

N° 11-621-M au catalogue
ISSN 1707-0511
ISBN 978-0-660-47340-6

Le commerce de détail électronique et la COVID-19 : comment les ventes en ligne ont évolué à mesure que le magasinage en personne a repris

par Salim Zanzana et Jessica Martin

Date de diffusion : le 21 février 2023



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 |

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 2023

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.

Table des matières

Les ventes au détail du commerce électronique sont plus élevées que les niveaux observés avant la pandémie	4
Le commerce électronique est demeuré une option populaire pour les consommateurs et les entreprises dans certains sous-secteurs	5
Mot de la fin	8
Note aux lecteurs	9
Annexe A	9

Le commerce de détail électronique et la COVID-19 : comment les ventes en ligne ont évolué à mesure que le magasinage en personne a repris

par Salim Zanzana et Jessica Martin

En 2022, toutes les restrictions de santé publique restantes liées à la COVID-19 imposées aux détaillants canadiens ont été progressivement levées, ce qui a permis aux consommateurs de reprendre le magasinage en personne sans restriction. Malgré la relance de l'économie canadienne, le commerce électronique demeure une plateforme importante pour les activités commerciales. De février 2020 à juillet 2022, les ventes au détail du commerce électronique ont augmenté de 67,9 %, et la part des ventes du commerce électronique en proportion des ventes au détail totales a nettement augmenté de 2019 à 2022 (du début de l'année jusqu'en juillet)¹. La persistance des ventes au détail du commerce électronique à des niveaux supérieurs à ceux observés avant la pandémie suggère que la transition vers le commerce électronique réalisée pendant les périodes de confinement liées à la COVID-19 peut avoir provoqué un changement à long terme des modèles d'exploitation adoptés par les détaillants et des habitudes de dépense des consommateurs.

La présente étude de suivi actualise un article précédent dans lequel on examinait l'importance accrue des ventes de commerce électronique pour le secteur du commerce de détail au début de la pandémie². Cette étude précède la transition au [Système de classification des industries de l'Amérique du Nord 2022 \(SCIAN\)](#) dans le secteur du commerce de détail³, ce qui permettra à Statistique Canada d'examiner de plus près et de façon continue les ventes au détail du commerce électronique par secteur.

Les ventes au détail du commerce électronique sont plus élevées que les niveaux observés avant la pandémie

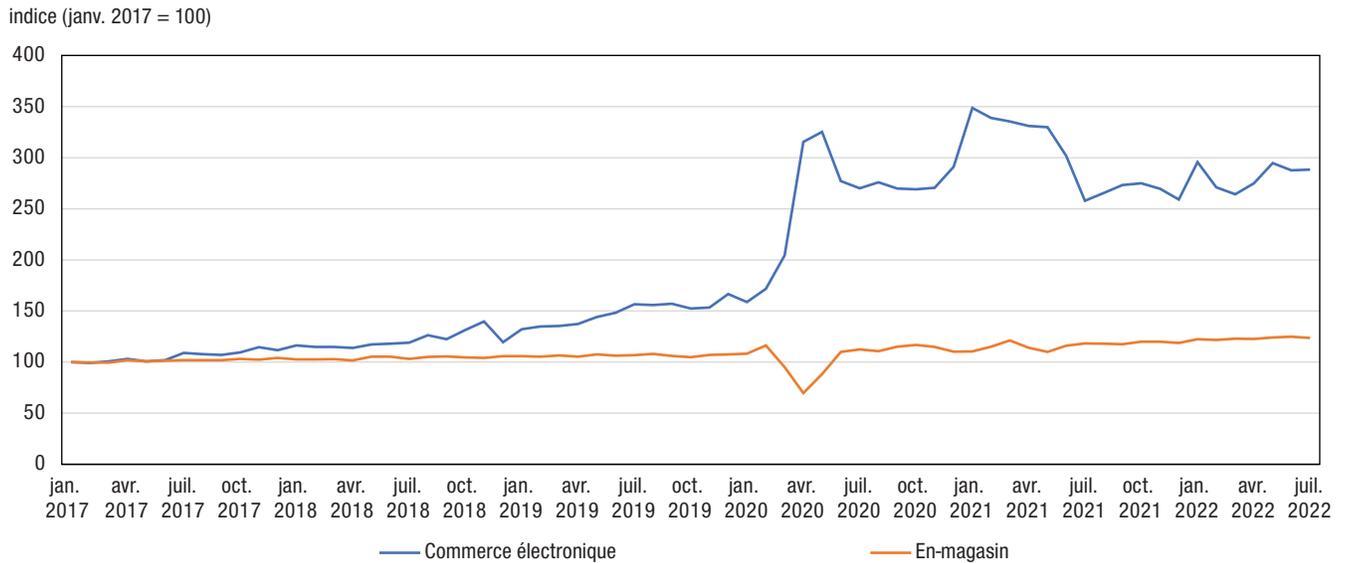
Après une forte augmentation enregistrée au début de la pandémie, les ventes au détail du commerce électronique ont reculé à partir de juillet 2022, mais elles sont demeurées bien au-dessus des niveaux pré-pandémie. La proportion des ventes au détail du commerce électronique dans les ventes au détail totales a augmenté pour passer de 3,9 % en 2019 à 6,2 % en 2022 (du début de l'année jusqu'à juillet). Au plus fort de la pandémie en 2020 et en 2021, la proportion des ventes au détail du commerce électronique était de 6,6 % et de 6,9 %, respectivement. La part du commerce de détail électronique dans les ventes au détail totales a atteint un sommet en 2021, les détaillants ayant été touchés par une deuxième vague de fermetures de magasins au cours du premier semestre de la même année.

