

# L'IMPACT DE LA PANDÉMIE SUR LE COMMERCE DE DÉTAIL AU QUÉBEC



# REMERCIEMENTS

Ce document constitue un complément d'étude au *Diagnostic sectoriel de la main-d'oeuvre du commerce de détail au Québec 2020-2023*. Réalisé par la firme SOM, sous la direction de M. Vincent Bouchard, le projet a été coordonné par Mme Valérie Toupin, gestionnaire de projets, sous la direction de M. Manuel Champagne, directeur général de Détail Québec.

Détail Québec tient à remercier les détaillants et les travailleurs du commerce de détail qui ont participé à l'enquête téléphonique ou au sondage en ligne. Détail Québec remercie également les membres du comité de travail qui ont appuyé l'organisation dans la réalisation de l'étude.

Cette étude a été produite grâce à la contribution financière de la Commission des partenaires du marché du travail et avec l'appui des partenaires du marché du travail.



Pour tout renseignement ou commentaire concernant ce document, veuillez contacter :

## Détail Québec

550, rue Sherbrooke Ouest  
Bureau 590, tour Ouest  
Montréal (Québec) H3A 1B9

Téléphone: 514 393-0222  
Ligne sans frais: 1 888 393-0222  
Courriel: [info@detailquebec.com](mailto:info@detailquebec.com)  
Site Internet: [www.detailquebec.com](http://www.detailquebec.com)

Note: L'utilisation du masculin a été choisie à des fins de lisibilité. Il inclut le féminin et ne se veut aucunement discriminatoire.

Reproduction autorisée à condition de mentionner la source.

ISBN 978-2-923440-35-4

Novembre 2020



# TABLE DES MATIÈRES

<b>5</b>	<b>CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE SOMMAIRE</b>
<b>9</b>	<b>FAITS SAILLANTS</b>
<b>12</b>	<b>CHAPITRE 1 : IMPACTS DE LA COVID-19</b>
13	Impact sur les ventes
15	Taux de chômage
16	Impact sur le nombre d'employés
17	Impact sur l'emploi
19	Impact sur la rémunération
20	Niveau de stress
<b>21</b>	<b>CHAPITRE 2 : INITIATIVES DES EMPLOYEURS ET PERSPECTIVES DES EMPLOYÉS</b>
22	Initiatives liées au numérique
25	Changements aux conditions de travail
27	Mesures sanitaires
30	Satisfaction des employés
<b>31</b>	<b>CHAPITRE 3 : SOUTIEN GOUVERNEMENTAL</b>
32	Mesures de soutien gouvernemental
34	Bénéficiaires de la prestation canadienne d'urgence
<b>35</b>	<b>CHAPITRE 4 : ENJEUX SUR L'HORIZON 2021-2023</b>
36	Le pronostic des employeurs
38	Enjeux de main-d'œuvre
39	Rétention et motifs de départ
40	Thèmes et mode de formation
42	Commerce électronique
43	Perspectives économiques à moyen terme (2021-2022)
<b>44</b>	<b>ANNEXES</b>

# PICTOGRAMMES UTILISÉS DANS LE RAPPORT

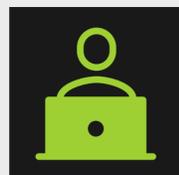
Repérez les pictogrammes suivants afin de connaître rapidement la provenance des informations. Ceux-ci se retrouvent dans le coin supérieur droit des pages.



Données secondaires ou statistiques publiques pouvant être de nature quantitative ou qualitative



Sondage téléphonique et en ligne auprès des employeurs (n: 504)



Sondage en ligne auprès des employés (n: 417)

# LISTE DES ACRONYMES

Ce rapport comporte certains acronymes qu'il convient de définir pour en faciliter la lecture. En voici la liste et leur signification.

