



Ambassade de France au Canada
Service économique régional d'Ottawa

Accompagnement des mutations de la filière commerce

Q1/ A quelles mutations le secteur du commerce est-il confronté ? A quelle vitesse interviennent les mutations du tissu commercial ?

L'évolution du commerce de détail au Canada est semblable à celle que connaissent d'autres pays développés, avec :

- 1- une consolidation accélérée du secteur: les grands détaillants deviennent de plus en plus grands ;
- 2- une adoption rapide des nouvelles technologies ;
- 3- d'importants investissements dans l'omni-canal, une stratégie désignant l'optimisation des différents canaux de distribution pour une meilleure réponse aux attentes et évolutions des comportements des consommateurs (click & collect, points de vente digitaux, etc.)
- 4- la croissance continue de l'offre de nouveaux produits pour refléter l'évolution du mode de vie des consommateurs.

Le paysage du commerce de détail dans son ensemble est devenu encore plus compétitif. Les détaillants doivent désormais se concentrer sur leur propre niche spécifique et sur la valeur ajoutée qu'ils offrent aux clients en se concentrant notamment sur une transformation du magasin et de l'e-commerce vers l'omni-canal et l'intégration de multiples méthodes d'achat.

Q2/ Comment se développe le e-commerce ? Quels en sont les acteurs ? Dans quelle mesure les épisodes de confinement ont-ils suscité des inflexions dans ces mutations et dans l'accompagnement de celles-ci ?

Selon Statistiques Canada¹, les ventes du commerce de détail en e-commerce s'élevaient à plus de 38 Mds CAD (26 Md €) en 2020, connaissant une hausse de 75% par rapport à 2019 (22 Md CAD / 15 Md €). La part des ventes en ligne sur l'ensemble des ventes au détail (à l'exclusion de l'automobile et de l'essence) est ainsi passée d'environ 5% en 2019 à 18 % en 2020.

Sur le premier semestre 2021, les ventes de détail en ligne ont déjà atteint plus de 23 Md CAD (16 Md €), en hausse de 38% par rapport au S1 2020.

En effet, alors que la croissance du commerce en ligne avait commencé avant la pandémie, le e-commerce a connu une ascension fulgurante en raison des fermetures prolongées de magasin durant les confinements successifs ayant eu lieu entre mars 2020 et l'été 2021. Même si les épiceries et les chaînes de distribution vendant de la nourriture ont été désignés comme " détaillants essentiels ", ils ont, à l'image d'autres détaillants qui ne pouvaient pas exploiter de magasins, investi massivement dans les ventes en ligne.

Ainsi, comme souligné par le graphique 1, l'évolution du e-commerce a évolué en corrélation avec les différentes périodes de confinements dans le pays : de mars à juillet 2020, en janvier-février 2021 (même si les ventes ont baissé en comparaison à la période novembre-décembre, traditionnellement importantes en raison des fêtes de fin d'année) puis entre avril et juin 2021.

