

Le commerce de détail : une industrie de taille au Québec

Rapport de sondage sur le commerce de détail au Québec

François Vincent, directeur des affaires provinciales, Québec

Souvent négligé, le commerce de détail est pourtant un secteur économique important au Québec. Représentant 106 milliards de dollars de vente en 2013¹ et étant le secteur économique qui regroupe le plus d'entreprises², l'industrie du commerce de détail est très dynamique.

Étant le plus important regroupement de PME au pays, la FCEI compte plus de 6 000 commerces de détail parmi ses membres au Québec. C'est pourquoi elle a réalisé ce sondage permettant de mieux connaître les enjeux propres à cette industrie et de cibler certaines pistes d'action pour mieux soutenir ce secteur économique. Cette recherche a été menée notamment au moyen d'un sondage comptant 490 répondants propriétaires d'un commerce de détail. Les résultats sont statistiquement précis à $\pm 4,4 \%$, 19 fois sur 20.

À propos de la FCEI

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) est le plus important regroupement de petites et moyennes entreprises au Canada. La FCEI encourage l'élaboration de politiques publiques favorables aux PME, et ce, aux paliers fédéral, provincial et municipal. Elle regroupe plus de 109 000 propriétaires d'entreprise au Canada, dont 24 000 au Québec.

¹ Statistique Canada, *Ventes au détail, par province et territoire*, CANSIM, tableau 080-0020 et produit no 63-005-X. Dernières modifications apportées : 2014-07-23.

² Statistique Canada, *Structure des industries canadiennes*, données pour le Québec, juin 2014.

Sommaire

Le secteur du commerce de détail est souvent sous-estimé au Québec. Or, il s'agit d'un secteur dynamique qui, avec ses quelque 106 milliards de dollars de vente, compte pour près de 6 % du PIB. On y retrouve plus de 36 100 entreprises, qui emploient quelque 440 000 travailleurs.

Les résultats de sondage présentés dans ce rapport démontrent qu'outre le fardeau fiscal global, les frais de traitement des paiements par carte de crédit et la concurrence des grandes surfaces figurent parmi les principales préoccupations des chefs d'entreprise de ce secteur. Les résultats indiquent également que les municipalités ne semblent pas cerner adéquatement les besoins de ce secteur d'activité. Pourtant, les commerces de proximité sont intimement liés à la santé et à l'attrait des municipalités. Les chefs de PME en appellent ainsi à une plus grande sensibilité entrepreneuriale de la part des élus locaux.

Enfin, les entreprises du commerce de détail font face à de nombreux défis pour mieux rejoindre et répondre aux besoins des consommateurs. Avec l'expansion du commerce en ligne, ces entreprises sont dorénavant en concurrence avec des entreprises de partout dans le monde. Des actions gouvernementales sont donc nécessaires afin de rendre l'environnement d'affaires de ce secteur plus compétitif et d'en soutenir la croissance.

Introduction

La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) compte plus de 109 000 petites et moyennes entreprises membres au Canada, dont 24 000 au Québec. Les entreprises qui y sont affiliées proviennent de toutes les régions et de tous les secteurs économiques. Au Québec, la FCEI regroupe plus de 6 000 PME œuvrant dans le commerce de détail.

S'ils partagent plusieurs des préoccupations de l'ensemble des entrepreneurs, les entrepreneurs qui composent cette industrie font aussi face à des enjeux qui leur sont propres. La FCEI a donc sondé ses membres de ce secteur d'activité afin de connaître leurs perspectives et leurs défis. Le sondage a été mené entre le 1^{er} août et le 10 octobre 2013. Au total, 490 propriétaires d'un commerce de détail ont répondu à notre enquête. Les résultats sont statistiquement précis à $\pm 4,4$ %, 19 fois sur 20.

Le présent rapport de sondage se divise en quatre sections. La première présente un portrait général de cette industrie. La deuxième partie porte sur les défis des chefs d'entreprises de ce secteur. La troisième traite du commerce en ligne : nouvelle réalité qui bouscule les pratiques de ce secteur d'activité. Finalement, nous présentons une série de recommandations sur ces sujets.

Nous espérons que ces résultats permettront de contribuer à l'essor de cet important secteur économique qui dynamise les collectivités locales partout au Québec.

Portrait général de l'industrie

Le commerce de détail : une force économique importante au Québec

Des entreprises de proximité

Le commerce de détail est une industrie qui fourmille de petites entreprises offrant des services aux consommateurs des quatre coins du Québec. Les petits commerces de quartier, les centres d'achats, les magasins à grande surface, qui composent le commerce de détail, sont certes parmi les entreprises avec lesquelles les citoyens interagissent le plus. La présence de ces commerces a un impact important sur les collectivités, tant sur la création d'emploi, que sur le dynamisme des régions et sur l'accès aux biens et services.

Une contribution importante à l'économie

Comme l'illustre le tableau 1, le commerce de détail compte pour environ 6 % du PIB du Québec depuis 2006³⁻⁴.

Tableau 1 :

Commerce de détail et PIB (aux prix de base) de 2003-2013, Québec (en millions de dollars enchaînés de 2007)

Année	PIB du commerce de détail	PIB de l'ensemble des industries	Part du commerce de détail sur le PIB total
2003	14 312,1	265 014,7	5,4 %
2004	14 718,5	270 902,7	5,4 %
2005	15 235,2	275 436,8	5,5 %
2006	16 017,5	279 858,6	5,7 %
2007	16 516,3	285 328,7	5,8 %
2008	17 429,7	290 579,9	6,0 %
2009	16 956,1	288 180,0	5,9 %
2010	17 391,5	294 089,6	5,9 %
2011	17 599,9	299 093,9	5,9 %
2012	17 678,3	303 473,0	5,8 %
2013	18 074,2	306 773,9	5,9 %

Source : Institut de la statistique du Québec, *Produit intérieur brut par industrie au Québec, Économie*, décembre 2013 et avril 2014.

³ Institut de la statistique du Québec, *Produit intérieur brut par industrie au Québec, Économie*, avril 2014, 37 p.

⁴ Institut de la statistique du Québec, *Produit intérieur brut par industrie au Québec, Économie*, décembre 2013, 151 p.

Notons également que les ventes au détail sont en constante augmentation depuis les quatre dernières années. Elles atteignaient 94 milliards de dollars en 2009 et 106 milliards de dollars en 2013⁵. Cette dernière année, les ventes totales de ce secteur au Québec représentaient 22 % de l'ensemble des ventes enregistrées au Canada⁶. Enfin, en 2012, ce secteur employait environ 438 000 travailleurs⁷.

