

DIX CLÉS POUR RÉUSSIR SON IMPLANTATION AU CANADA DANS LE SECTEUR DU DÉTAIL

Le groupe du commerce de détail de Stikeman Elliott est idéalement placé pour offrir une gamme complète de services à ses clients à l'occasion de leur implantation et de la poursuite de leurs activités au Canada.

Présent sur les principaux marchés du Canada, le cabinet dispose d'une vaste expérience dans tous les domaines du droit des affaires, expérience qui lui a permis de piloter de grands détaillants nationaux et internationaux vers leur réussite sur le marché de détail canadien.

Le secteur canadien du commerce de détail offre des atouts considérables aux détaillants qui prévoient prendre de l'expansion hors de leurs marchés locaux. Les consommateurs canadiens ont dépensé plus de 400 milliards de dollars au détail en 2007 et la croissance dans ce secteur a été solide. La stabilité de son économie et sa proximité des États-Unis font du Canada une destination prisée par les entreprises de commerce de détail étrangères. Dans le cadre de leur implantation au Canada, elles doivent cependant tenir compte d'un certain nombre de facteurs. Le mode d'entrée sur le marché canadien aura une incidence sur le calendrier et les coûts d'établissement d'une entreprise. La décision de créer une nouvelle entreprise ou d'en acheter une en exploitation déterminera notamment si la réglementation canadienne sur les valeurs mobilières, sur les structures anticoncurrentielles et sur les investissements étrangers s'applique. Bien que la nature et l'importance de ces facteurs varieront en fonction du mode d'entrée, du genre de détaillant et de la nature des produits, les détaillants doivent être conscients des exigences légales applicables, dont certaines sont propres au Canada.

1 Règles relatives aux investissements étrangers

Il peut être nécessaire d'aviser le gouvernement et/ou d'obtenir son approbation lorsqu'un détaillant étranger s'établit au Canada ou fait l'acquisition d'une entreprise canadienne dans le cadre d'une opération dépassant certains seuils financiers. Si l'entreprise vend, ou vendra, des produits « culturels », comme des livres, des magazines, des CD ou des DVD, un seuil beaucoup plus bas donnera ouverture à l'examen.

2 Questions culturelles canadiennes

Le français est une langue officielle au Canada et la langue la plus utilisée au Québec. Dans le contexte du commerce de détail, l'emploi du français est régi par une loi en matière d'affichage, de publicité, d'emballage et d'étiquetage au Québec. Comme il est indiqué ci-après, les exigences fédérales sont plus limitées bien que, dans la pratique, presque tous les emballages et les étiquettes grand public sont bilingues au Canada. En outre, des facteurs sociaux et politiques, de même que la diversité culturelle, peuvent avoir une incidence sur le choix de l'emplacement d'un magasin, les activités de marketing et le mode de commercialisation.

3 Lois en matière d'emploi et de travail

Le Canada n'applique pas le concept américain de l'« emploi de gré à gré » (*employment at will*). Les lois canadiennes en matière d'emploi régissent le lien employeur/employé dans une plus grande mesure que les lois de la plupart des États américains et les concepts de droit du travail diffèrent également à plusieurs égards importants. En outre, les lois provinciales sur les droits de la personne offrent une protection contre la discrimination en milieu de travail fondée sur certains critères énumérés. Elles réglementent par ailleurs les contrôles de référence et le dépistage des drogues avant et après l'embauche.

suite au verso

« Cabinet d'avocats
canadien de l'année »