¹ <https://www.statista.com/topics/2728/e-commerce-in-canada/>

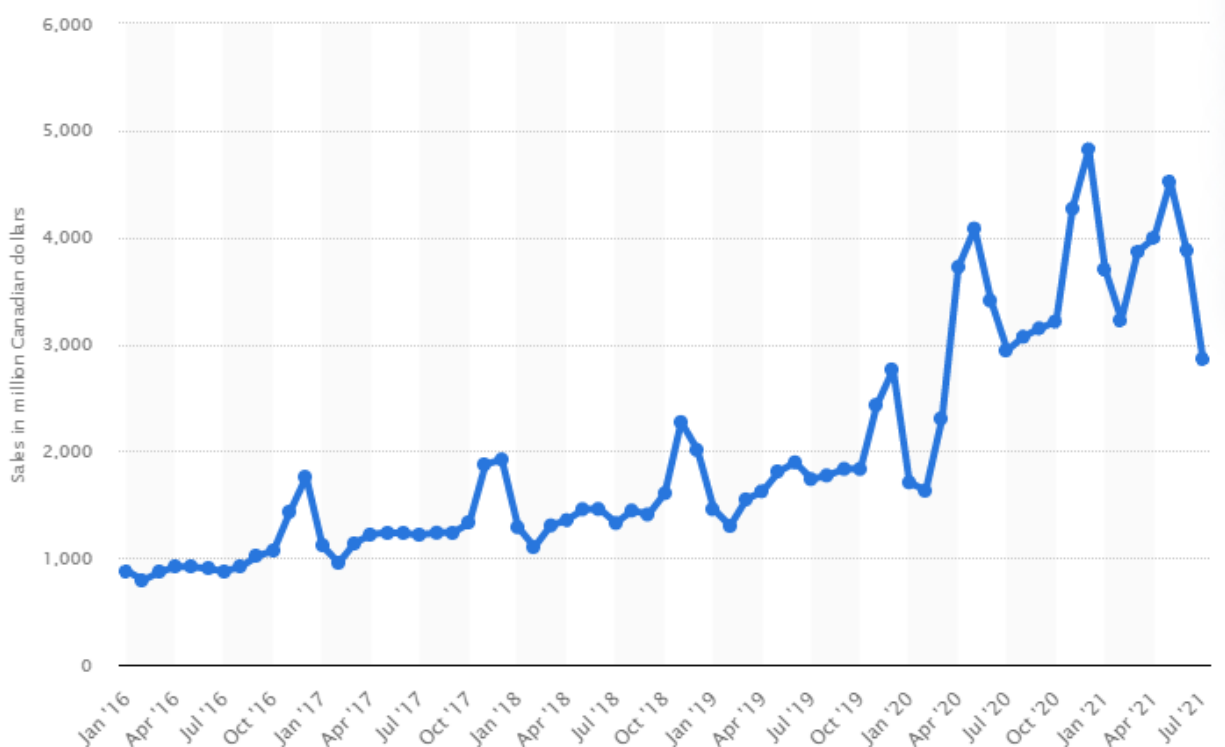


Liberté

Égalité

Fraternité

Graphique 1 : ventes de détail en e-commerce de janvier 2016 à juillet 2021 (Source : Statistiques Canada)



Amazon.ca domine le marché canadien du commerce électronique, avec des ventes nettes de plus de 7,1 Md USD en 2020 générées au Canada, suivi de Walmart.ca avec plus de 3,1 Md USD, de Costco.ca (1,6 Md USD) et de Homedepot.ca (1,4 Md USD). Si elle ne constitue pas une place de marché en elle-même, la société canadienne Shopify demeure un acteur majeur du e-commerce canadien : le logiciel SaaS permet à tout détaillant d'ouvrir un magasin en ligne très facilement. La société est devenue début 2021 la première capitalisation boursière canadienne.

Si la croissance du commerce électronique est rapide, le Conseil Canadien du Commerce de Détail (CCCD)² recommande d'équilibrer de manière cohérente une stratégie en ligne tout en conservant un intérêt pour les aspects physiques du commerce de détail : la présence physique d'un détaillant est toujours à l'origine de la plupart des ventes. C'est l'une des principales raisons pour lesquelles les anciens détaillants exclusivement en ligne, tels qu'Amazon et d'autres, ont ouvert des magasins physiques. Bien qu'Amazon n'ait pas ouvert de magasins indépendants au Canada, l'entreprise a une présence physique par l'intermédiaire du distributeur alimentaire Whole Food.

Q3/ Comment se financent les différents types d'enseignes commerciales (indépendants spécialisés, grandes enseignes intégrées)? Font-elles appel à des financements bancaires ? à des financements de marchés ? Des nouvelles manières de financer ces enseignes ont-elles émergé avec ces mutations (fintech) ?

Les prêts aux petites entreprises sont le type de financement initial le plus courant pour les magasins de détail : les coopératives d'épargne et de crédit offrent plusieurs options de financement.

² <https://www.commercedetail.org/>



Les plus grands détaillants se financent principalement sur les marchés financiers.

Certaines fintech proposent de nouveaux moyens de financement pour ces enseignes. Récemment, c'est le BNPL, (« Buy Now, Pay later »), déjà relativement développé en B2C, qui se développe de plus en plus sur le marché B2B grâce à des fintech comme Billie (allemande).

Q4/ Comment ont été accompagnées les entreprises dans ces mutations ?

Au Canada, l'accompagnement des entreprises s'est surtout réalisé dans le cadre de leur transformation numérique. Plusieurs programmes et subventions fédéraux et provinciaux ont été mis en place pour aider les petites entreprises (y compris les détaillants) à accélérer leur transformation numérique pendant la pandémie. Ces subventions étaient également disponibles pour les municipalités qui avaient besoin d'une aide supplémentaire pour construire ou renforcer leur infrastructure afin de soutenir une transformation numérique :

➤ A l'échelle fédérale :

Dans le budget 2021, le gouvernement du Canada a annoncé le Programme canadien d'adoption du numérique (PCAN)³ pour soutenir les quelques 160 000 PME canadiennes du commerce dans leur transition vers le e-commerce et la numérisation de leurs activités de gestion.

Ce programme offrira deux volets de financement aux entreprises.

- **Volet 1 :** *Développer vos activités commerciales en ligne.* Ce volet aidera les PME à tirer parti des possibilités offertes par le commerce électronique.
- **Volet 2 :** *Améliorez les technologies de votre entreprise.* Ce volet aidera les entreprises à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies d'adoption du numérique.

Les entreprises admissibles recevront des subventions pour aider à compenser les coûts du passage au numérique et offrir du soutien aux formateurs numériques d'un réseau d'environ 28 000 jeunes professionnels qui seront mis à disposition des entreprises pour répondre à leurs besoins

Le budget de 2021 propose d'affecter au programme 1,4 Md CAD (1 Md€) sur quatre ans, à compter de 2021-2022, pour :

- Permettre à toutes les entreprises qui recourent à ce programme d'accéder à des compétences, à de la formation et à des services consultatifs.
- Fournir des subventions aux plus petites entreprises des rues commerçantes afin de les aider à engager les coûts liés à l'adoption de la technologie.
- Créer des possibilités de formation et de travail pour 28 000 jeunes afin d'aider des petites et moyennes entreprises de partout au Canada à adopter la technologie

La Banque de Développement du Canada (BDC), homologue de Bpifrance, propose également des services d'accompagnement à la numérisation.⁴

³ <https://www.ic.gc.ca/eic/site/152.nsf/fra/accueil>

⁴ [Technologies Numériques - Services-conseils | BDC.ca](#)



➤ A l'échelle provinciale :

Au Québec, le gouvernement fédéral et le gouvernement québécois ont annoncé en avril 2021 le lancement du programme « Virage numérique bleu »⁵, financé conjointement à hauteur de 18 M CAD (12 M€), en direction de l'Association québécoise des technologies (AQT) et de son partenaire, l'École des entrepreneurs du Québec (EEQ), afin qu'elles offrent leurs services d'accompagnement aux commerçants pour leur transition numérique. Le programme vise à soutenir environ 5 000 PME de moins de 100 employés dans la région de Québec dans le secteur du service de détail afin qu'elles puissent développer leurs ventes en ligne. Les entreprises éligibles auront droit à un diagnostic de leur situation numérique, ainsi qu'à un suivi personnalisé afin d'identifier les solutions appropriées et de les intégrer.

Un an plus tôt, en juin 2020, un financement de 50 M CAD (33 M€) avait été annoncé par le gouvernement fédéral (42,5 M CAD / 27 M€) via l'organisme fédéral FedDev Ontario et le gouvernement de l'Ontario (7,5 M CAD / 5 M€) dans l'initiative « Digital Main Street »⁶ visant à offrir, par le biais de l'Ontario Business Improvement Area Association, la Toronto Association of Business Improvement Areas, Communitech et InvestOttawa, un soutien à 23 000 PME ontariennes pour adopter le commerce en ligne, en plus de créer des emplois pour plus de 1400 étudiants. La plateforme⁷, qui propose un service similaire pour l'Alberta et le Nouveau-Brunswick, met en relation avec les différentes agences de développement en charge du programme selon le niveau de développement numérique atteint par le détaillant⁸.

De plus, dans le cadre de la crise de la covid-19, les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ont mis en œuvre plusieurs programmes d'urgence pour les citoyens et les entreprises. Un résumé de ces programmes, y compris les subventions salariales, les subventions au loyer, et d'autres encore, se trouve ici : [COVID-19 Relief Programs by Region - Retail Council of Canada](#)

Programmes fédéraux visant à soutenir les détaillants :

➤ Subvention canadienne pour salaire d'urgence – Canada Emergency Wage Subsidy (CEWS)

Le CEWS était disponible pour les détaillants et autres entreprises jusqu'en juin 2021 et a été prolongée jusqu'à fin octobre 2021. Cette subvention a pour but de prévenir les pertes d'emploi en aidant à garder les employés déjà ou à réembaucher, pour faciliter le retour à la normale des opérations. Les entreprises admissibles reçoivent en subvention un pourcentage des salaires des employés en fonction de la baisse de revenus. Plus de détails : [Canadian Emergency Wage Subsidy \(CEWS\) Overview - Retail Council of Canada](#)

➤ Subvention canadienne pour loyer d'urgence et Programme d'aide à l'immobilisation (PAI) – Canada Emergency Rent Subsidy (CERS) and Lockdown Support Program

Le CERS offre une subvention pour des dépenses fixes (éligibles). Cela comprend notamment le loyer et les intérêts sur les prêts hypothécaires commerciaux, jusqu'en juin 2021. Le programme a été ajusté de manière significative pour fournir une subvention allant jusqu'à 65 % - ou jusqu'à 90 % si un magasin est fermé en raison du confinement. Ces mesures étaient en vigueur jusqu'en juin 2021 et ont été prolongées jusqu'à fin octobre 2021.