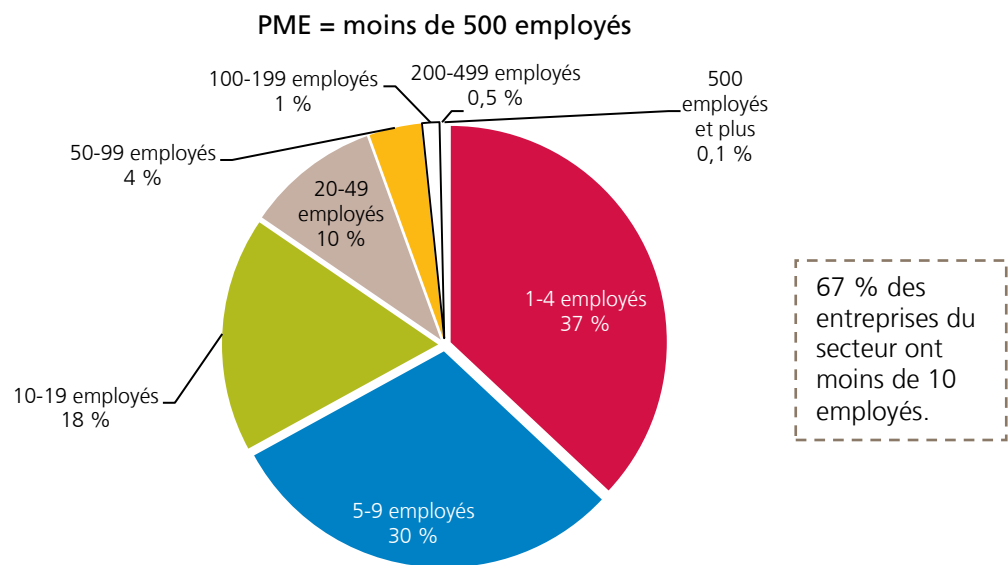
Un secteur composé principalement de petites entreprises

Le secteur du commerce de détail compte 36 132 entreprises, ce qui représente environ 14 % de l'ensemble des entreprises québécoises⁸. C'est l'industrie qui compte le plus grand nombre d'entreprises, devançant notamment la construction (30 456 entreprises), les autres services excluant les administrations publiques (24 990 entreprises) et les services professionnels, scientifiques et techniques (24 315 entreprises).

Également, comme nous pouvons le constater à la figure 1, le secteur du commerce de détail est composé en grande majorité de petites entreprises.

Figure 1 :

Les entreprises du commerce de détail par tranche d'effectifs, Canada



Nombre d'emplacements employeurs = 36 132

Source : Statistique Canada, Registre des entreprises, juin 2014.

⁵ Op cit., note 1.

⁶ Idem.

⁷ « Le commerce de détail au Québec », La Presse, 20 mars 2013, page LPA 2 et CQCD [http://cqcd.org/data/Communications/PDF/fr-CA/150_Mémoire%20final%20CQCD%20-%20projet%20de%20loi%2014%20\(11%20février%202013\).pdf](http://cqcd.org/data/Communications/PDF/fr-CA/150_Mémoire%20final%20CQCD%20-%20projet%20de%20loi%2014%20(11%20février%202013).pdf), p.4.

⁸ Op cit., note 2.

En effet, les entreprises de plus de 500 employés ne représentent que 0,1 % des commerces de détail.

À l’opposé, 94 % des commerces ont moins de 50 employés et près de 70 % en ont moins de 10.

On note toutefois que, comparativement à la moyenne des entreprises au Québec, elles sont moins nombreuses à avoir moins de 5 employés (37 % versus 52 % en moyenne au Québec) et aussi moins nombreuses à avoir moins de 10 employés (67 % versus 73 %). En revanche, elles sont plus nombreuses dans la tranche 10 à 19 employés (18 % versus 13 %).

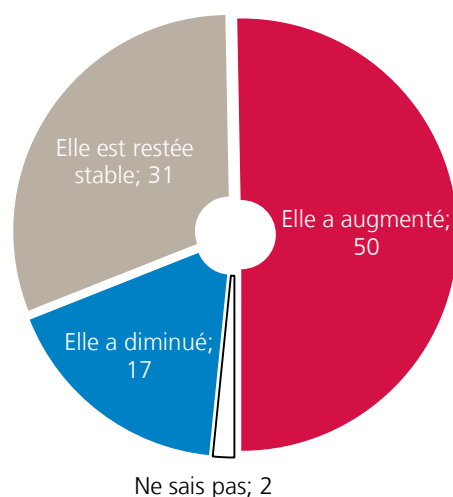
État actuel des affaires et perspectives

Bien que l’industrie du commerce de détail ait été particulièrement frappée par la plus récente crise économique, les données de notre sondage indiquent qu’elle semble reprendre peu à peu de la vigueur. En effet, comme l’illustre la figure 2, la moitié des répondants (50 %) affirme avoir vu sa clientèle croître entre 2010 et 2013.

Pour presque le tiers des commerçants, la situation est restée stable alors que 17 % disent avoir connu une baisse de leur clientèle.

Figure 2 :

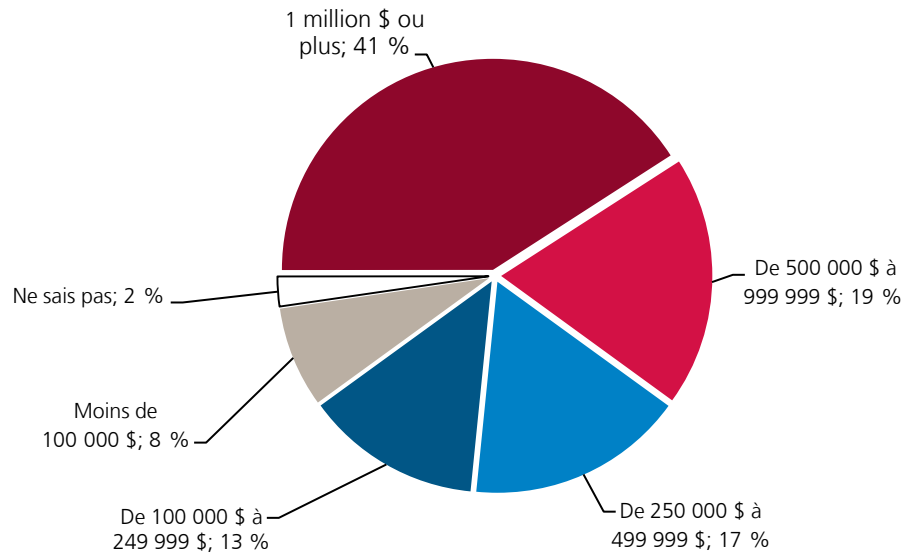
Comment décriez-vous l’évolution de votre clientèle au cours des trois dernières années?



Quant au chiffre d’affaires généré, la figure 3 montre que si quatre commerçants sur dix affirment avoir un chiffre d’affaires d’un million de dollars ou plus, la majorité des chefs d’entreprises (57 %) ont affirmé avoir engrangé un chiffre d’affaires de moins d’un million de dollars pour l’année 2012. Pour 38 %, le chiffre d’affaires a été sous la barre des 500 000 \$. Mentionnons enfin que les deux cinquièmes des dirigeants de PME de cette industrie ont affirmé avoir eu un chiffre d’affaires d’un million de dollars ou plus.

Figure 3 :

À combien évaluez-vous votre chiffre d'affaires pour l'année 2012?



Qualité des produits et service à la clientèle : les principales forces des commerces de proximité

Les données de notre sondage font aussi ressortir que les entrepreneurs de ce secteur économique estiment que la qualité de leurs produits, leur service à la clientèle et leur main-d'œuvre compte pour leurs principales forces, comme le montre la figure 4.

Figure 4 :

Quelles sont les principales forces de votre entreprise?