<b>CSMO</b>	Comité sectoriel de main-d'œuvre
<b>NRP</b>	Ne répond pas
<b>NSP</b>	Ne sait pas
<b>PACME</b>	Programme actions concertées pour le maintien en emploi
<b>PCU (ou PCUE)</b>	Prestation canadienne d'urgence (pour les étudiants)
<b>RH</b>	Ressources humaines
<b>SCIAN</b>	Système de classification des industries de l'Amérique du Nord
<b>SSUC</b>	Subvention salariale d'urgence du Canada



# **CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE SOMMAIRE**

# CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE SOMMAIRE

## CONTEXTE

En mars 2020, la crise sanitaire de la COVID-19 a grandement secoué le Québec. L'arrivée de cette pandémie a imposé la fermeture des commerces physiques, forcé la mise à pied temporaire de nombreux effectifs et ralenti considérablement la production de plusieurs usines où les commerces s'approvisionnent. Par la même occasion, les détaillants et les consommateurs se sont tournés vers une solution en croissance : le commerce en ligne.

Ce bilan fait donc état des impacts de la COVID-19 sur le commerce de détail, du point de vue des employeurs et de celui des travailleurs.

## MÉTHODOLOGIE SOMMAIRE



### Sondage téléphonique et en ligne auprès des employeurs

504 entrevues ont été réalisées



### Sondage en ligne auprès des employés

417 entrevues ont été réalisées



# MÉTHODOLOGIE DU VOLET EMPLOYEURS



## OBJECTIFS

Les principaux objectifs de l'étude (volet employeurs) étaient de mesurer l'évolution de la main-d'oeuvre et des ventes, l'utilisation des mesures de soutien gouvernemental, l'application des mesures sanitaires et les perspectives d'avenir du secteur.

## POPULATION CIBLE

Employeurs du commerce de détail parmi les sous-secteurs visés par Détail Québec.

## ÉCHANTILLONNAGE

L'échantillon initial a été généré aléatoirement parmi les répondants au Diagnostic sectoriel 2020-2023 et a été complété par d'autres détaillants n'ayant pas participé au Diagnostic (à partir de la liste de contacts de Détail Québec).

## COLLECTE

Collecte de données téléphonique et en ligne, réalisée du 1<sup>er</sup> septembre au 7 octobre 2020.

## PONDÉRATION

Les données ont été pondérées pour refléter la répartition des établissements selon le sous-secteur et la taille de l'établissement. La répartition régionale des établissements correspondait bien à la réalité du secteur.

## MARGE D'ERREUR

La marge d'erreur maximale sur les proportions, à un niveau de confiance de **95 %**, est de  $\pm$  **6,1 %**.

## NOTE

Dans le cadre du sondage téléphonique réalisé auprès des employeurs, certains choix de réponses pouvaient être lus aux répondants et d'autres non. Tout au long du rapport, des notes au lecteur signaleront les situations où les choix de réponses **n'étaient pas** suggérés au répondant.



# MÉTHODOLOGIE DU VOLET EMPLOYÉS

## OBJECTIFS

Le principal objectif de l'étude (volet employés) était de mesurer les impacts de la pandémie selon la perspective des employés du secteur.

Cinq grands thèmes furent étudiés:

1. L'évolution de la situation d'emploi depuis le début de la pandémie et les perspectives d'avenir chez l'employeur;
2. L'impact de la pandémie sur la rémunération;
3. Les démarches faites pour trouver un autre emploi (le cas échéant) et le résultat de ces démarches;
4. Le soutien attendu et reçu de l'employeur (notamment la formation sur les mesures sanitaires) et du gouvernement;
5. Le niveau de stress ressenti par les employés depuis le début de la pandémie.

## POPULATION CIBLE

Employés du commerce de détail parmi les sous-secteurs visés par Détail Québec.

## ÉCHANTILLONNAGE

L'échantillon de cette étude doit être considéré comme non probabiliste (de convenance). En effet, les principales initiatives visant à annoncer le sondage en ligne sont présentées ci-dessous:

- Envoi par Détail Québec du lien aux répondants du sondage réalisé dans le cadre du Diagnostic sectoriel 2020-2023;

- Envoi d'infolettres par Détail Québec;
- Publications sur les réseaux sociaux par Détail Québec.

## COLLECTE

Collecte de données en ligne (hébergée sur les serveurs de SOM), réalisée du 3 septembre au 18 octobre 2020.

## PONDÉRATION

Les données ont été pondérées pour refléter la répartition des employés selon le sous-secteur, le type d'employé (personnel de direction ou non) et le genre.

## MARGE D'ERREUR

La marge d'erreur maximale sur les proportions ne peut être calculée en raison du caractère non probabiliste de l'échantillonnage. À titre indicatif, un échantillon aléatoire de même taille comporterait une marge d'erreur maximale de **+4,8%** sur les proportions, à un niveau de confiance de **95%**.





**FAITS  
SAILLANTS**



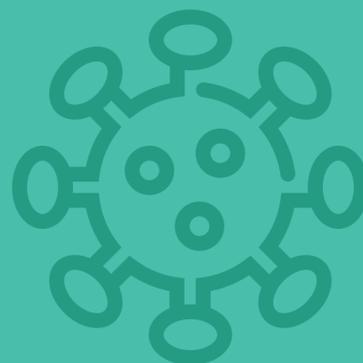
## ÉVOLUTION DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Après avoir subi une chute considérable des ventes, le secteur du commerce de détail se relève tranquillement, mais fait maintenant face à un taux de vacance deux fois plus élevé que le reste de l'économie. En effet, la combinaison de la COVID-19 et de la PCU a fait en sorte que le nombre de postes vacants a explosé. Il atteint aujourd'hui près de 22 000 postes.

La plupart des détaillants (**54 %**) ont utilisé l'une ou l'autre des mesures de soutien gouvernemental s'adressant directement aux entreprises:

- **43 %** pour la SSUC;
- **19 %** pour le soutien au loyer commercial;
- **10 %** pour le PACME.

## AIDE GOUVERNEMENTALE



Les détaillants ont déployé plusieurs initiatives pour faire face à la pandémie:

- **47 %** ont augmenté leur présence numérique;
- **44 %** font désormais des ventes en ligne (**36 %** avant la pandémie);
- **34 %** ont mis sur pied les commandes en ligne avec collecte à l'intérieur du magasin;
- **27 %** ont mis sur pied les commandes en ligne avec collecte en bordure du magasin;
- **9 %** ont mis en place ou intensifié le télétravail.

## INITIATIVES FACE À LA COVID-19



La majorité des détaillants (**80 %**) déclarent avoir des employés qui ont bénéficié de la PCU, avec des effets négatifs dans **38 %** des cas.

## PRONOSTIC DES DÉTAILLANTS

Sur un horizon de trois ans, **25%** des détaillants prévoient une baisse de leurs ventes et **10%** une baisse de leur personnel (par rapport au niveau pré-pandémie). Comparativement au début de l'année 2020, les employeurs se montrent beaucoup plus pessimistes quant à l'évolution de leurs ventes.

La majorité des détaillants (**77%**) croient qu'ils seront dans une bonne situation dans un horizon d'un an et **60%** croient qu'ils auront retrouvé leur niveau d'activité pré-pandémie d'ici un an (y compris **21%** qui ont déjà retrouvé leur niveau d'activité).



## RECRUTEMENT

Le principal enjeu des prochaines années en sera un de recrutement, encore plus que ce qui était envisagé en début d'année, avant la pandémie. Du point de vue de la formation, le service à la clientèle et l'expérience client seront parmi les priorités, ainsi que la santé et la sécurité.

Plus de la moitié des employés (**56%**) se disent plus stressés depuis le début de la pandémie, ce qui nécessite écoute et communication de la part des détaillants.

## CONDITIONS DE TRAVAIL

Malgré les impacts négatifs de la Prestation canadienne d'urgence, la grande majorité des bénéficiaires de la PCU (**86%**) étaient motivés à retourner au travail.



# CHAPITRE 1

IMPACTS DE  
LA COVID-19



## IMPACT INÉGAL DE LA PANDÉMIE À COURT TERME

Environ la moitié des détaillants dans les sous-secteurs soutenus par Détail Québec ont vu leurs ventes chuter depuis le début de la pandémie.

Les deux tiers des petits détaillants (moins de 5 employés) rapportent une baisse des ventes. L'impact varie aussi d'un sous-secteur à l'autre. Le sous-secteur du vêtement a été frappé particulièrement fort (74% des détaillants rapportent une baisse). Parmi les « gagnants » de la pandémie, on note :

- les marchands de fournitures et matériaux de construction (64% rapportent une hausse);
- l'électronique et le meuble (près de 60% rapportent une hausse).