Plus de détails : [The Canada Emergency Rent Subsidy \(CERS\) and Lockdown Support Overview - Retail Council of Canada](#)

⁵ [Transformation numérique - Apport de plus de 18 M\\$ à l'Association québécoise des technologies pour soutenir les PME québécoises: Gouvernement du Québec \(quebec.ca\)](#)

⁶ [FedDev Ontario et ses partenaires aident près de 23 000 entreprises ontariennes à adopter le commerce en ligne - Canada.ca](#)

⁷ [Ontario | Digital Main Street](#)

⁸ [Les entreprises ontariennes passent au numérique - FedDev Ontario](#)



- Compte d'urgence d'entreprise du Canada – Canada Emergency Business Account (CEBA)

Le CEBA offre des prêts sans intérêt aux détaillants et à d'autres entreprises par l'intermédiaire de leurs institutions financières pour les aider à couvrir leurs frais d'exploitation pendant la pandémie. Les détaillants peuvent emprunter un total de 60 000 \$, dont 20 000 \$ annulés s'ils sont remboursés avant la date limite du 31 décembre 2022.

Plus de détails : [Canada Emergency Business Account \(CEBA\) Overview - Retail Council of Canada](#)

- Programme de crédit aux secteurs fortement touchés (HASCAP) - Highly Affected Sectors Credit Availability Program (HASCAP)

Le Programme vise à fournir des liquidités supplémentaires aux entreprises confrontées à la pandémie. Le programme offre des prêts allant de 25 000 CAD à 1 M CAD.

Plus de détails : [Highly Affected Sectors Credit Availability Program \(HASCAP\) Overview - Retail Council of Canada](#)

- Programme de travail partagé - Work-Share Program

Le programme de travail partagé du gouvernement est conçu pour aider les détaillants en difficulté à réduire les coûts de personnel tout en évitant les licenciements. Les détaillants qui concluent un accord de travail partagé peuvent réduire les heures de travail de 10 à 60 % pendant un maximum de 76 semaines tout en conservant leur personnel. Les détaillants franchisés seront traités comme des entreprises autonomes.

Plus de détails : [Canada's Work-Share Program Overview - Retail Council of Canada](#)

- Programme d'embauche pour la relance économique au Canada – Canada Recovery Hiring Program (CHRP)

Le Programme d'embauche pour la relance économique au Canada est un programme de subvention à l'embauche annoncé dans le budget d'avril 2021. Il fournit une aide à l'embauche si l'entreprise continue à enregistrer des baisses de revenus entre le 6 juin et le 20 novembre 2021.

Plus de détails : [Canada Recovery Hiring Program \(CRHP\) Overview - Retail Council of Canada](#)

Programmes fédéraux visant à soutenir les employés/individus

- Prestations de maladie de l'assurance-emploi – Employment Insurance sickness benefits

Les employés qui sont malades, en quarantaine ou qui ont reçu l'ordre de s'isoler ne sont plus tenus de fournir un certificat médical pour avoir accès aux prestations de maladie de l'assurance-emploi. La période d'attente d'une semaine pour les prestations a été supprimée.

- Soutien aux prêts hypothécaires – Mortgage support

Les banques canadiennes se sont engagées à travailler avec leurs clients au cas par cas afin de trouver des solutions pour les aider à gérer les difficultés causées par le COVID-19. La plupart autorisent les paiements différés jusqu'à 6 mois.

Plus de détails : [Mortgage Deferral to Help Canadians Experiencing Financial Hardship Due to COVID-19 \(cba.ca\)](#)



Q5/ Comment sont structurées les politiques ayant trait à l'urbanisme commercial :

- Gestion des friches commerciales
- Autorisations des implantations de points de vente et d'entrepôts ?
- Les pouvoirs publics endossent-ils un pouvoir de régulation quant aux augmentations des loyers des surfaces commerciales ?

La gestion des friches commerciales est structurée aux différentes échelles (fédérales, provinciales et régionales).

Si la vacance commerciale a atteint des taux record avec la covid, nous n'avons recensé aucune mesure claire à l'échelle fédérale. Les débats se situent principalement aux échelles locales et provinciales à l'image de la ville de Calgary qui atteint un taux record de presque 30% de vacance commerciale. ([The void in Calgary: How office towers emptied in a once bustling downtown - The Globe and Mail](#))

Les autorisations d'implantations de points de vente et d'entrepôts sont gérées par les juridictions provinciales et municipales. En fonction des régions du pays, des gestions différentes s'opèrent.

Les pouvoirs publics n'ont pas de pouvoir de régulation quant aux augmentations des loyers des surfaces commerciales.