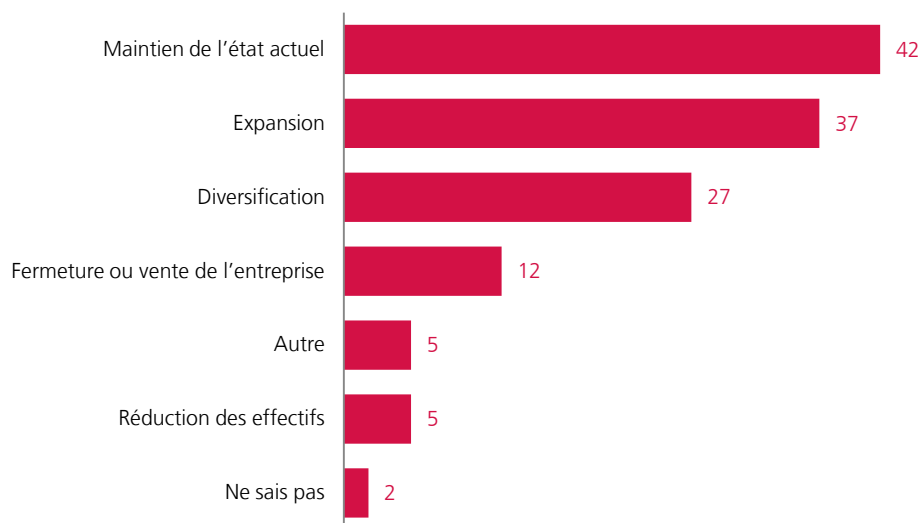
Des projets d'expansion

Nous avons également questionné les commerçants sur les projets relatifs à leur entreprise pour les trois prochaines années. Bien que 42 % prévoient maintenir leur entreprise dans son état actuel, on note que 37 % comptent prendre de l'expansion et que 27 % planifient de diversifier leur entreprise.

Enfin, on observe qu'un peu plus d'un commerçant sur dix entend fermer ou vendre son commerce d'ici 3 ans.

Figure 5 :

Quels projets avez-vous pour votre entreprise pour les trois prochaines années?

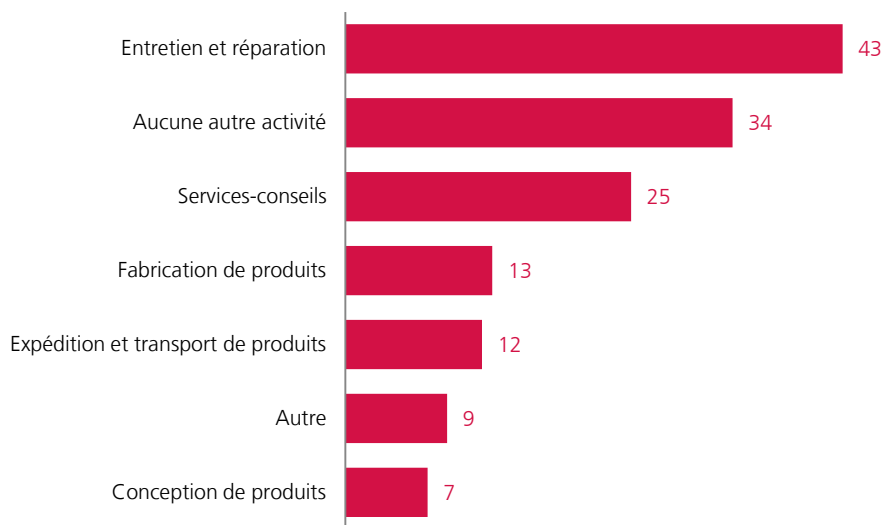


Les PME œuvrant dans le commerce de détail semblent offrir des produits et services passablement diversifiés. En effet, comme l'illustre la figure 6, seulement 34 % des entreprises n'avaient aucune autre activité que le commerce de détail. C'est donc dire que la majorité des entrepreneurs de ce secteur ont d'autres activités en plus de la vente de produits au détail.

L'entretien et la réparation sont les activités les plus citées (43 %) comme activités accompagnant celles liées à la vente au détail. Mentionnons également que des services-conseils sont offerts par une PME sur quatre.

Figure 6 :

Outre le commerce de détail, quelles sont les activités de votre entreprise?



Les défis des PME du commerce de détail

Pour mieux connaître les défis que vivent les chefs de PME de ce secteur d'activité, nous avons posé un certain nombre de questions spécifiques. Parmi les facteurs qui freinent le plus la croissance de leur entreprise, le fardeau fiscal global arrive en tête de liste avec 48 % des mentions.

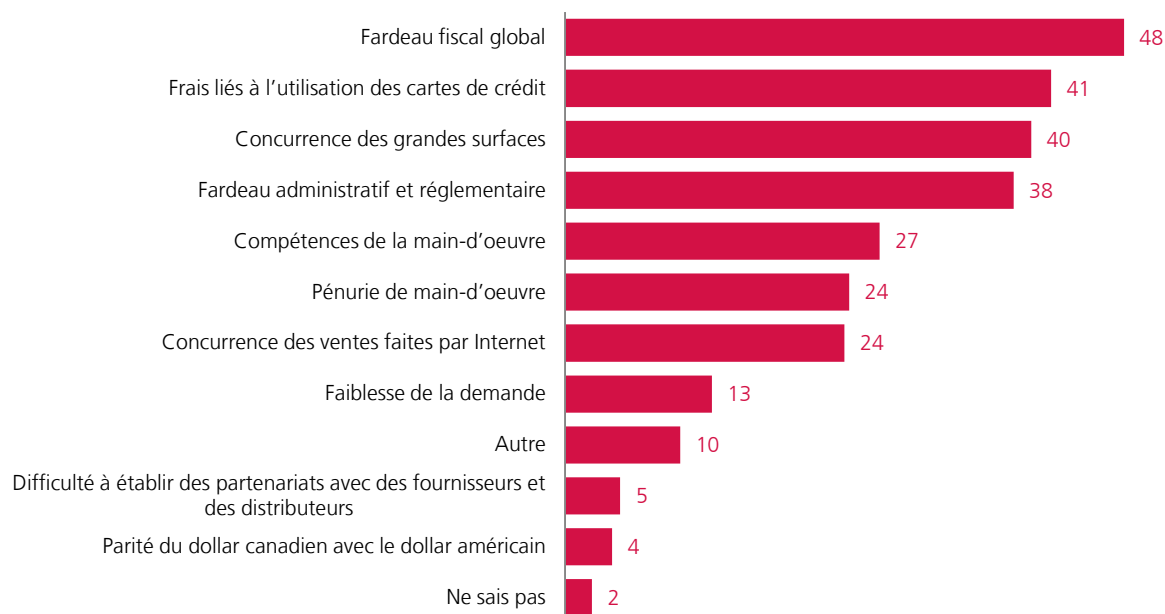
Le deuxième élément cité a trait aux frais liés à l'utilisation des cartes de crédit (41 %). À cet égard, précisons que près du tiers des transactions des clients se font avec une carte de crédit⁹. Considérant les frais de transaction très élevés imposés par les compagnies de carte de crédit (variant d'environ 1 % à quelque 3 % du total de la vente), on peut comprendre facilement pourquoi cet élément figure dans le peloton de tête des facteurs nuisibles à la croissance des petits commerces.

« Pour la dernière année, nous avons eu 7 000 \$ de frais de carte de crédit! Nous payons les privilèges que les cartes de crédit donnent à leurs clients. Quand ces mêmes clients sont bien "accrochés" par leur carte de crédit, les compagnies émettrices leur font alors payer de gros frais d'intérêts. »
Membre propriétaire d'un commerce

⁹ FCEI, Sondage sur le système de paiement au Canada, données québécoises du secteur du commerce de détail, juin 2011.

Figure 7 :

Quels sont les facteurs qui freinent le plus la croissance de votre entreprise?



Mentionnons que la concurrence des grandes surfaces (40 %) et le fardeau administratif et réglementaire (38 %) suivent de près, figurant respectivement en troisième et quatrième position.

Enfin, les compétences de la main-d'œuvre, la pénurie de la main-d'œuvre et la concurrence des ventes par Internet affectent négativement un entrepreneur sur quatre.

