À moins d'avis contraire, toutes les données qui figurent dans la présente analyse sont désaisonnalisées et exprimées en dollars courants.

Selon une utilisation standard du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), tous les détaillants qui pratiquent uniquement la vente au détail par Internet sont regroupés sous le code 45411 du SCIAN, peu importe le sous-secteur du commerce de détail auquel ils appartiennent. Dans la présente étude, aux fins du calcul des ventes du commerce électronique selon le sous-secteur, les établissements classés sous le code 45411 du SCIAN ont été intégrés au code du SCIAN de leurs magasins physiques. De plus, les établissements pour lesquels il n'existe pas de magasins physiques se sont vu attribuer un nouveau code en fonction des produits qu'ils vendent. De ce fait, les chiffres diffèrent lorsque les données du présent article sont comparées aux données des communiqués de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail de Statistique Canada.

Les biens et les services vendus en ligne aux consommateurs canadiens par des entités juridiques exerçant leurs activités à l'étranger ne sont pas inclus dans les chiffres des ventes au détail au Canada.

Annexe

Tableau A
Ventes au détail annuelles selon la méthode de vente (% du total)

SCIAN	Méthode	2016	2017	2018	2019	2020
		pourcentage				
Commerce de détail [44-45]	En magasin	97,6	97,1	96,7	96,0	93,4
	Commerce électronique	2,4	2,9	3,3	4,0	6,6
Concessionnaires de véhicules et de pièces automobiles [441]	En magasin	99,6	99,4	99,1	98,5	98,2
	Commerce électronique	0,4	0,6	0,9	1,5	1,8
Magasins de meubles et d'accessoires de maison [442]	En magasin	97,8	96,9	95,3	93,4	83,6
	Commerce électronique	2,2	3,1	4,7	6,6	16,4
Magasins d'appareils électroniques et ménagers [443]	En magasin	83,0	81,7	79,2	71,0	56,5
	Commerce électronique	17,0	18,3	20,8	29,0	43,5
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage [444]	En magasin	99,3	99,0	99,0	98,8	98,4
	Commerce électronique	0,7	1,0	1,0	1,2	1,6
Magasins d'alimentation [445]	En magasin	99,7	99,5	99,4	99,3	98,8
	Commerce électronique	0,3	0,5	0,6	0,7	1,2
Magasins de produits de santé et de soins personnels [446]	En magasin	98,4	96,4	96,3	94,5	92,7
	Commerce électronique	1,6	3,6	3,7	5,5	7,3
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires [448]	En magasin	91,6	92,0	91,1	89,4	76,4
	Commerce électronique	8,4	8,0	8,9	10,6	23,6
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres [451]	En magasin	93,5	91,1	89,5	87,7	73,0
	Commerce électronique	6,5	8,9	10,5	12,3	27,0
Magasins de marchandises diverses [452]	En magasin	97,5	97,4	97,1	97,1	95,0
	Commerce électronique	2,5	2,6	2,9	2,9	5,0
Magasins de détail divers [453]	En magasin	87,5	82,6	83,6	85,4	80,4
	Commerce électronique	12,5	17,4	16,4	14,6	19,6

Source : Statistique Canada, Programme de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail.