

StatCan et la COVID-19 :

Des données aux connaissances, pour bâtir un Canada meilleur



Changements apportés aux stratégies de commerce électronique des entreprises canadiennes pendant la pandémie de COVID-19

par Gabrielle Asselin et Howard Bilodeau

Date de diffusion : le 29 novembre 2022



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 |

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 le Roi du chef du Canada, représenté par le ministre de l'Industrie 2022

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.



Changements apportés aux stratégies de commerce électronique des entreprises canadiennes pendant la pandémie de COVID-19

Par **Gabrielle Asselin** et **Howard Bilodeau**

Le début de la pandémie de COVID-19 a contraint de nombreuses entreprises canadiennes à modifier leur modèle d'affaires pour s'adapter aux restrictions économiques et à la demande accrue de biens et services en ligne. Cet article met en évidence certains changements apportés aux stratégies de commerce électronique des entreprises canadiennes de 2019 à 2021.

Selon l'Enquête canadienne sur la situation des entreprises menée au deuxième trimestre de 2022, depuis 2020, la moitié des établissements canadiens (51 %) ont mis en place des innovations pour répondre à l'évolution de la situation des entreprises ou des restrictions relatives à la pandémie, tandis qu'un autre 42 % ont innové pour atténuer les répercussions de la COVID-19 sur la santé et prévenir la propagation de la maladie¹. Les résultats de l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet² (ETNUI) rendent également compte de ces constatations; dans le contexte de la pandémie en 2021, le tiers (33 %) des entreprises canadiennes (comptant cinq employés ou plus) ont reçu des commandes ou effectué des ventes de biens et services sur Internet, ce qui représente une hausse par rapport aux 25 % observés en 2019, avant la pandémie.

Les entreprises canadiennes perfectionnent leurs sites Web et leurs applications

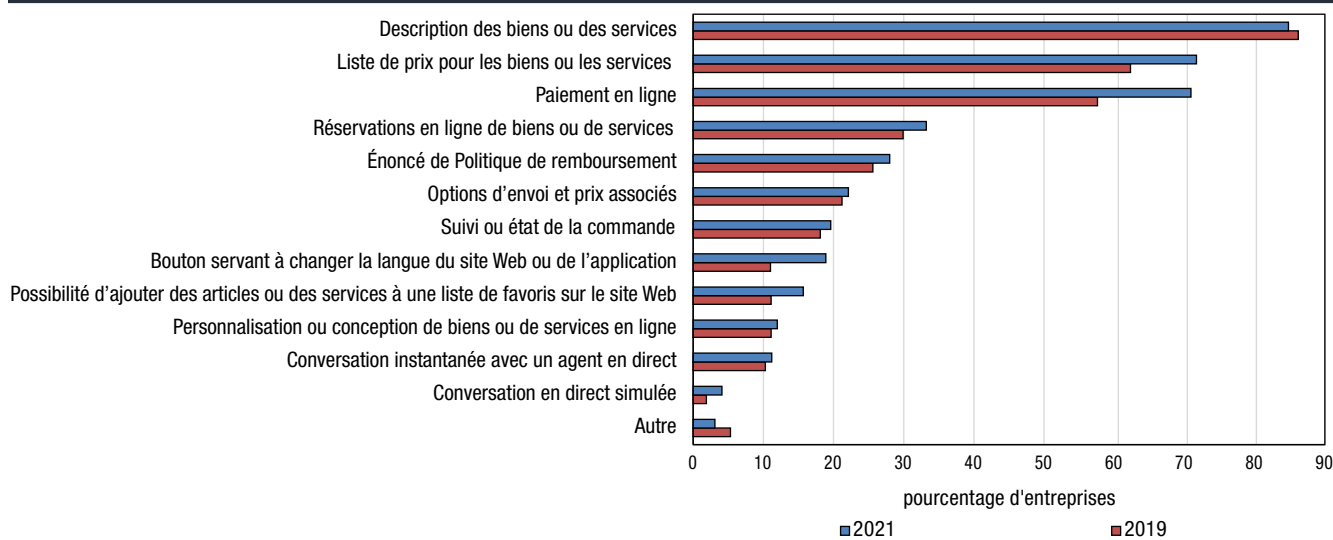
Bien que la pandémie de COVID-19 a motivé de nombreuses entreprises à vendre en ligne pour la première fois, elle en a également incité d'autres à rendre leurs offres en ligne plus poussée. En 2021, les entreprises canadiennes qui réalisent des ventes par les biais de leurs sites Web ou de leurs applications disposaient en moyenne 4,0 fonctionnalités de commerce électronique sur ces sites Web ou ces applications, soit une augmentation de 12 % par rapport à 2019, année où les entreprises disposaient en moyenne 3,5 fonctionnalités de commerce électronique. Des tendances similaires ont été identifiées parmi les entreprises de toutes tailles.

Les fonctionnalités de commerce électronique les plus courantes sur les sites Web ou les applications des entreprises réalisant des ventes en ligne en 2021 étaient une description des biens ou des services (85 %), une liste des prix des biens ou services (72 %) et des options de paiement en ligne (71 %). Le pourcentage de vendeurs recourant au commerce électronique qui ont proposé des options de paiement en ligne sur leurs sites Web ou leurs applications a augmenté de 13 points de pourcentage par rapport à 2019.

1. L'Enquête canadienne sur la situation des entreprises vise les établissements, tandis que l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet vise les entreprises. Une entreprise peut avoir plusieurs établissements, alors il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare les deux sources de données.
2. Les résultats pour 2021 de l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet ont été publiés dans [Le Quotidien](#) le 13 septembre 2022. Cet article développe les tendances du commerce électronique mises en évidence dans l'article du Quotidien.



Graphique 1
Fonctionnalités liées au commerce en ligne des sites Web ou des applications des entreprises canadiennes ayant réalisé des ventes en ligne, 2019 et 2021



Source : Statistique Canada, Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet, 2019 et 2021.

Un plus grand nombre d'entreprises canadiennes déclarent rencontrer des difficultés à effectuer des ventes en ligne

À mesure que les ventes en ligne ont augmenté pendant la pandémie, la proportion de vendeurs déclarant avoir rencontré des difficultés pour effectuer des ventes en ligne a fait de même (18 % en 2021 comparativement à 14 % en 2019). Les petits vendeurs étaient plus susceptibles de signaler des difficultés (19 %) que les grands vendeurs (14 %) en 2021. Il s'agit d'une relation inverse par rapport aux résultats de l'enquête de 2019, année où davantage de grands vendeurs (17 %) que de petits vendeurs (13 %) ont déclaré avoir rencontré des difficultés.

La différence dans les difficultés liées au commerce électronique rencontrées par les petites et les grandes entreprises a été la plus marquée dans le secteur des services d'hébergement et de restauration. Comme les restrictions économiques ont motivé beaucoup plus de petites entreprises de ce secteur à vendre en ligne (+29 points de pourcentage de 2019 à 2021), une proportion beaucoup plus élevée de petits vendeurs recourant au commerce électronique ont eu des difficultés avec les ventes en ligne (24 %) que de grands vendeurs (3 %).

Parmi les entreprises canadiennes qui ont déclaré avoir des difficultés à effectuer des ventes par Internet en 2021, les frais d'expédition élevés ont été signalés comme étant le problème le plus courant; près des deux cinquièmes des entreprises (39 %) ont rencontré cet obstacle. Cela était également vrai pour les petites entreprises (39 %); toutefois, pour les grandes entreprises, les préoccupations en matière de sécurité (41 %) étaient le problème le plus courant, devant les frais d'expédition élevés (34 %).