Les entreprises du commerce de détail et la fiscalité

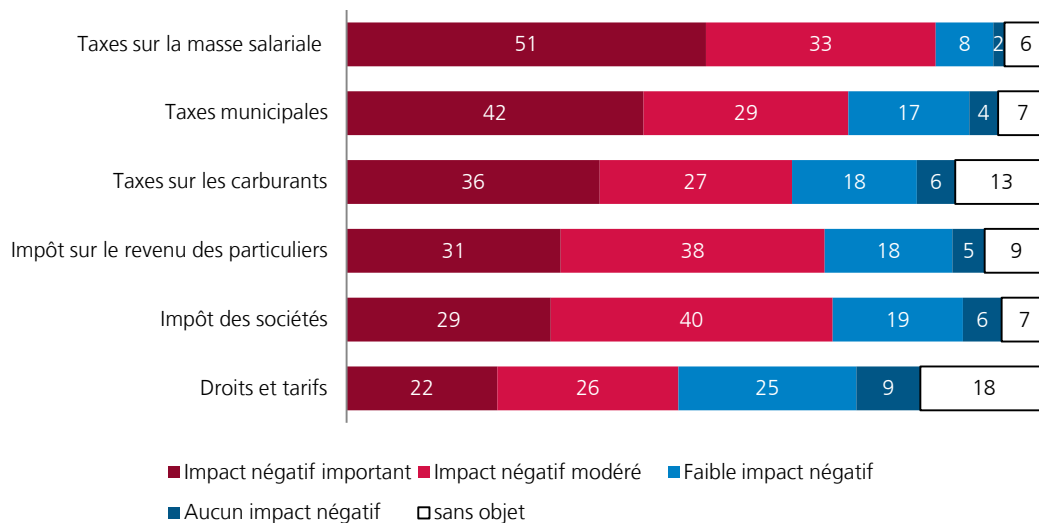
La figure 8 illustre assez clairement que les différents impôts et taxes ont un impact négatif sur les PME de ce secteur, les taxes sur la masse salariale et les taxes municipales arrivant en tête.

Les chefs d'entreprises mentionnent à très forte majorité (84 %) que les taxes sur la masse salariale ont un impact négatif sur leur croissance. Mentionnons aussi qu'une majorité (51 %) d'entrepreneurs a indiqué que l'impact négatif de ce type de taxation était « important ».

En second lieu, 42 % des répondants affirment que les taxes municipales ont un impact négatif important sur la croissance de leur entreprise.

Figure 8 :

Comment qualifieriez-vous l'impact que les taxes, impôts et frais suivants ont sur la croissance de votre entreprise?



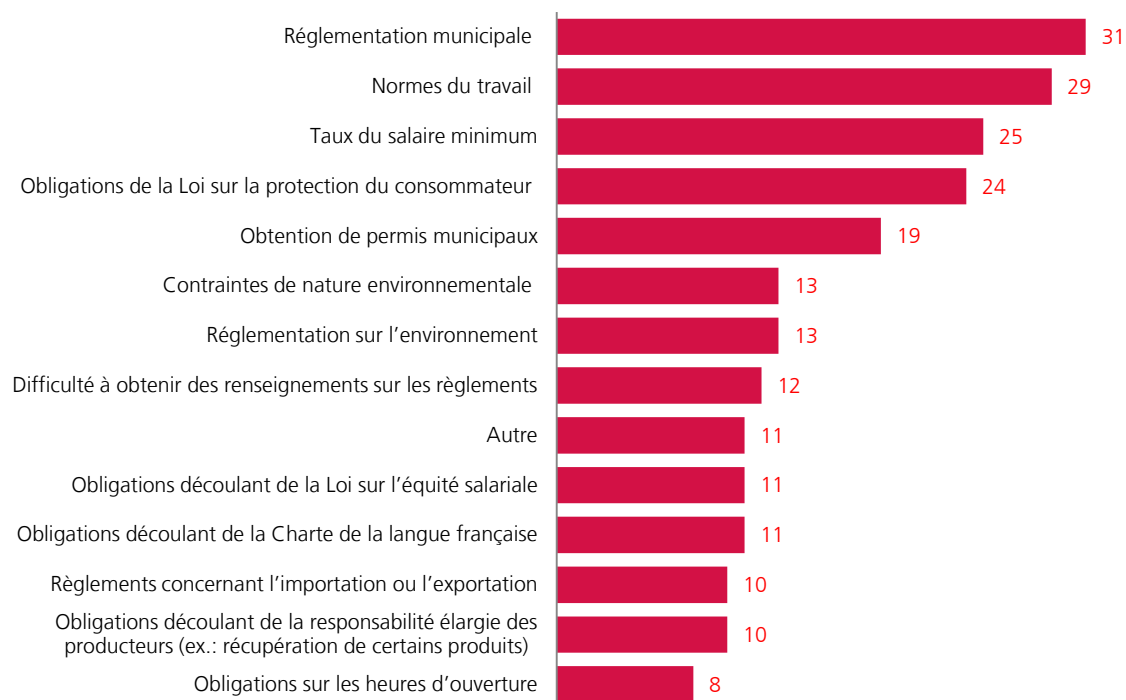
Les entreprises du commerce de détail et la paperasserie

La paperasserie représente un lourd fardeau pour les petites entreprises. La figure 9 regroupe l'opinion des chefs d'entreprise concernant les principaux irritants administratifs et réglementaires.

« Le temps que nous devons consacrer à remplir des rapports gouvernementaux et à recevoir de la formation sur ces programmes (équité salariale, CSST, normes du travail, etc.) est un temps que nous ne pouvons consacrer au développement de nos entreprises. Ce facteur devient pour nous un critère de concurrence défavorable, car les magasins à grande surface ont les moyens d'engager quelqu'un pour ces tâches. »
Membre propriétaire d'un commerce

Figure 9 :

Quels sont les obstacles administratifs et/ou réglementaires qui freinent le plus la croissance de votre entreprise?

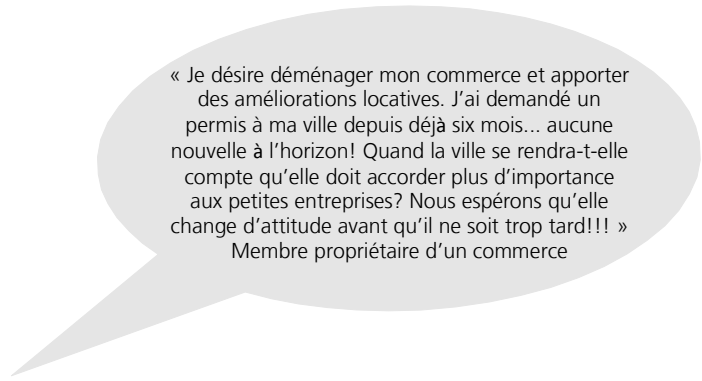


Nous notons que la réglementation municipale est celle qui est la plus citée (31 %) comme entrave à la croissance des entreprises, suivie de près par les normes du travail. Toujours en ce qui concerne les municipalités, l'obtention de permis municipaux semble complexe au point où un entrepreneur sur cinq affirme que cela freine la croissance de son entreprise.

Mentionnons que le salaire minimum (25 %) et les obligations découlant de la *Loi sur la protection du consommateur* (24 %) sont aussi des facteurs identifiés comme freinant la croissance par une entreprise sur quatre.

Les commerces de détail et les municipalités

Les commerçants ont plusieurs récriminations à l'égard de leur municipalité. Les résultats de la figure 10 appellent à des améliorations significatives pour mieux répondre aux besoins de ces créateurs d'emplois locaux.

