

Deloitte.

Organic

Organic

Walmart 

Effet de Walmart Canada sur les prix à la consommation

2023



Analyse des prix : effet sur les prix à la consommation sur le marché

Walmart apporte une importante contribution économique aux collectivités canadiennes grâce à l'éventail de biens qu'elle fournit et aux emplois qu'elle crée. De plus, la recherche montre que la présence de Walmart réduit les prix à la consommation dans l'ensemble du marché. Deloitte a effectué une analyse des prix pour évaluer la relation entre la présence de Walmart dans les grandes régions métropolitaines du Canada et les prix à la consommation. Pour ce faire, Deloitte a élaboré un modèle économétrique qui explorait l'incidence qu'une succursale Walmart supplémentaire par 100 000 habitants dans la région exerce sur les prix à la consommation locaux selon le marché pour diverses catégories de produits de consommation.

Une baisse moyenne des prix à la consommation locaux

L'analyse de Deloitte a révélé qu'une augmentation de la présence de Walmart dans une région métropolitaine fait baisser les prix à la consommation locaux dans l'ensemble du marché. En moyenne, de 2001 à 2019, chaque succursale supplémentaire par tranche de 100 000 habitants dans une région métropolitaine donnée est associée à des économies d'environ 638 millions de dollars pour l'achat d'un panier général de produits de consommation.

Un effet semblable sur les prix a été relevé pour certaines catégories de produits de consommation, comme il est décrit à la figure 1.

L'incidence de la présence de Walmart sur les collectivités est encore plus importante dans le **contexte actuel de l'inflation**, où les populations à faible revenu sont les plus vulnérables aux hausses de prix.

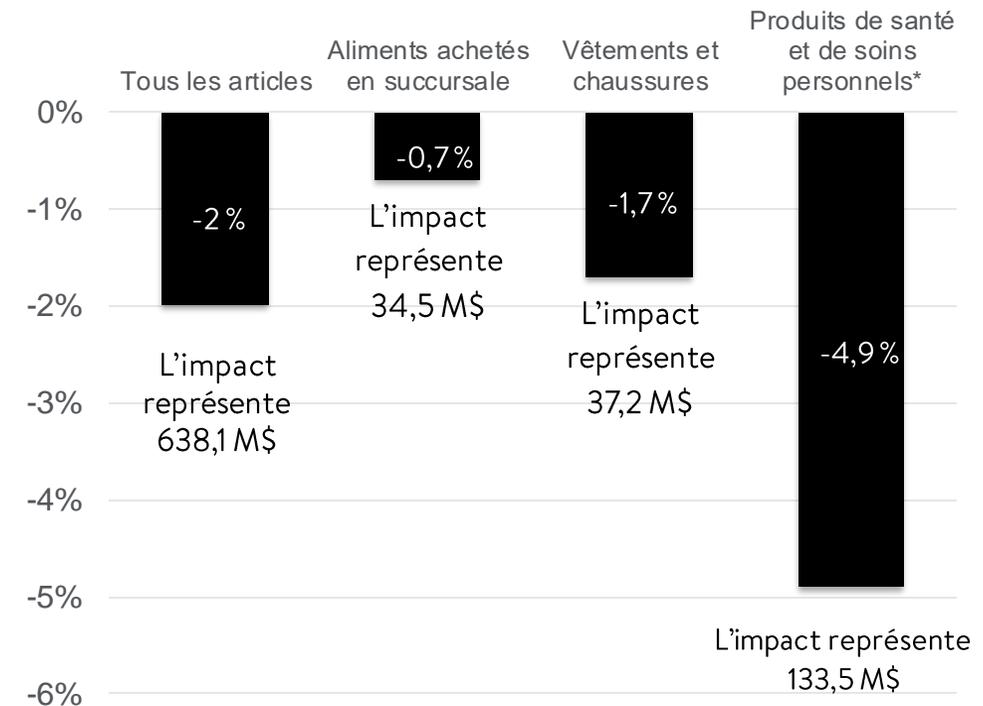
Promotion de l'accès aux produits de santé et de soins personnels

En moyenne, de 2001 à 2019, chaque succursale Walmart supplémentaire par tranche de 100 000 habitants dans une région métropolitaine donnée est associée à des économies de plus de 133 millions de dollars pour l'achat de **produits de santé et de soins personnels**.