1. Les ventes au détail totales excluent les ventes aux stations-service.

2. Les entreprises qui vendent en ligne des biens et des services aux Canadiens 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](#).

3. Les modifications apportées au Système de classification des industries de l'Amérique du Nord sont les plus importantes depuis plus de deux décennies et touchent principalement l'économie numérique. Ces changements ont surtout une incidence sur les secteurs de la radiodiffusion, de l'édition et du commerce de détail et seront mis en œuvre dans le processus statistique en 2023.

Graphique 1
Ventes au détail du commerce électronique par rapport aux ventes en magasin, données mensuelles indexées



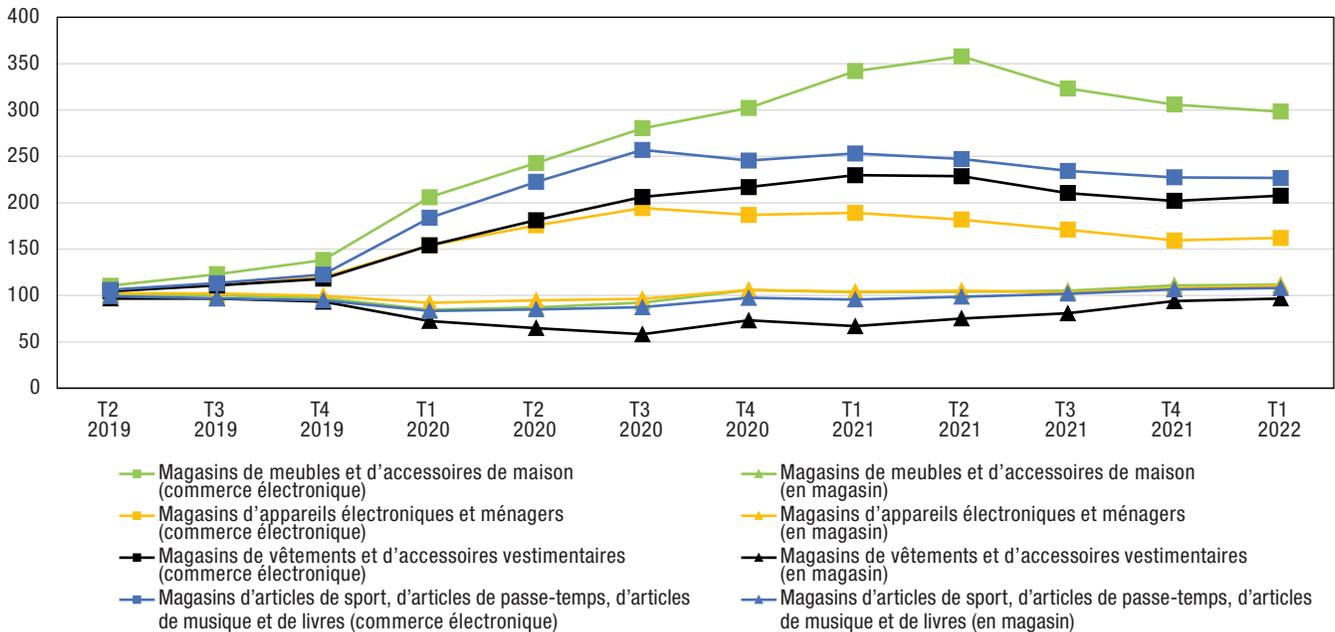
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Le commerce électronique est demeuré une option populaire pour les consommateurs et les entreprises dans certains sous-secteurs