IFLR 2007
CHAMBERS GLOBAL 2006

DIX CLÉS POUR RÉUSSIR SON IMPLANTATION AU CANADA DANS LE SECTEUR DU DÉTAIL

4 Immobilier

L'achat, la location et la mise en valeur des immeubles ne varient pas beaucoup d'une province à l'autre, à l'exception du Québec, où s'applique le droit civil plutôt que la common law. Sauf certaines exceptions limitées, aucune limite n'est imposée à la propriété d'immeubles par des intérêts étrangers. L'acquisition d'immeubles entraîne l'imposition de droits de cession immobilière ou de droits de publication dans la plupart des provinces. Le choix du site est un élément crucial de la stratégie de croissance du détaillant, particulièrement lorsqu'il s'agit de créer une nouvelle entreprise. Les villes réglementent l'aménagement et la construction des immeubles de commerce de détail par des règlements de zonage et de construction. L'état de préparation du site, d'un point de vue d'aménagement, est un facteur important ayant une incidence sur le calendrier d'ouverture des magasins de commerce de détail. La location de locaux de détail au Canada, de son côté, est généralement semblable à ce qui se fait dans beaucoup de pays étrangers. La principale différence, toutefois, c'est que le rapport de force est en faveur des propriétaires au Canada, à cause de la concentration du marché immobilier commercial de détail.

5 Protection de la vie privée et collecte de données

La législation de palier fédéral et provincial a créé un environnement plus contraignant pour les détaillants en ce qui concerne la collecte, la conservation et l'utilisation des renseignements personnels sur les clients et les employés. Par exemple, la pratique autrefois courante de noter et de conserver le numéro de permis de conduire d'un client qui payait par chèque ou retournait un produit n'est plus acceptable. D'une manière plus générale, les entreprises doivent tenir compte des coûts et des délais inhérents à la conception de systèmes et de protocoles informatiques respectant les lois sur la protection de la vie privée.

6 Propriété intellectuelle

Bien avant d'annoncer son intention de s'installer au Canada, le détaillant doit commencer à protéger ses droits sur ses marques de commerce et réserver un nom de domaine au Canada, au besoin, avant que des « squatteurs » n'aient l'occasion de se l'approprier. Lorsqu'il est question de marques de commerce importantes, il faut mener les recherches préalables afin d'établir si l'on doit s'attendre à d'éventuels problèmes.

7 Emballage et étiquetage

La Loi sur les l'emballage et l'étiquetage des produits de

consommation, de palier fédéral, prescrit les renseignements qui doivent figurer sur l'étiquette d'un produit et indique les éléments d'information qui doivent être présentés en français et en anglais. Bien qu'aucune loi fédérale ne l'exige, dans la pratique, presque tous les emballages et les étiquettes grand public au Canada sont entièrement bilingues. En outre, comme il a déjà été mentionné, les lois du Québec exigent que les étiquettes et les documents d'accompagnement des produits distribués dans cette province soient libellés en français.

8 Lois sur la protection des consommateurs

La plupart des provinces ont adopté des lois qui régissent les ventes aux consommateurs, exigent la communication de certains renseignements aux consommateurs, selon la nature de l'entente, et limitent la capacité du détaillant d'exclure certaines garanties légales. Les cartes-cadeaux sont depuis peu régies par les lois sur la protection des consommateurs de certaines provinces, qui interdisent les dates d'expiration et réglementent les frais.

9 Immigration

Dans le cadre de leur travail exploratoire et préparatoire, les détaillants étrangers envoient fréquemment des employés au Canada, que ce soit sur une base temporaire ou à long terme. Il incombe aux détaillants de faire délivrer les visas et/ou permis de travail requis à l'avance.

10 Impôts et droits

Au Canada, des taxes de vente sont prélevées par les gouvernements fédéral et provinciaux (mais pas par les villes). Les détaillants sont généralement tenus de percevoir la taxe sur les produits et services (TPS), une taxe à valeur ajoutée de 5 % sur les ventes faites au Canada. Toutes les provinces, sauf l'Alberta, imposent également une taxe de vente provinciale sur la plupart des biens et sur certains services taxables à l'intérieur de leurs frontières. Au Québec, en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve-et-Labrador, la taxe provinciale est généralement imposée sur la même gamme de biens et de services que ceux visés par la TPS (dans les trois dernières provinces, la taxe est combinée à la TPS). Des droits de douane peuvent également être imposés à certains biens importés au Canada par le détaillant. Le montant des droits éventuellement payables dépendra de la nature du bien et de son pays d'origine (qui aura peut-être conclu une entente de libre-échange avec le Canada).