En réduisant les prix moyens des produits de santé et de soins personnels, **Walmart contribue à améliorer l'accessibilité de ces produits partout au Canada.**

Cette réalisation s'ajoute à l'engagement de Walmart d'améliorer les résultats pour les patients et à accroître l'accès aux services de santé pour les groupes mal desservis et marginalisés au moyen de campagnes de financement et de programmes de subventions nationaux, régionaux et communautaires.

Figure 1 : Incidence sur les écarts de prix entre les villes par produit de consommation



* **Remarque :** Les produits de santé et de soins personnels comprennent les médicaments sur ordonnance, les médicaments en vente libre, les produits pour les soins oculaires, le savon, les articles de toilette et les cosmétiques, les produits d'hygiène buccale et d'autres produits de soins de santé et de soins personnels.

Analyse des prix : Effet de Walmart sur les prix à la consommation (suite)

Incidence d'une succursale Walmart supplémentaire pour 100 000 habitants sur les prix des produits de consommation sur le marché suivants

	Tous les articles 	Aliments achetés en succursale 	Vêtements et chaussures 	Produits de santé et de soins personnels 
Incidence sur les écarts de prix entre les villes	↓ 2,0 %	↓ 0,7 %	↓ 1,7 %	↓ 4,9 %

Effet de Walmart sur les prix à la consommation

L'analyse a révélé une relation inverse entre la présence de Walmart dans une région métropolitaine donnée et les prix à la consommation locaux. En moyenne, de 2001 à 2019, chaque succursale supplémentaire pour 100 000 habitants est associée à **une baisse de 2,0 %** du prix d'un **panier général de produits de consommation***.

Parmi certaines catégories de produits de consommation, noter une **baisse de 0,7 %** du prix des **aliments achetés en succursale**, une **baisse de 1,7 %** du prix des **vêtements et des chaussures** et une baisse de 4,9 % du prix des **produits de santé et de soins personnels**.

Incidence sur le ménage canadien moyen

Si l'on tient compte des habitudes de dépense des ménages³ en 2019, ces résultats indiqueraient que chaque succursale Walmart supplémentaire dans une région métropolitaine donnée est associée à des **économies annuelles de 975 \$** pour le ménage canadien moyen lorsqu'il achète un **panier général de produits de consommation**, ce qui comprend des **économies de 204 \$** sur les **produits de santé et de soins personnels**.

* **Remarque** : Un panier général de produits de consommation comprend les aliments, les produits ménagers, les vêtements, le transport, les soins de santé, les loisirs, l'éducation, le tabac, les boissons alcoolisées et d'autres biens de consommation (sauf le logement).

Analyse des prix¹

Deloitte a élaboré un modèle économétrique pour évaluer la relation entre la présence de Walmart dans les grandes régions métropolitaines du Canada et les prix à la consommation.

Ce modèle explorait l'incidence qu'une succursale Walmart supplémentaire par tranche de 100 000 habitants dans la région avait sur les prix à la consommation locaux dans diverses catégories de produits de consommation. Plus précisément, cette relation a été analysée pour 11 régions métropolitaines de recensement (RMR)² dans quatre catégories de produits de consommation, soit (1) tous les articles, (2) les aliments achetés en succursale, (3) les vêtements et les chaussures et (4) les produits de santé et de soins personnels, selon les données trimestrielles de 2001 à 2019.

Le modèle contrôle les facteurs qui influent sur les prix nationaux et internationaux, notamment les facteurs directs et indirects de la demande comme les prix à l'importation pour des catégories particulières de biens ainsi que le rang économique du pays au cours du cycle.

1. Veuillez consulter l'*Annexe sur l'analyse des prix* pour une explication détaillée du modèle.
2. Les RMR sont St. John's, Charlottetown et Summerside, Halifax, Saint John, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton et Vancouver.
3. Source : Statistique Canada, tableau 11-10-0224-01.

