



# SOMMET IMMOBILIER

Commerce de détail

Juin 2023

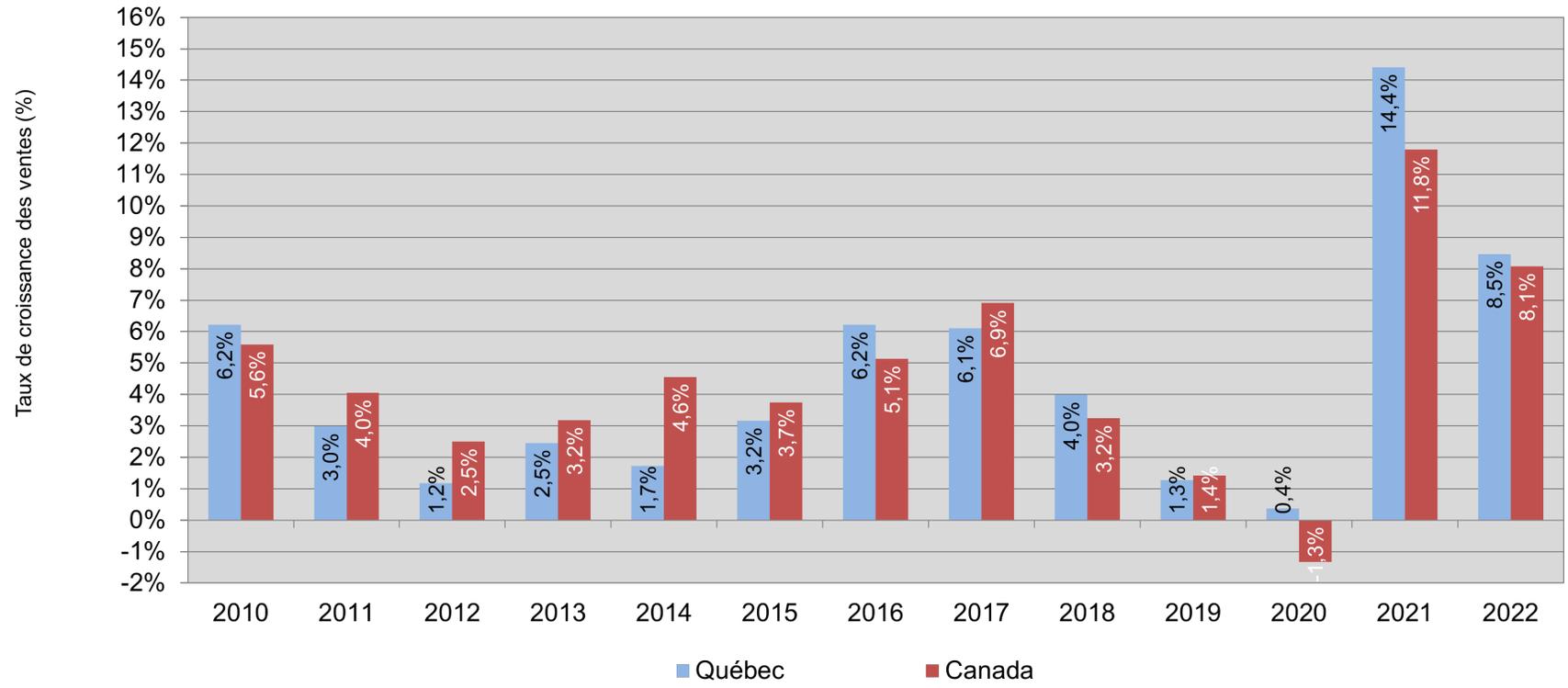
# Plan de la présentation

---

- 1. Portrait du commerce de détail**
- 2. Le commerce électronique**
- 3. Des changements structurels qui affecteront le commerce de détail**
- 4. Les perceptions et comportements des consommateurs québécois**
- 5. La réponse des centres commerciaux face à ces changements**