StatCan et la COVID-19 :

Des données aux connaissances, pour bâtir un Canada meilleur



Bien que la pandémie ait apporté de nouveaux obstacles pour de nombreuses entreprises, certains éléments de la vente en ligne sont devenus plus faciles. Le pourcentage d'entreprises ayant déclaré que les coûts de configuration élevés ont représenté une difficulté pour la réalisation de ventes en ligne en 2021 (31 %) a diminué de 7 points de pourcentage par rapport à 2019 (38 %). Les coûts de maintenance élevés se sont également avérés être un défi moins important pour la vente en ligne en 2021 (27 %) par rapport à 2019 (32 %). Ces résultats peuvent être le fruit de la disponibilité croissante de plateformes et d'outils permettant aux entreprises de développer et de gérer leurs offres de commerce électronique.

Les nouveaux entrants dans le domaine des ventes en ligne se concentrent sur les marchés nationaux

En 2021, un pourcentage plus faible d'entreprises canadiennes ayant effectué des ventes en ligne les ont réalisées auprès de clients à l'extérieur du Canada (19 %) comparativement à 2019 (24 %). Malgré cela, le nombre total d'entreprises qui ont exporté leurs ventes du commerce électronique a légèrement augmenté de 2019 à 2021. Ce constat suggère que bon nombre des nouveaux entrants dans les ventes en ligne pendant la pandémie n'avaient que des clients nationaux. De plus, en moyenne, les entreprises canadiennes ont déclaré qu'à peu près le même pourcentage de leurs ventes en ligne a été exporté en 2019 et 2021, ce qui fournit une preuve supplémentaire que les ventes à l'étranger n'ont pas diminué pour le nombre existant des vendeurs recourant au commerce électronique.

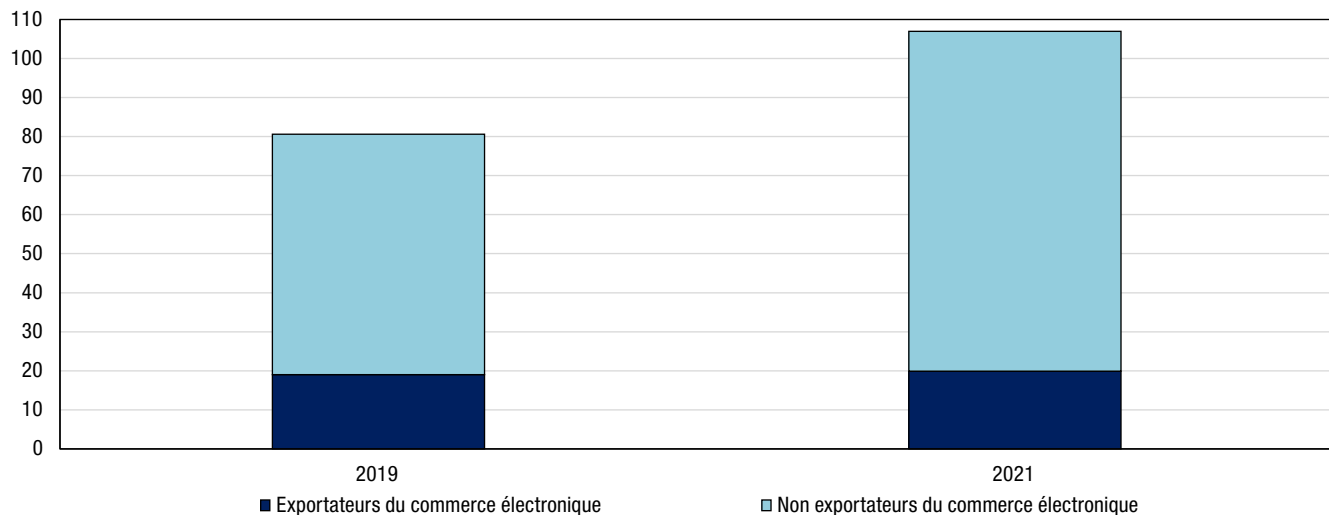
Les nouveaux entrants dans le commerce électronique ont probablement eu tendance à se concentrer sur les marchés nationaux en raison de leur familiarité avec ces marchés et pour remplacer les ventes nationales plus faibles des canaux non numériques pendant les périodes de restrictions économiques. Cela est corroboré par le fait que les secteurs qui vendent traditionnellement des biens dans des emplacements physiques ont connu les plus fortes augmentations de proportions d'entreprises effectuant des ventes en ligne, y compris le secteur des services d'hébergement et de restauration (+24 points de pourcentage) et le secteur du commerce de détail (+15 points de pourcentage). Les obstacles importants à la vente de biens en ligne, comme les frais d'expédition élevés, sont accentués dans le cas des exportations.