À certains moments de la pandémie, des détaillants ont été obligés de cesser leurs ventes en magasin pour aider à réduire la propagation de la COVID-19. De nombreuses entreprises ont amélioré leurs plateformes en ligne pour atténuer les répercussions négatives de ces fermetures sur leurs ventes. Au début de la pandémie, l'augmentation des ventes au détail du commerce électronique et la baisse des ventes en magasin ont été observées pour la plupart des sous-secteurs du commerce de détail. En 2022, les ventes au détail du commerce électronique sont restées élevées dans certains sous-secteurs, et dans d'autres, la reprise des activités en magasin a conduit les consommateurs et les entreprises à se rapprocher de leurs préférences pré-pandémie en matière de magasinage.

Graphique 2
Ventes au détail du commerce électronique par rapport aux ventes en magasin, données mensuelles indexées, certains sous-secteurs

indice (premier trimestre de 2019 = 100)



Note : Les données dans ce graphique sont des moyennes mobiles trimestrielles centrées.

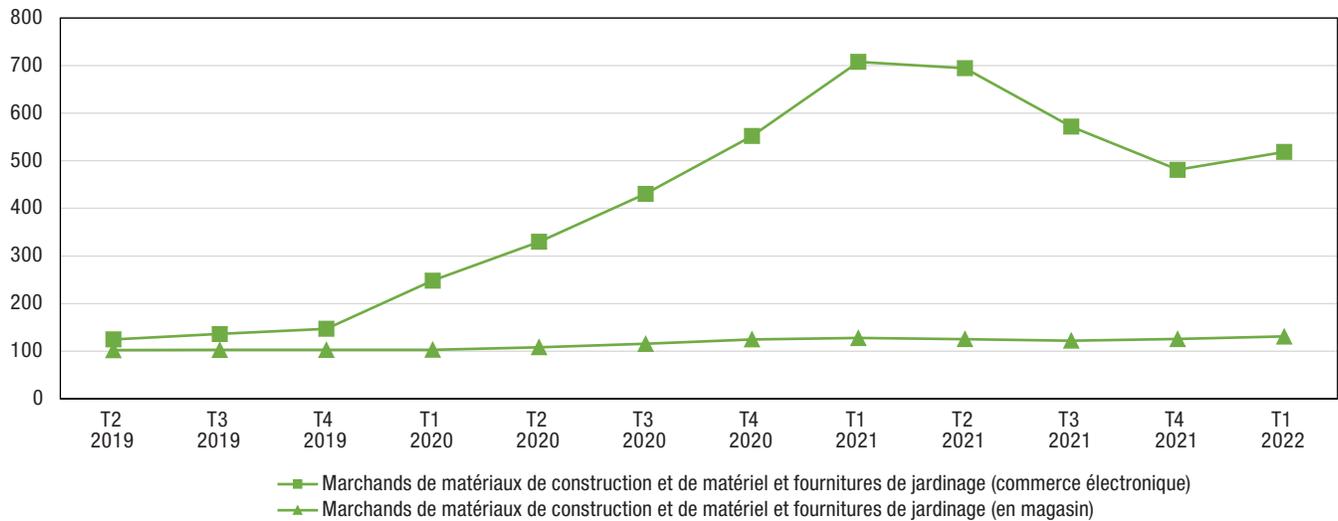
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Pour les entreprises des sous-secteurs du commerce de détail jugées non essentielles, comme les magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires, les magasins de meubles et d'accessoires de maison, les magasins d'appareils électroniques et ménagers et les magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres, les ventes au détail du commerce électronique ont augmenté, tandis que les ventes en magasin ont diminué à la suite des fermetures de magasins qui ont eu lieu au début de la pandémie (graphique 2). À mesure que les restrictions de santé publique ont été levées dans l'ensemble du pays en 2021 et que les consommateurs ont repris le magasinage en personne, les ventes au détail du commerce électronique ont commencé à diminuer dans ces sous-secteurs, tandis que les ventes en magasin ont connu une tendance à la hausse. Malgré le recul du magasinage en ligne, les ventes au détail du commerce électronique se stabilisent à des niveaux supérieurs à ceux observés avant la pandémie. Ces niveaux élevés de ventes au détail du commerce électronique peuvent indiquer un changement structurel dans les préférences des consommateurs et les modèles d'affaires des détaillants.