# Des ventes au détail en 2022, toujours en croissance

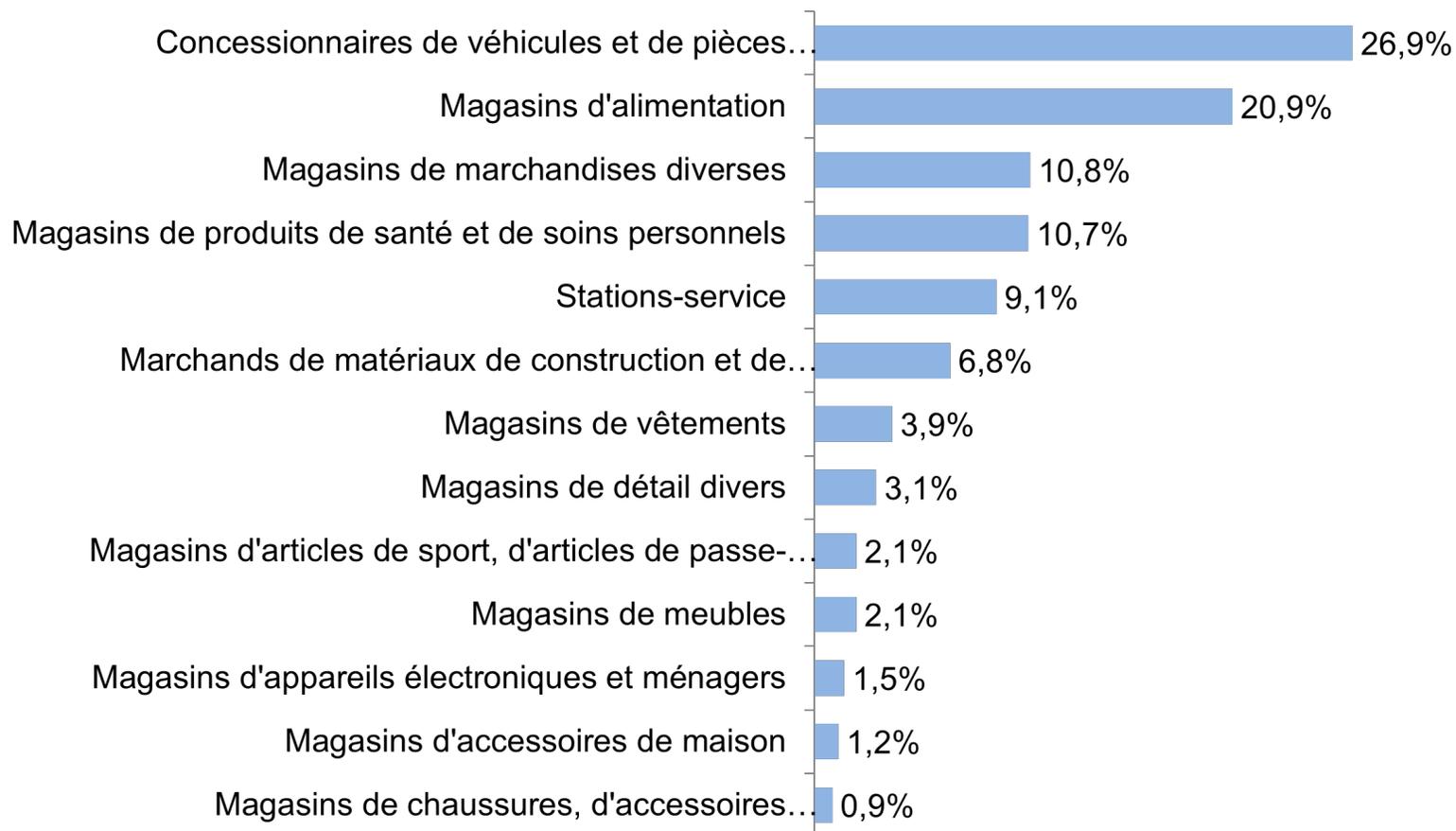
## Évolution des ventes totales du commerce de détail



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0020.

# Les ventes par secteur au Québec

Répartition des ventes totales 2022 par secteur



Évolution des ventes 2021 – 2022



Source : Statistique Canada, CANSIM, tableau 080-0020

# Des fermetures et des ouvertures

## Fermetures

LE CHÂTEAU

*Centre du Rasoir*

SPORTIUM

la Saie

DAVIDsTEA

bizou



Lozeau

Crate&Barrel

FOREVER 21

ADDITION ELLE

## Ouvertures



 SIMONS

archipel

maison vivante

DECATHLON

LIVOM  
LIVE SLOW | VIVRE LE MOMENT

# La restauration de retour à la situation pré pandémie ?

## Ventes annuelles en restauration Province de Québec

En milliers de \$

Années	Total, services de restauration et débits de boissons	Débits de boissons (alcoolisées)	Restaurants à service complet	Établissements de restauration à service restreint
2018	13 975 441 \$	767 390 \$	6 921 965 \$	5 204 978 \$
2019	14 896 720 \$	779 712 \$	7 446 082 \$	5 479 706 \$
2020	10 204 166 \$	332 900 \$	4 433 242 \$	4 763 822 \$
2021	12 399 607 \$	384 916 \$	5 532 352 \$	5 656 087 \$
2022	16 070 214 \$	662 269 \$	7 621 177 \$	6 572 217 \$