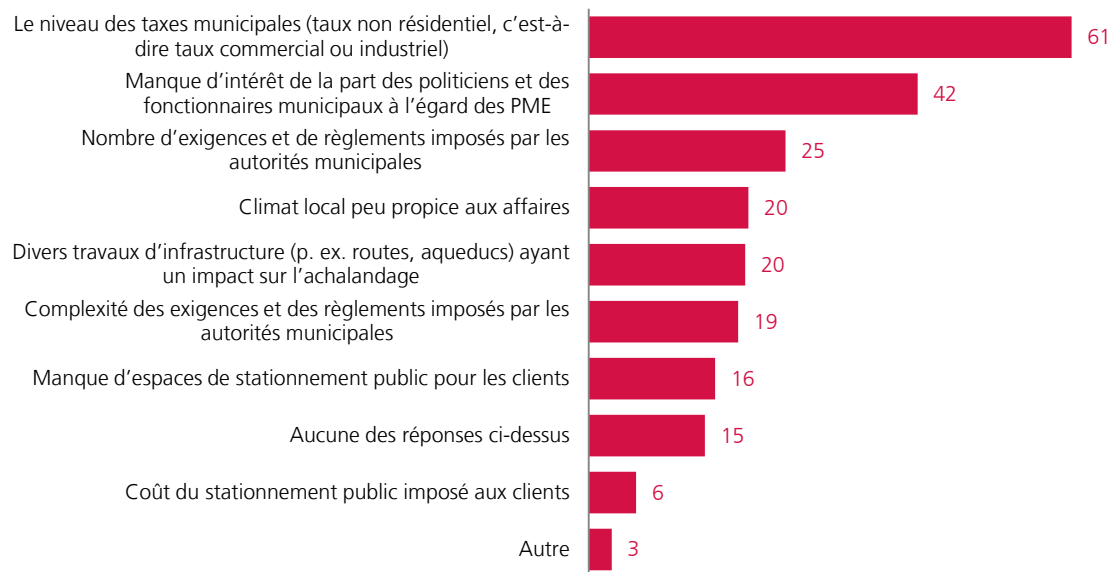


Concernant les éléments qui nuisent le plus à la croissance de leur commerce, trois dirigeants sur cinq ont cité en premier lieu le niveau élevé des taxes municipales. Ce résultat n'est pas étonnant puisqu'une étude de la FCEI portant sur les 100 plus grandes villes du Québec démontrait que, pour un immeuble d'une même valeur, les PME doivent payer en moyenne 2,2 fois plus de taxes qu'un résident¹⁰.

Le deuxième élément le plus cité (42 % des mentions) est le manque d'intérêt perçu de la part des politiciens et des fonctionnaires municipaux à l'égard des PME. Au troisième rang, on retrouve le nombre d'exigences réglementaires. Enfin, mentionnons qu'un entrepreneur sur cinq croit que sa croissance est freinée par le climat d'affaires dans la municipalité qui est peu propice aux affaires et par les travaux d'infrastructures qui ont un impact sur l'achalandage.

Figure 10 :

Au niveau municipal, quels sont, parmi les suivants, les éléments qui nuisent le plus à la croissance de votre entreprise?



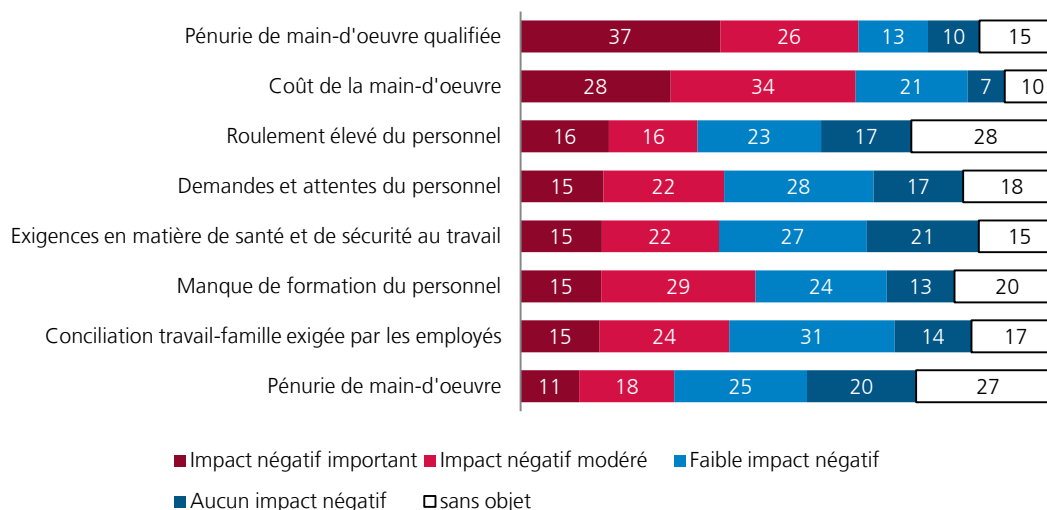
¹⁰ FCEI, PME et bungalow : deux poids, deux mesures dans la taxation municipale, Comparaison des taxes résidentielles et non résidentielles dans les 100 plus grandes municipalités du Québec, octobre 2013, 36 p.

Les enjeux liés à la main-d'œuvre

On constate que la pénurie de main-d'œuvre qualifiée (63 %) et le coût de la main-d'œuvre (62 %) arrivent en tête de liste des facteurs ayant des impacts négatifs sur les commerces de détail. Avec le vieillissement de la population et les nombreux départs à la retraite, ce défi deviendra de plus en plus important pour les PME.

Figure 11 :

Comment qualifieriez-vous l'impact que les questions de main-d'œuvre suivantes ont sur votre entreprise?

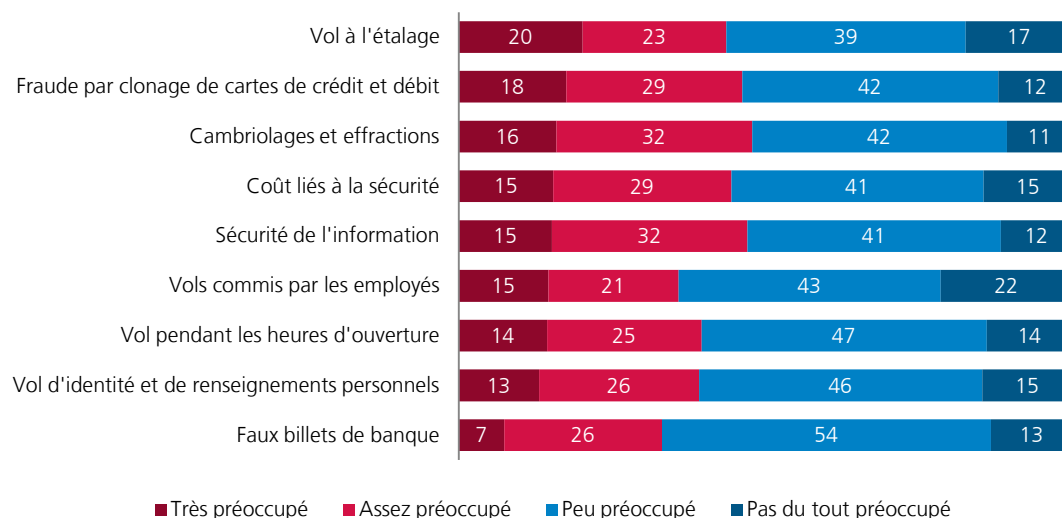


Les enjeux relatifs à la sécurité

Comme l'indique la figure 12, bien qu'environ un commerçant sur deux se dise peu ou pas du tout préoccupé par les enjeux relatifs à la sécurité, on note que les cambriolages, la fraude par clonage de cartes de crédit ainsi que la sécurité de l'information arrivent en tête de liste des préoccupations à ce sujet pour près d'un commerçant sur deux (respectivement 48 %, 47 % et 47 %).