Deloitte.

Organic

Organic

Walmart 
Effet de Walmart
Canada sur les prix à la
consommation -
Annexe

2023



Méthodologie d'analyse des prix – Effet de Walmart sur les prix à la consommation

Deloitte a modélisé la relation entre la présence de Walmart dans 11 régions métropolitaines de recensement (RMR)¹ et les prix à la consommation². Cette évaluation a été effectuée au moyen de l'élaboration d'un modèle économétrique, à l'aide des données trimestrielles de 2001 à 2019, qui a évalué l'incidence d'une succursale Walmart supplémentaire par 100 000 habitants sur les prix de détail entre les villes correspondantes de la RMR³. Les catégories de produits de consommation analysées comprennent : (1) tous les articles, (2) les aliments achetés en succursale, (3) les vêtements et les chaussures et (4) les produits de santé et de soins personnels.

Les spécifications économétriques suivantes ont été estimées :

$$\log(\text{Consumer Price}_{j,CMA,t}) = \alpha + \beta \text{Walmart presence}_{CMA,t} + \gamma \text{Imp_Price_Index}_{j,t} + \delta \text{Pmzoil}_t + \mu \text{Ogap}_t + \varepsilon$$

où les exposants correspondent à,

$j \in \{\text{Tous les articles, aliments achetés en succursale, vêtements et chaussures, produits de santé et de soins personnels}\};$

$CMA \in \{\text{St. John's, Charlottetown et Summerside, Halifax, Saint John, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton, Vancouver}\}$

$t \in \{T12001, T22001, T32001, T42001, T12002, \dots, T42019\}$

et les variables sont les suivantes,

Consumer Price_{j,CMA,t} sont les prix de détail entre les villes pour la catégorie de produits de consommation j dans la RMR (CMA) de la région métropolitaine selon la période t ;

Walmart presence_{CMA,t} sont le nombre de succursales Walmart par 100 000 habitants dans la RMR (CMA) de la région métropolitaine selon la période t ;

Imp_Price_Index_{j,t} est l'indice des prix du commerce national ou l'indice pondéré des prix du commerce pertinent pour la catégorie de produits de consommation j selon la période t ;

Pmzoil_t est l'indice des prix du commerce national pour les marchandises pertinentes selon la période t ;

Ogap_t est l'écart de production national qui saisit les pressions globales des prix dans l'économie selon la période t ;

1. Les RMR sont St. John's, Charlottetown et Summerside, Halifax, Saint John, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Edmonton et Vancouver.

2. Pour effectuer cette analyse, Deloitte s'est fondée sur les données sur les ventes et le nombre de succursales fournies par Walmart. Les résultats de l'analyse de Deloitte sont assujettis à la réserve générale selon laquelle les données fournies sont exactes et fiables; Deloitte n'a pas validé ces données de façon indépendante.

3. Un indice spatial qui mesure les différences de prix de catégories particulières de produits de consommation entre les RMR. Source : Statistique Canada, tableau 18-10-0003-01.

Avis aux lecteurs

Les résultats présentés dans le présent document ont été fournis à Walmart Canada dans le but d'évaluer la relation entre la présence de Walmart dans les grandes régions métropolitaines du Canada et les prix à la consommation.

Deloitte s.r.l. (« Deloitte » ou « Deloitte Canada ») n'assume aucune responsabilité à l'égard des pertes subies par une partie en raison de la diffusion, de la publication, de la reproduction ou de l'utilisation de cette analyse initiale contrairement à l'objectif.

Cette analyse n'a été effectuée qu'aux fins énoncées et ne doit pas être utilisée à d'autres fins. Aucune autre partie que Walmart Canada n'a le droit de se fier à cette analyse à quelque fin que ce soit et Deloitte n'accepte aucune responsabilité ou devoir de diligence envers une autre partie que Walmart Canada.