# Évolution des ventes internet au Canada



# Les tendances démographiques. Un vieillissement important

Province de Québec

Projection de la population par âge - (Tous) - 2016 à 2041 (en milliers)

Année	Moins de 18 ans	18-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75+	Total
2016	1 540,1	1 752,0	1 089,4	1 161,9	1 205,7	852,2	624,7	8 225,9
2021	1 603,8	1 761,9	1 146,6	1 059,4	1 246,8	992,8	756,8	8 568,2
2026	1 640,8	1 757,2	1 143,2	1 109,5	1 129,6	1 110,2	939,7	8 830,2
2031	1 628,1	1 771,9	1 163,2	1 154,9	1 029,6	1 152,3	1 139,5	9 039,5
2036	1 618,6	1 826,3	1 132,9	1 150,7	1 080,4	1 049,8	1 350,7	9 209,3
2041	1 624,8	1 882,0	1 083,1	1 171,6	1 126,5	964,4	1 497,8	9 350,2

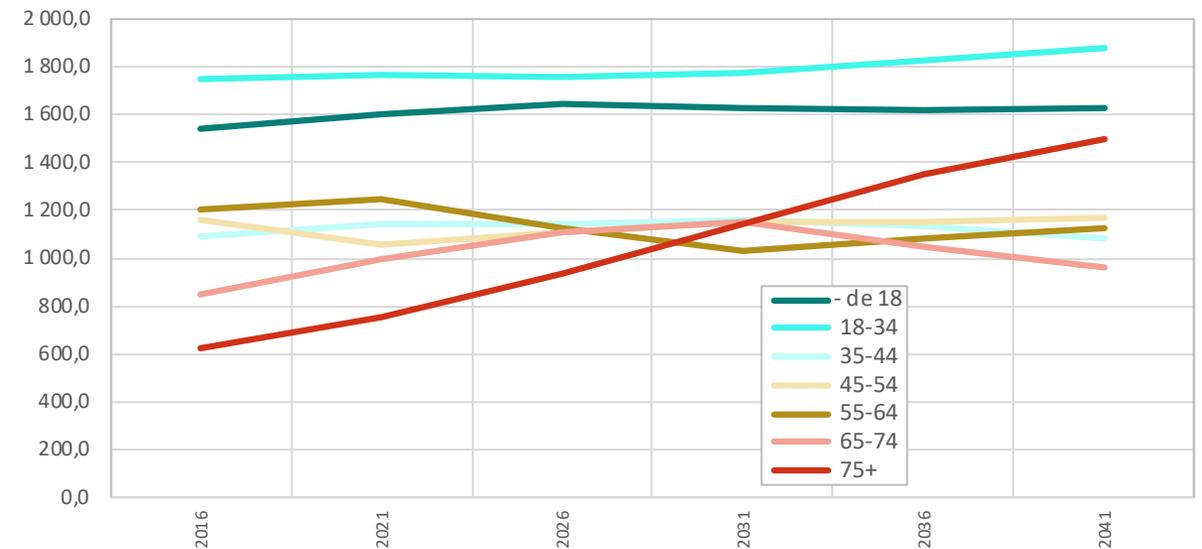
## Évolutions

2016-2021	4,1%	0,6%	5,2%	-8,8%	3,4%	16,5%	21,1%	4,2%
2021-2026	2,3%	-0,3%	-0,3%	4,7%	-9,4%	11,8%	24,2%	3,1%
2026-2031	-0,8%	0,8%	1,7%	4,1%	-8,8%	3,8%	21,3%	2,4%
2031-2036	-0,6%	3,1%	-2,6%	-0,4%	4,9%	-8,9%	18,5%	1,9%
2036-2041	0,4%	3,1%	-4,4%	1,8%	4,3%	-8,1%	10,9%	1,5%
<b>2016-2041</b>	<b>5,5%</b>	<b>7,4%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>0,8%</b>	<b>-6,6%</b>	<b>13,2%</b>	<b>139,8%</b>	<b>13,7%</b>

Source : ISQ, Perspectives démographiques du Québec et des régions, 2016-2066. Scénario de référence.