Figure 12 :

Quel est votre niveau de préoccupation à l'égard des questions de sécurité suivantes?



Attentes des commerçants face aux gouvernements

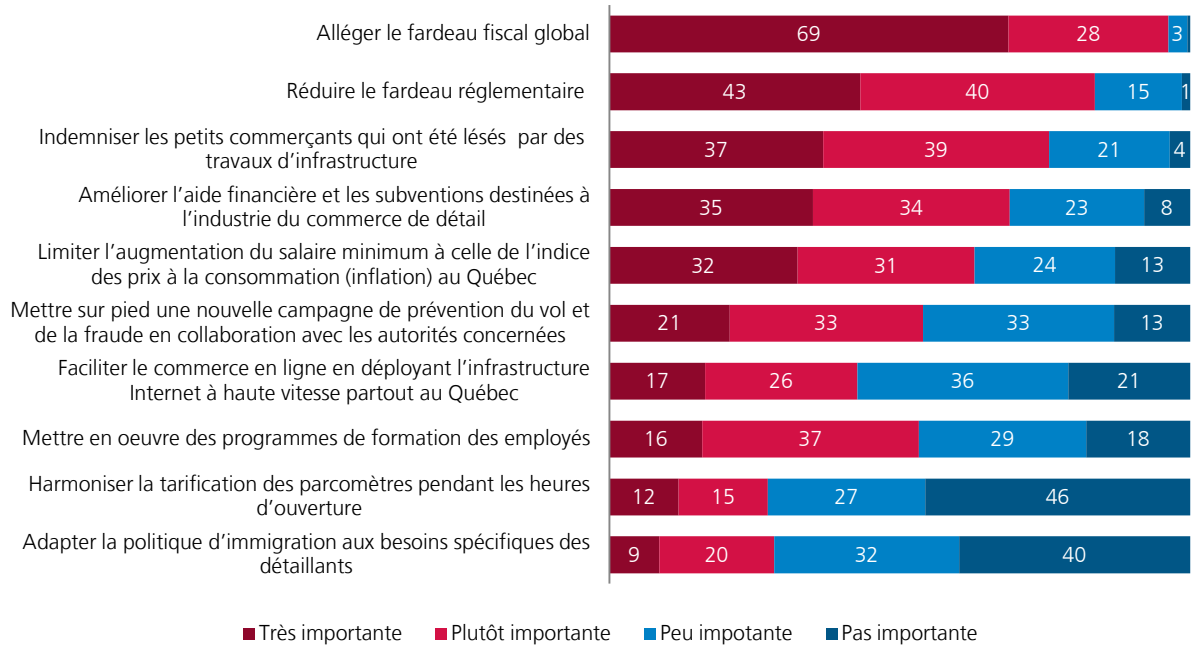
Nous avons interrogé les répondants sur les actions que le gouvernement devrait entreprendre pour améliorer le climat d'affaires de l'industrie du commerce de détail. Les résultats concordent avec les préoccupations précédemment mises en lumière.

Les entrepreneurs sont quasi unanimes (97 %) quant à l'importance que le gouvernement agisse pour alléger le fardeau fiscal global. Une proportion de 69 % est même d'avis que cette action est très importante.

Un message aussi fort ressort quant au fardeau réglementaire. Les commerçants sont 83 % à croire que la réduction de la paperasserie est une action importante que le gouvernement devrait poser pour améliorer le climat d'affaires.

Figure 13 :

Actions que le gouvernement pourrait entreprendre pour améliorer le climat des affaires



Les petits commerçants soulignent également en forte proportion (76 %) que l'indemnisation lors des travaux d'infrastructure serait importante pour dédommager les commerçants lésés par ces travaux.

Enfin, environ sept entrepreneurs sur dix désirent que le gouvernement améliore l'aide financière et les subventions destinées à l'industrie du commerce de détail et 63 % estiment qu'il serait important de limiter l'augmentation du salaire minimum à celle de l'indice des prix à la consommation.

Le commerce en ligne

Les entreprises de l'industrie du commerce de détail ont fait face à des défis particuliers et à des transformations importantes de leur secteur économique ces quarante dernières années. Dans les années 70 et 80, nous avons vu l'apparition des centres d'achats, dans les années 90, les grandes surfaces sont devenues une tendance et, dans les années 2000, les centres d'achats de type « *mode de vie* » ont fait leur apparition¹¹. Ces grandes tendances ont marqué l'industrie, présentant tantôt de nouveaux défis à relever et tantôt de nouvelles opportunités à saisir.

« Ce sont les Américains qui prennent de plus en plus l'espace commercial au Québec, et le commerce par Internet, surtout provenant de l'étranger. Ce n'est pas juste envers nous qui avons à payer les infrastructures, des taxes plus élevées, qui donnons du service et qui supportons les vols à l'étalage. »

Membre propriétaire d'un commerce

¹¹ Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, *Tendances de l'industrie du commerce de détail, Québec, 2007, 49 p.*

Par ailleurs, l'émergence et l'augmentation des achats en ligne sont au nombre de ces mutations. Une récente étude de Statistique Canada¹² démontre que la valeur totale des achats en ligne en 2012 a été de 18,9 milliards de dollars au Canada, soit une augmentation de 24 % en deux ans. De plus, ce sont 56 % des Canadiens utilisant Internet qui ont acheté en ligne. Une augmentation de 51 % par rapport à 2010. Les consommateurs ont passé une commande à une entreprise canadienne dans 82 % des cas, à une entreprise des États-Unis dans 63 % des cas et à des entreprises d'autres pays dans 21 % des cas.

On peut donc présumer que le commerce en ligne va poursuivre sa progression au cours des prochaines années.

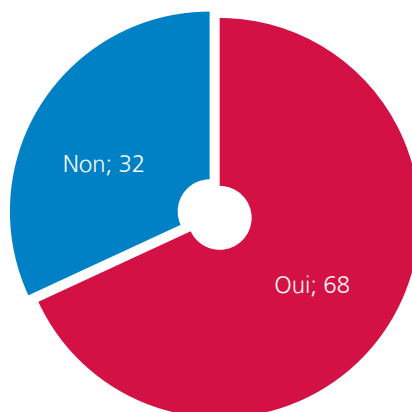
Comment les PME du commerce de détail se positionnent-elles face à cette nouvelle tendance? Nous avons posé quelques questions à nos membres commerçants sur ce sujet.

Présence des PME sur le Web

Comme le démontre la figure 14, environ sept entreprises sur dix affirment avoir leur propre site Internet. Chez celles qui ont indiqué ne pas avoir de site Internet, les principales raisons évoquées sont que ce n'est pas adapté à l'entreprise (51 %) ou que c'est trop compliqué (27 %).

Figure 14 :

Votre entreprise a-t-elle un site Internet autre que les sites dans les médias sociaux comme Facebook, Twitter ou LinkedIn?

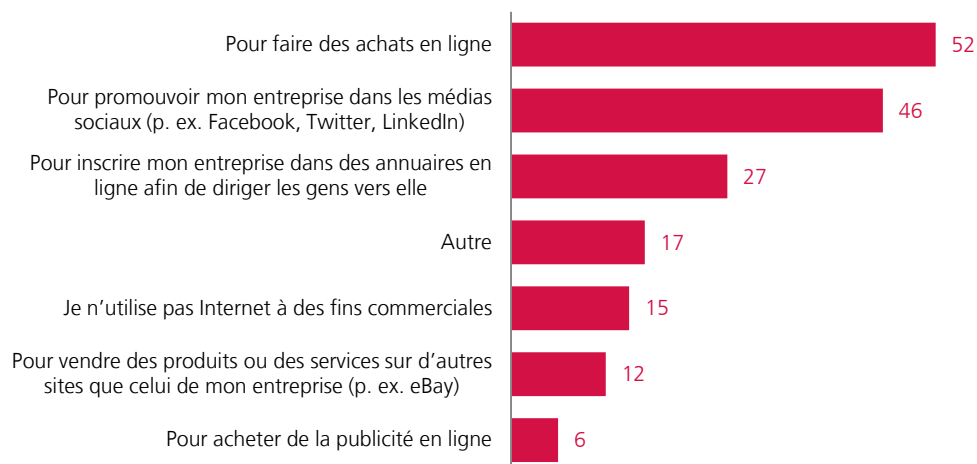


¹² Statistique Canada, *Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers, 2012*, Le Quotidien, octobre 2013, 5 p.