L'analyse est fournie en date du 7 septembre 2022, et Walmart rejette tout engagement ou toute obligation d'informer toute personne de tout changement dans un fait ou un sujet ayant une incidence sur cette analyse, qui pourrait venir ou être porté à l'attention de Walmart après la date des présentes. Sans limiter ce qui précède, dans l'éventualité où il y aurait un changement important dans un fait ou un élément affectant les analyses après la date des présentes, Walmart se réserve le droit de modifier l'analyse, mais n'est pas tenu de le faire. Les observations sont faites sur la base des conditions économiques, industrielles, concurrentielles et commerciales générales prévalant à la date des présentes. Dans les analyses, des hypothèses ont été formulées à l'égard du rendement de l'industrie, de la conjoncture générale des affaires et de l'économie et d'autres questions, dont bon nombre échappent au contrôle de Walmart, notamment la réglementation du gouvernement et de l'industrie.

L'ampleur des répercussions de la pandémie de la COVID-19 sur les perspectives économiques demeure incertaine. Par conséquent, il est important que les lecteurs tiennent compte du fait que l'analyse est fondée sur des données de tiers (p. ex. des données économiques et sectorielles) jusqu'en septembre 2022 et qu'elle ne tient pas compte des répercussions économiques probables des événements liés à la COVID-19 ou des mesures de relance budgétaire connexes.

Aucun avis, conseil ou interprétation n'est prévu dans les affaires qui nécessitent des conseils juridiques ou autres conseils professionnels appropriés. On suppose que ces opinions, conseils ou interprétations ont été ou seront obtenus auprès des sources professionnelles appropriées. Dans la mesure où il existe des problèmes juridiques liés au respect des lois, des règlements et des politiques applicables, Walmart n'assume aucune responsabilité à cet égard.

Les analyses de Deloitte doivent être considérées dans leur ensemble et le fait de choisir des parties d'analyse, ou les facteurs qu'elle prend en considération, sans tenir compte de toutes les analyses et de tous les facteurs, pourrait créer une vision trompeuse des enjeux liés au rapport. La modification de l'une ou l'autre des hypothèses énoncées dans le présent rapport pourrait avoir une incidence importante sur l'analyse de Deloitte contenue dans le présent rapport. Si l'une ou l'autre des principales hypothèses n'était pas exacte ou si l'information qui nous a été fournie n'était pas factuelle ou exacte, nos analyses, telles qu'elles sont exprimées dans le présent rapport, pourraient être très différentes.



www.deloitte.ca

À propos de Deloitte

Deloitte offre des services dans les domaines de l'audit, de la certification, de la consultation, des conseils financiers, des conseils en gestion des risques et de la fiscalité, et des services connexes, à de nombreuses entreprises du secteur privé et public. Deloitte sert quatre entreprises sur cinq du palmarès Fortune Global 500® par l'intermédiaire de son réseau mondial de cabinets membres dans plus de 150 pays et territoires, qui offre les compétences, le savoir et les services de renommée mondiale dont les clients ont besoin pour surmonter les défis d'entreprise les plus complexes. Deloitte s.r.l. est une société à responsabilité limitée de l'Ontario et constitue le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Deloitte désigne un ou plusieurs cabinets de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, une société fermée à responsabilité limitée par garanties du Royaume-Uni, qui est un réseau de cabinets membres où chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Veuillez consulter le site www.deloitte.com/about pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres.

Notre raison d'être mondiale a une influence marquante. Chez Deloitte Canada, cela se traduit par un avenir meilleur en accélérant et en élargissant l'accès au savoir. Nous croyons que nous pouvons incarner cette raison d'être grâce aux cinq valeurs communes, qui sont d'ouvrir la voie, de servir avec intégrité, de prendre soin les uns des autres, de favoriser l'inclusion et de collaborer pour avoir une influence mesurable.

Pour en savoir plus sur les quelque 330 000 professionnels de Deloitte, dont plus de 11 000 font partie du cabinet canadien, veuillez communiquer avec nous sur [LinkedIn](#), [Twitter](#), [Instagram](#), ou [Facebook](#).

© Deloitte s.r.l. et entités affiliées.

Conçu et produit par l'Agence | Deloitte Canada 20-3438724