Population

Projection de la population par âge - (Tous) - 2016 à 2041 (en milliers)



# Variation des dépenses par catégorie par âge

Canada

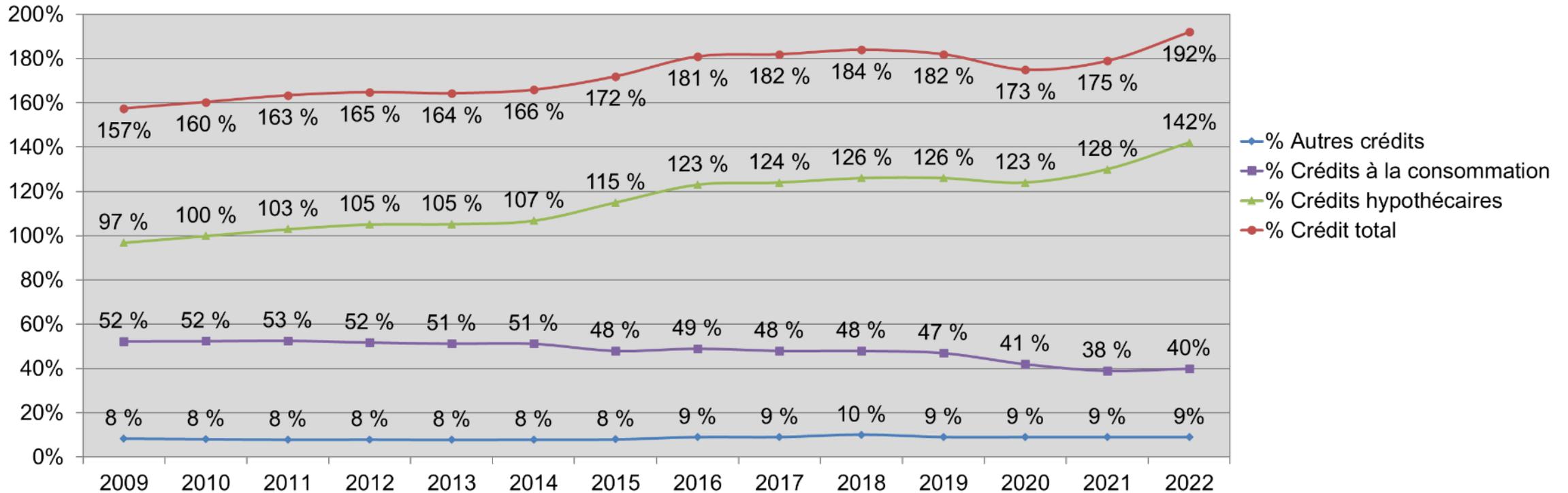
Indice de dépense (100=moyenne) par ménage par tranche d'âge de la personne de référence  
Moyenne 2010 à 2019 - Canada

Poste de dépense	Moins de 30 ans	30 à 39 ans	40 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans et plus	Total
<b>Comparaison à la moyenne</b>						
Accessoires pour la maison	54	126	154	121	91	100
Alimentation	81	114	126	113	86	100
Articles de sport, passe-temps, musique et librairies	63	151	164	99	57	100
Bijouteries et maroquineries	116	118	119	89	50	100
Chaussures	91	125	141	98	47	100
Électronique, électroménagers et ordinateurs	105	107	119	98	62	100
Magasins de détail divers	82	133	129	101	72	100
Meubles	121	119	106	81	45	100
Personnels - coiffure, esthétique, bronzage, etc.	86	101	122	112	93	100
Personnels - nettoyeur, buanderie, retouches	109	106	110	86	73	100
Pharmacies, produits de santé et de soins personnels	81	101	111	115	113	100
Rénovation, quincaillerie, matériaux et jardinage	66	109	132	134	98	100
Restaurant	106	114	113	92	65	100
Vêtements et accessoires vestimentaires	93	126	131	96	56	100