Quelle est l'utilité d'Internet pour les commerces? La figure 15 démontre qu'environ la moitié des propriétaires de PME utilisent Internet pour faire des achats en ligne et pour promouvoir leurs produits ou services. Mentionnons que près du tiers des entreprises s'enregistrent sur les annuaires en ligne pour attirer des clients vers leur commerce.

Figure 15 :

Comment utilisez-vous Internet dans votre entreprise?

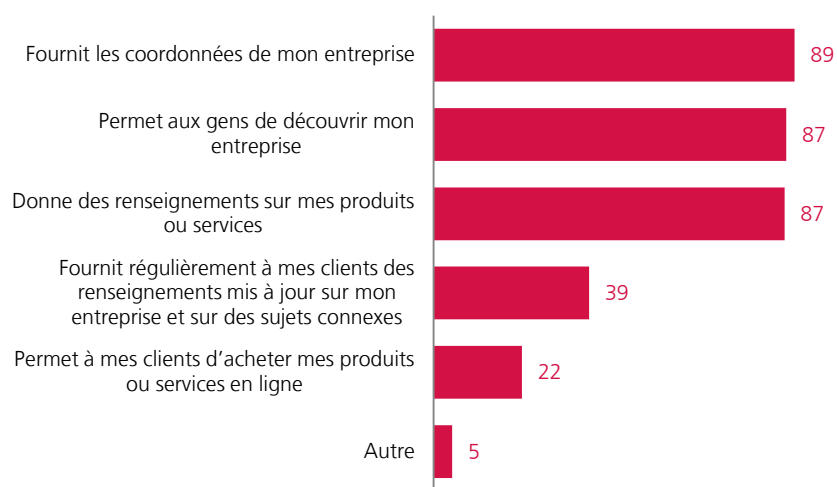


Quant à l'utilité d'avoir un site Internet (figure 16), les entreprises sont presque unanimes pour dire qu'il fournit les coordonnées de leur entreprise, qu'il permet aux gens de les découvrir et qu'il informe les clients sur leurs produits ou services.

Mentionnons également que deux entrepreneurs sur cinq utilisent leur site Internet pour tenir informée leur clientèle et qu'un entrepreneur sur cinq offre la possibilité à ses clients de procéder à des achats en ligne.

Figure 16 :

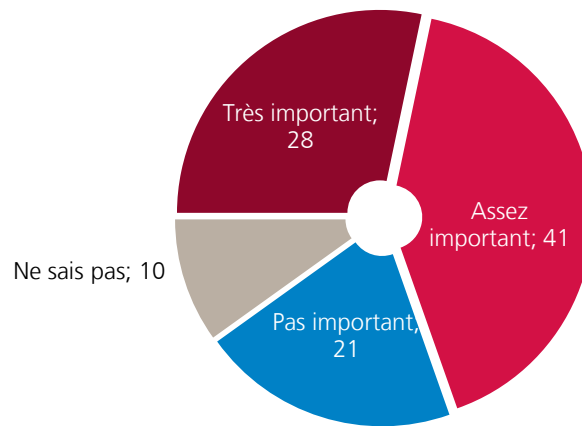
Comment votre site Internet vous aide-t-il à promouvoir votre entreprise?



Comme le démontre la figure 17, les chefs de PME considèrent, dans une proportion de 69 %, que leur site Internet est important pour la réussite globale de leur entreprise. Ces données démontrent assez clairement le rôle stratégique que joue maintenant la présence en ligne pour les commerces de détail.

Figure 17 :

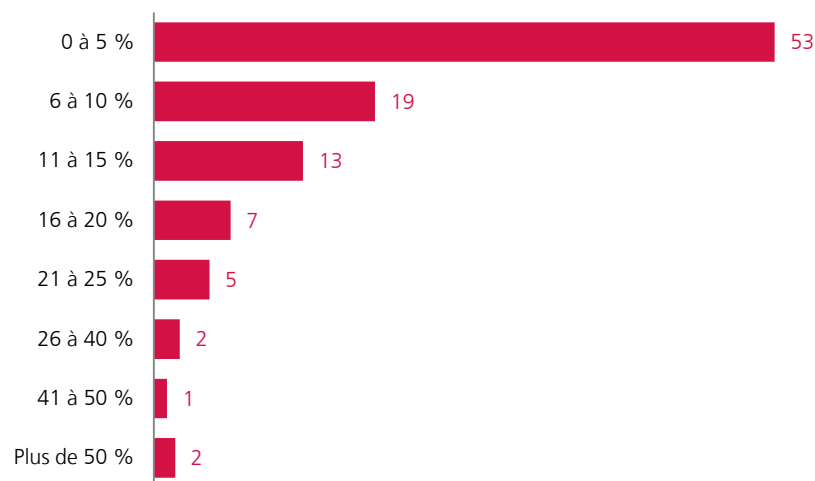
Dans quelle mesure votre site Internet commercial est-il important pour la réussite globale de votre entreprise?



En matière de ventes générées par le Web (figure 18), on constate que pour 10 % des entreprises, les ventes en ligne représentent plus du cinquième des ventes totales de l'entreprise. En revanche, plus de la moitié (53 %) affirment qu'elles représentent 5 % ou moins de leurs ventes totales.

Figure 18 :

Quel est, à votre avis, le pourcentage de ventes totales générées par votre site Internet?



Conclusion

Le commerce de détail, secteur important de notre économie, fait face à de nombreux défis. Ceux-ci touchent des sujets communs à plusieurs secteurs d'activité (ex. : pression fiscale et réglementaire) ainsi que des défis émergents comme la croissance constante du commerce en ligne qui vient redéfinir l'industrie.

Lorsqu'on considère l'importance de ce secteur sur notre économie, son succès ou non à relever ces défis aura un effet d'entraînement sur nos collectivités. Il est donc stratégique de porter une attention particulière à ces commerçants et de les outiller pour qu'ils puissent poursuivre leur croissance.

À la lumière de ce rapport de sondage, certaines pistes d'action peuvent être mises de l'avant pour mieux épauler nos commerçants. Souhaitons vivement que les décideurs publics, tant au niveau provincial que municipal, accorderont davantage d'attention à cette importante industrie dans les années à venir. Car, en misant sur le commerce de détail, ce sont toutes les collectivités des quatre coins du Québec qui en sortiront gagnantes.

Recommandations

La FCEI mène des représentations pour faire valoir les intérêts des PME du Québec. Voici donc une série de recommandations que nous entendons faire valoir ou continuer de porter auprès des décideurs afin de mieux soutenir l'industrie du commerce de détail.

Alléger le fardeau fiscal des commerçants

Le fardeau fiscal est très lourd à supporter pour les entrepreneurs au Québec. En effet, le Québec arrive au dernier rang de notre étude sur la compétitivité fiscale des provinces canadiennes¹³. Plus précisément, avec un taux d'imposition sur les profits de 8 %, les PME québécoises paient deux fois plus que leurs homologues du reste du Canada où la moyenne se situe à 4 %.