Graphique 3

Ventes au détail du commerce électronique par rapport aux ventes en magasin, données indexées, marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage

indice (premier trimestre de 2019 = 100)



Note : Les données dans ce graphique sont des moyennes mobiles trimestrielles centrées.

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

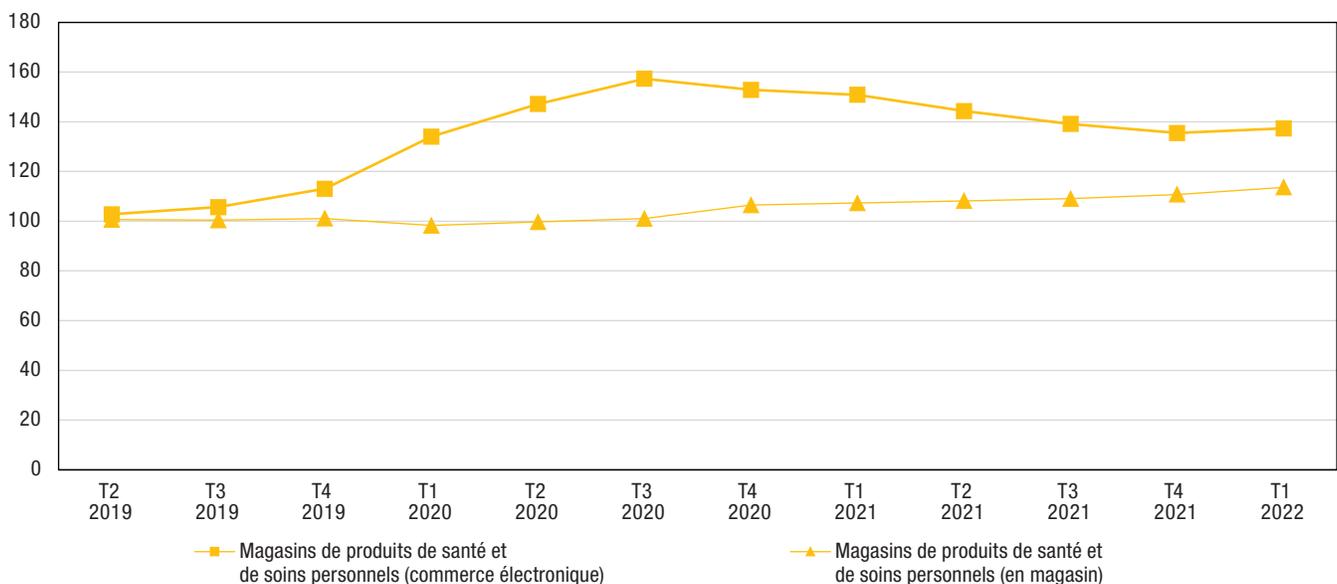
Les marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage ont vu leurs entreprises être jugées comme essentielles pendant la pandémie. Malgré l'accès au magasinage en personne, les entreprises de ce sous-secteur ont connu de fortes hausses des ventes au détail du commerce électronique. La progression des ventes dans ce sous-secteur a été stimulée par une forte demande liée aux investissements des Canadiens dans leur propriété et par les pressions sur les prix de certains des produits les plus souvent achetés. Les ventes au détail du commerce électronique de ce sous-secteur ont atteint un sommet au premier trimestre de 2021, suivi d'un recul marqué observé pendant le reste de l'année (graphique 3). Une fois le choc initial de la pandémie passé, les ventes au détail en magasin ont augmenté et ont poursuivi leur tendance à la hausse. Les ventes au détail, tant en magasin qu'en ligne, sont demeurées au-dessus des niveaux enregistrés avant la pandémie jusqu'en 2022. Il reste à voir si des niveaux supérieurs aux niveaux pré-pandémie persisteront pour le commerce électronique, à mesure que les habitudes de magasinage des consommateurs changent et que des facteurs externes continuent d'avoir une incidence sur la demande de produits dans ce sous-secteur.