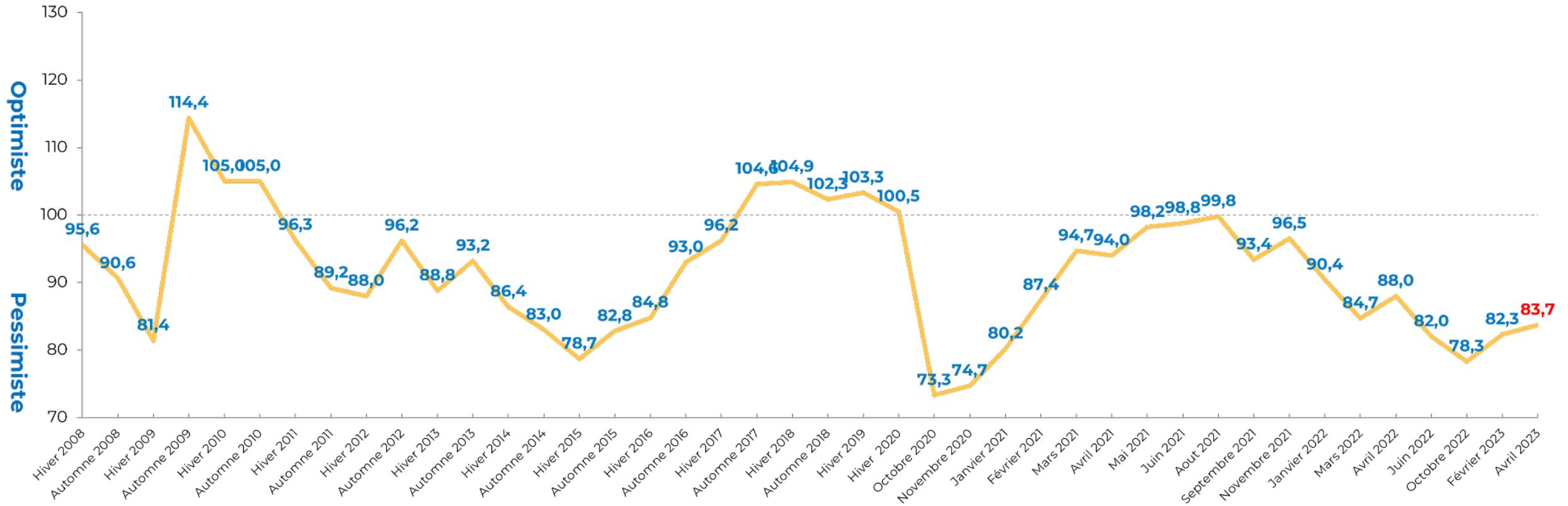
Source : Statistique Canada, Tableau: 11-10-0227-01.

# Évolution de l'endettement au Canada

Taux des différents crédits par rapport au revenu disponible des ménages canadiens



# Indice de confiance des québécois

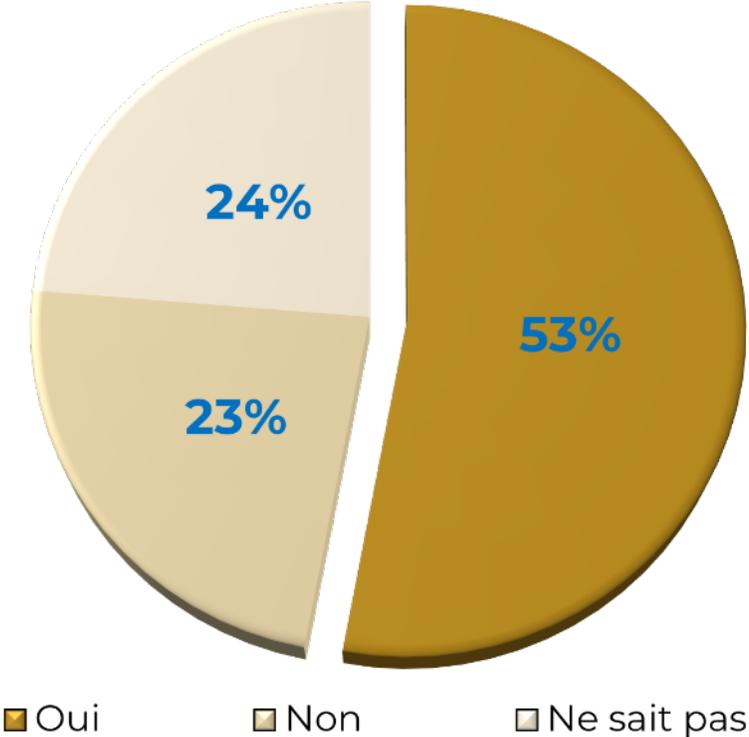


L'indice de confiance des Québécois face à leur situation financière et celle du Québec est fortement affecté par l'augmentation des taux d'intérêt et des prix à la consommation. La confiance des Québécois s'est légèrement améliorée depuis l'automne 2022 avec un indice de 83,7.