Graphique 2

Nombre d'exportateurs et de non exportateurs du commerce électronique, toutes les entreprises, 2019 et 2021

nombre d'entreprises (x 1 000)



Source : Statistique Canada, Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet, 2019 et 2021.

Méthodologie

Sauf indication contraire, les données du présent article proviennent des cycles de 2019 et de 2021 de l'Enquête sur la technologie numérique et l'utilisation d'Internet (ETNUI).

Les données du cycle de 2021 de l'ETNUI ont été recueillies de novembre 2021 à mars 2022. Les questions de l'ETNUI de 2021 posées aux répondants portaient sur l'année de référence 2021 exclusivement. La population cible de cette enquête comprend des entreprises actives au Canada qui œuvrent dans la plupart des secteurs économiques et qui comptent cinq employés à temps plein ou à temps partiel ou plus selon le Registre des entreprises de Statistique Canada. La taille de l'échantillon final était d'environ 14 000 entreprises et le taux de réponse, de 73 %.

Les pourcentages publiés dans l'article représentent un pourcentage des entreprises, sauf indication contraire.

La section qui décrit les caractéristiques de commerce électronique des sites Web ou des applications ne porte que sur la population des entreprises canadiennes qui ont indiqué qu'elles utilisaient des sites Web ou des applications pour effectuer des ventes ou des commandes en ligne dans une question antérieure. Compte tenu de la population utilisée dans cette section, la « commande en ligne de biens ou de services » n'a pas été considérée comme une caractéristique du commerce électronique dans le décompte des caractéristiques du commerce électronique sur les sites Web ou les applications. Toutes les fonctions qui ont été incluses dans le décompte des fonctions de commerce électronique sur les sites Web ou les applications apparaissent dans le graphique 1.

Des changements mineurs de libellé ont été apportés de 2019 à 2021 aux catégories de caractéristiques du commerce électronique qui apparaissent dans le graphique 1.

StatCan et la COVID-19 :

Des données aux connaissances, pour bâtir un Canada meilleur



La catégorie « frais d'expédition élevés » mentionnée dans l'article a été ajoutée à la question 28 du questionnaire en 2021; aucune comparaison avec les années précédentes n'est donc disponible.

Les catégories de taille d'entreprise utilisées dans cet article sont fondées sur le nombre d'employés à temps plein que les entreprises ont déclaré avoir dans le cadre de l'enquête.

Les petites entreprises comptent 19 employés à temps plein ou moins.

Les grandes entreprises comptent 100 employés à temps plein ou plus, à l'exception des entreprises manufacturières (SCIAN 31-33), où les grandes entreprises comptent 500 employés à temps plein ou plus.

Les ventes en ligne, aussi appelées commerce électronique, renvoient à toutes les ventes de produits ou de services d'une entreprise pour lesquelles la commande a été reçue avec une promesse d'achat par Internet. Le paiement peut être fait par d'autres moyens. Elles comprennent les opérations entreprise-consommateurs et les opérations interentreprises. Les ventes en ligne désignent les ventes pour lesquelles la commande a été reçue et la promesse d'achat a été conclue sur Internet.