Les magasins de produits de santé et de soins personnels ont connu une croissance plus lente des ventes au détail du commerce électronique comparativement à d'autres sous-secteurs. Au premier trimestre de 2020, les ventes au détail en magasin ont diminué tandis que les ventes du commerce électronique ont augmenté, la capacité des entreprises étant limitée par les restrictions de santé publique, ce qui obligeait les consommateurs à se tourner vers le magasinage en ligne (graphique 4). Après avoir atteint un sommet au troisième trimestre de 2020, les ventes au détail du commerce électronique ont commencé à baisser, et les ventes en magasin se sont rapprochées des niveaux enregistrés avant la pandémie. De nombreux produits vendus dans ce sous-secteur ont été jugés essentiels, ce qui a permis aux consommateurs de continuer à faire leurs achats en magasin plutôt qu'en ligne. L'écart entre les ventes au détail en magasin et celles en ligne se rétrécit à mesure que les consommateurs reprennent le magasinage en personne dans les magasins de produits de santé et de soins personnels.

Graphique 4

Ventes au détail du commerce électronique par rapport aux ventes en magasin, données indexées, magasins de produits de santé et de soins personnels

indice (premier trimestre de 2019 = 100)



Note : Les données dans ce graphique sont des moyennes mobiles trimestrielles centrées.
Source : Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Mot de la fin

Dans le contexte de la COVID-19, les Canadiens sont devenus de plus en plus dépendants des plateformes de commerce électronique de détail. Les consommateurs de vente au détail ont montré que, par suite de la levée des restrictions, le commerce électronique restait une méthode d'achat intéressante car certaines entreprises ont augmenté leur présence en ligne et ont continué à [investir dans des capacités de vente en ligne et de commerce électronique](#). Pendant que la pandémie suit son cours, les changements dans les offres commerciales et les préférences des consommateurs au cours des dernières années peuvent avoir une incidence à long terme sur la structure du secteur du commerce de détail.

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) 2017, 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 selon 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 magasin physique 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. La mise en œuvre du [SCIAN 2022](#) permettra de classer tous les détaillants qui pratiquent uniquement la vente au détail par Internet dans les mêmes regroupements que leurs homologues qui ne pratiquent pas la vente numérique.

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 A

Tableau A.1

Ventes annuelles au détail selon la méthode de vente (en pourcentage des ventes au détail totales)

Système de classification des industries de l'Amérique du Nord	Méthode	2017	2018	2019	2020	2021	2022
							(janvier à juillet)
							pourcentage
Commerce de détail (44-45)	En magasin	97,1	96,7	96,1	93,4	93,1	93,8
	Commerce électronique	2,9	3,3	3,9	6,6	6,9	6,2
Concessionnaires de véhicules et de pièces automobiles (441)	En magasin	99,4	99,1	98,6	98,0	98,1	97,1
	Commerce électronique	0,6	0,9	1,4	2,0	1,9	2,9
Magasins de meubles et d'accessoires de maison (442)	En magasin	96,7	95,2	93,9	87,0	84,6	87,0
	Commerce électronique	3,3	4,8	6,1	13,0	15,4	13,0
Magasins d'appareils électroniques et ménagers (443)	En magasin	81,6	79,5	74,0	62,3	64,1	68,1
	Commerce électronique	18,4	20,5	26,0	37,7	35,9	31,9
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage (444)	En magasin	99,0	99,0	98,7	96,8	95,0	95,9
	Commerce électronique	1,0	1,0	1,3	3,2	5,0	4,1
Magasins d'alimentation (445)	En magasin	99,5	99,4	99,3	98,3	97,9	98,2
	Commerce électronique	0,5	0,6	0,7	1,7	2,1	1,8
Magasins de produits de santé et de soins personnels (446)	En magasin	96,4	96,4	95,0	93,0	93,8	94,5
	Commerce électronique	3,6	3,6	5,0	7,0	6,2	5,5
Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires (448)	En magasin	91,6	90,8	89,3	76,5	76,9	81,0
	Commerce électronique	8,4	9,2	10,7	23,5	23,1	19,0
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres (451)	En magasin	91,3	90,4	88,9	77,9	79,1	81,3
	Commerce électronique	8,7	9,6	11,1	22,1	20,9	18,7
Magasins de marchandises diverses (452)	En magasin	97,2	97,0	97,0	95,2	94,1	95,8
	Commerce électronique	2,8	3,0	3,0	4,8	5,9	4,2
Magasins de détail divers (453)	En magasin	86,9	86,7	86,9	80,3	81,8	86,4
	Commerce électronique	13,1	13,3	13,1	19,7	18,2	13,6

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