<sup>1</sup> La méthodologie du calcul de l'indice de confiance se trouve en annexe

# Une récession?

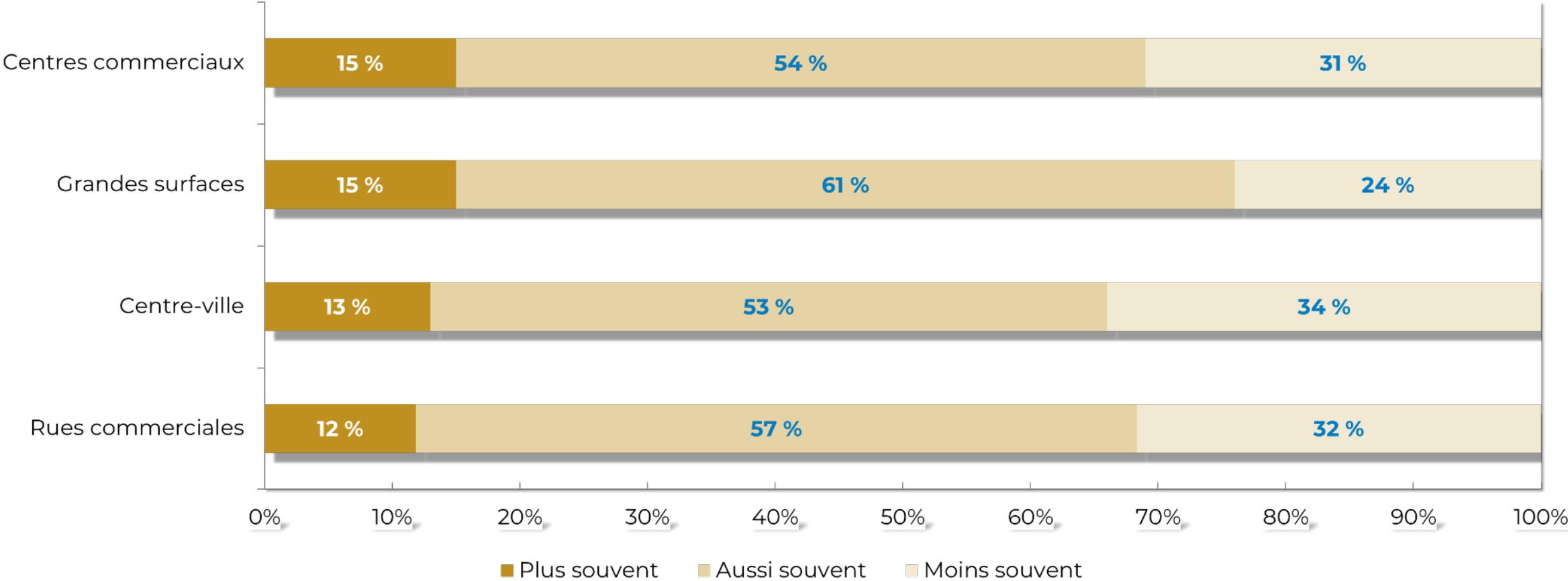
D'ICI LA FIN DE L'ANNÉE 2023, perception que le Québec va entrer en récession... (JUN22\_Q46)



[www.cqcd.org](http://www.cqcd.org)

# Fréquentation des lieux commerciaux

Variation de la fréquentation (%) des types de lieux commerciaux vs avant la pandémie (Q12)



## Vacances des centres commerciaux de 200 000 pieds carrés et plus (RMR de Montréal)

Géographie	2015	2016	2017	2021
Centre-ville de Montréal	8,5%	11,1%	11,2%	11,0%
Reste de l'Île de Montréal	8,0%	7,5%	4,9%	7,9%
Laval	10,6%	7,4%	6,1%	7,7%
Rive-Nord	9,7%	8,2%	3,5%	9,1%
Rive-Sud	8,6%	6,9%	5,4%	8,6%
<b>Total</b>	<b>8,9%</b>	<b>7,6%</b>	<b>5,4%</b>	<b>8,4%</b>