À cela, il faut ajouter les taxes sur la masse salariale. Ces taxes sont 30 % plus élevées ici qu'en Ontario et 45 % plus élevés que la moyenne canadienne¹⁴. À tout cela, il faut ajouter la taxation municipale. Une étude que nous avons publiée, intitulée « *PME et bungalow : deux poids, deux mesures dans la taxation municipale* », montre qu'en 2013, pour un immeuble de même valeur et, grosso modo, pour les mêmes services, les propriétaires de petites et moyennes entreprises paient en moyenne 2,22 fois l'impôt foncier perçu dans le secteur résidentiel dans les 100 plus importantes municipalités québécoises. Cette situation est non seulement inéquitable, mais elle est également nuisible au développement économique.

- Afin de soutenir la croissance et la compétitivité de l'industrie du commerce de détail, il est urgent de créer un environnement fiscal plus compétitif en diminuant l'impôt des sociétés, les taxes sur la masse salariale et la taxation municipale non résidentielle.

Réduire le fardeau réglementaire

Lorsque nous avons demandé aux détaillants plus spécifiquement quels étaient les obstacles administratifs et réglementaires qui freinent le plus leur croissance, les règlements municipaux ont été cités en premier, suivis des normes du travail, du salaire minimum et des obligations liées à la *Loi sur la protection du consommateur*. Il faut préciser que les entreprises ne sont pas contre ces législations sur les principes, mais que c'est plutôt dans leur application que les défis se présentent, car les lois et règlements ne tiennent pas toujours compte de la réalité des petites entreprises.

- Le gouvernement doit poursuivre la lutte contre la réglementation excessive et les municipalités doivent emboîter le pas et s'engager elles aussi formellement à réduire la paperasserie.

¹³ FCEI, *Classement des régimes fiscaux provinciaux au Canada : Indice des taxes et impôts provinciaux des PME, 2013*, 46 p.

¹⁴ FCEI, *Les PME en un coup d'œil*, février 2014, p.4.

Palier aux frais élevés des cartes de crédit

Les frais des cartes de crédit sont identifiés par les commerçants comme le deuxième facteur en importance pour expliquer ce qui freine le plus la croissance de leur entreprise. Variant entre 1,5 et 3 % de l'achat, ils grugent de façon significative leurs marges bénéficiaires.

Dans un contexte où les consommateurs sont habitués d'utiliser plusieurs moyens de paiement et alors qu'ils se déplacent avec de moins en moins d'argent comptant sur eux, il est presque impossible pour un commerce de détail de ne pas offrir ce mode de paiement. Les détaillants sont donc dans une situation très désavantageuse vis-à-vis des compagnies émettrices de cartes de crédit.

Étant dans l'impossibilité d'imposer une surcharge aux consommateurs qui utilisent des modes de paiement plus coûteux, les commerçants doivent refiler une partie de ces frais dans les prix des produits et services. Cependant, cette capacité est fort limitée quand on considère la compétitivité importante dans ce secteur.

- ▶ Le législateur devrait modifier l'article 224 de la *Loi sur la protection des consommateurs* afin que les commerçants puissent imposer une légère surcharge lorsque le mode de paiement utilisé par les consommateurs est plus coûteux.

Le rôle clé des municipalités

Nous l'avons vu, en plus de charger des taxes deux fois plus élevées que dans le secteur résidentiel, beaucoup de travail reste à faire dans les municipalités québécoises si elles veulent mieux soutenir leurs commerces de proximité. Nous encourageons celles-ci à tenir davantage compte des besoins et de la réalité de leurs commerçants. Elles peuvent jouer un rôle majeur dans l'épanouissement de ces commerces, notamment par leurs décisions en matière de taxation, de réglementation, de planification des travaux routiers, d'urbanisme, etc.

C'est pourquoi la FCEI fait valoir que les municipalités devraient :

- ▶ adopter une politique de réduction de la réglementation imposée aux commerçants;
- ▶ mieux planifier les travaux routiers;
- ▶ tenir compte des besoins des petits commerçants lors de l'adoption de règlements;
- ▶ joindre le service PerLE qui sert à renseigner les entrepreneurs sur la réglementation municipale en vigueur;
- ▶ mieux contrôler leurs dépenses afin de dégager une marge de manœuvre pour ramener le ratio de taxation non-résidentiel/résidentiel à un niveau plus équitable.

Épauler les commerces de détail dans le virage en ligne

Les données de notre sondage montrent que les petits commerçants possèdent en majorité un site Web. Cependant, il reste encore du chemin à faire pour que nous puissions affirmer que les commerces de détail ont embrassé complètement et à leur plein potentiel le virage Web. En effet, seul un faible pourcentage d'entre eux semblent posséder un site transactionnel ou utiliser Internet pour vendre leurs produits.

Par ailleurs, on note la croissance grandissante de la concurrence de plateformes Web.

C'est pourquoi la FCEI recommande que :

- ▶ le gouvernement mette sur pied des mesures temporaires visant à accompagner les commerçants qui le souhaitent à développer leur commerce en ligne.

Trouver une solution à la concurrence « déloyale » des ventes par Internet des entreprises étrangères

Le commerce électronique, ici et partout ailleurs sur la planète, est un phénomène qui prend de l'ampleur chaque jour. Comme nous l'avons mentionné, il représente un défi pour nos commerçants, qui ont tout intérêt à s'adapter à cette nouvelle réalité s'ils souhaitent continuer à connaître du succès dans le futur. Mais, encore faut-il qu'ils puissent jouer à armes égales avec leurs concurrents étrangers qui brassent des affaires ici.

En effet, plusieurs études estiment qu'une part grandissante des achats effectués au Québec est effectuée par le biais de sites Internet, ce qui représenterait plusieurs milliards de dollars chaque année. Or, il semblerait qu'une part grandissante de ces ventes soit réalisée par des entreprises de l'extérieur du Québec, qui ne perçoivent pas toujours la TVQ et la TPS fédérale. Cela représente une forme de concurrence déloyale pour nos commerçants d'ici et des fuites fiscales importantes pour les deux ordres de gouvernement.

La FCEI est d'avis que le gouvernement devrait sans délai trouver une façon de faire en sorte que les entreprises qui n'ont pas de présence au Québec, mais qui y font des affaires soient tenues de percevoir et de remettre la TPS-TVQ. Si cet objectif présente certains défis, il s'agit néanmoins d'une mesure de récupération fiscale qui contribuerait à l'atteinte de l'équilibre budgétaire et favoriserait la compétitivité du secteur du commerce de détail québécois.

- ▶ Le gouvernement doit trouver une façon de faire en sorte que les commerçants de l'extérieur du Québec soient tenus de percevoir et de remettre la TVQ pour tous les achats réalisés en ligne.
- ▶ Le gouvernement doit demander au gouvernement fédéral de faire de même en ce qui concerne la TPS.

Dédommager les commerçants lors des travaux d'infrastructure

Nous l'avons vu dans le sondage : les travaux routiers ont un impact important sur les commerces. Chaque année, nous recevons de nombreux appels de commerçants affectés par l'inaccessibilité de leur commerce pendant des travaux routiers ou d'infrastructure. D'ailleurs, comme le montre encore une fois notre sondage, ils sont 76 % à mentionner qu'il faudrait indemniser les petits commerçants qui ont été lésés par des travaux d'infrastructure.

C'est pourquoi la FCEI recommande que :

- ▶ Les municipalités et le gouvernement du Québec mettent en place un fonds qui aurait pour mandat de compenser les petits commerces lorsque les travaux de réfection affectent leur chiffre d'affaires.