# Stratégies des propriétaires de centres commerciaux

## Résurgence de l'alimentaire

Au cours des dernières années, nous avons pu voir apparaître de nouveaux concepts de foires alimentaires, notamment au centre-ville de Montréal. En effet, en octobre 2019, le **Central**, foire alimentaire au coin du Boulevard Saint-Laurent et de la rue Sainte-Catherine, a fait son apparition. Un mois plus tard, le **Time Out Market** a inauguré son premier espace au Québec dans les locaux du Centre Eaton (auparavant Les Ailes de la Mode). En janvier 2020, le **Cathcart** a ouvert à la Place Ville-Marie, après des rénovations majeures. Ces trois projets ont changé drastiquement le portrait de l'offre en axant celle-ci sur la qualité et l'expérience.

Ailleurs, on a vu des concepts de foire alimentaire soignée, avec un mix de concessions alimentaires traditionnelles et nouveau genre. Par exemple, au **Centre Rockland**, dans Ville Mont-Royal, on a opté pour des rénovations importantes afin de rendre le lieu le plus attractif pour l'ensemble de sa clientèle. Similairement, les **Promenades Saint-Bruno** compteront dès le mois d'août 2021 une destination gourmande : le « Marché des Promenades » qui comptera une quarantaine de marchands et d'artisans locaux.



1. Cathcart Place-Ville-Marie
2. Time Out Market, Centre Eaton
3. Le Central (St-Laurent/Ste-Catherine)
4. Foire alimentaire du Centre Rockland



# Vers une économie de services

Ce profond changement dans le profil démographique et dans les attentes des consommateurs a eu et aura des répercussions sur l'industrie du commerce de détail. En fait, le virage vers une économie de services (plutôt que de biens) a déjà grandement influencé l'offre commerciale d'aujourd'hui. À titre comparatif, en 1951 il n'y avait que 2 801 restaurants et 12 gyms au Québec. La province ne comptait alors aucun salon de manucure / pédicure et aucun spa. En 2017, le nombre de restaurants a explosé à 20 059, les gyms sont dans pratiquement tous les quartiers de nos villes (802 au Québec) et il n'est pas rare de croiser un salon de manucure ou un spa.

La transformation démographique à laquelle nous assistons modifie également la dépense moyenne des ménages par poste de dépense. Entre 2010 et 2019, les catégories ayant le plus fortement progressé sont liées à des services, alors que des catégories très présentes dans les centres commerciaux ont connu une certaine décroissance ou stagnation (vêtements et accessoires, articles de sports, jouets, informatique, artisanat, produits de soins personnels, matériel de divertissement au foyer).

## Évolution du nombre de magasins au Québec

Type de service	1951	2017
Restaurants	2 801	20 059
Gyms	12	802
Manicules / pédicures	0	747
Spas	0	247



## Dépense moyenne des ménages québécois par principaux postes de dépenses entre 2010 et 2019 (\$ courants)

Catégorie de dépense <sup>1</sup>	Évolution 2010-2019		Part de la superficie des centres régionaux et suprarégionaux <sup>2</sup>
	%	\$	
Vêtements et accessoires	-5%	-159	54,8%
Articles de sports, jouets, informatique, artisanat	4%	35	13,1%
Ameublement et équipement ménagers	30%	480	6,0%
Aliments achetés au restaurant	24%	438	5,4%
Produits de soins personnels	1%	5	4,4%
Matériel de divertissement au foyer (TV, audio)	-64%	-256	3,9%
Services de soins personnels	69%	232	1,9%
Communications	52%	708	1,3%
Aliments achetés au magasin	32%	1 799	0,7%
Divertissement (cinémas et cotisation étab. sportif)	242%	494	0,7%

Source : Statistique Canada. Tableau 11-10-0222-01 Dépenses des ménages, Canada, régions et provinces

1) Certaines catégories de dépenses de Statistique Canada ont été regroupées par le Groupe Altus.

2) Ne totalise pas 100%, car certaines catégories ne sont pas présentées ici (institution financières, alcool, jeux de hasard, etc.)

---

# Merci !