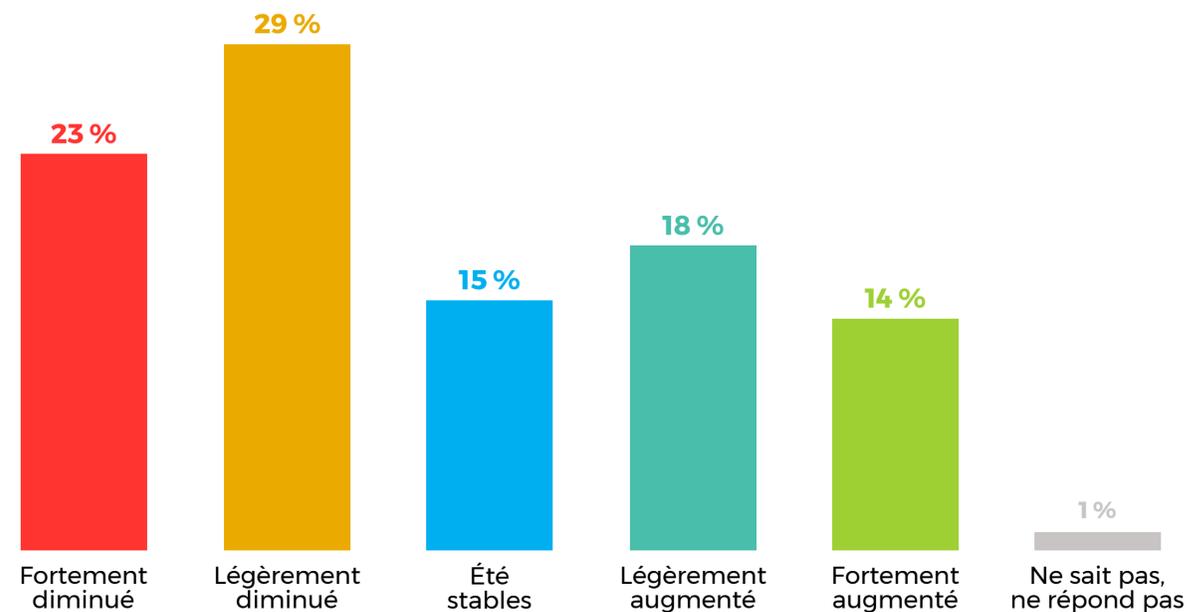
Même si un sous-secteur comporte plus de gagnants que de perdants, cela ne garanti pas une augmentation des ventes en valeur. Le principe est le même pour un sous-secteur comportant plus de perdants (voir page 14).

## LA REPRISE EST EN COURS

Si l'impact de la COVID-19 sur les détaillants a été très inégal, force est de constater que dans son ensemble, le secteur a repris son élan. En effet, dès le mois de juin, les ventes mensuelles avaient retrouvé leur niveau prépandémique.

### QCOVID1. Depuis le début de la pandémie, est-ce que vos ventes ont... ?

(Base: tous, n: 504)



### Évolution des ventes désaisonnalisées du commerce de détail (44-45) au Québec – milliards de dollars\*



\* Source: Statistique Canada, Enquête mensuelle sur le commerce de détail. Tableau 20-10-0054-01 Diffusions historiques (temps réel) du commerce de détail.



## LES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION ET L'ALIMENTATION VOIENT LEURS VENTES PROGRESSER

La pandémie a eu un impact inégal sur les différents sous-secteurs. Alors que les sous-secteurs des matériaux de construction en ont largement bénéficié du point de vue des ventes, la plupart des sous-secteurs ont écopé. Globalement, la chute des ventes pour les sept premiers mois de 2020 (par rapport à 2019) se chiffre à **7%**.

	Québec		
	janv-juil 2019	janv-juil 2020	Variation
<b>Commerce de détail [44-45]</b>	<b>75 265 512</b>	<b>69 846 794</b>	<b>-7%</b>
Marchands de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage [444]	4 642 119	5 183 689	12%
Épiceries [4451]	13 867 200	15 299 690	10%
Magasins de bière, de vin et de spiritueux [4453]	1 990 273	2 117 711	6%
Magasins d'alimentation spécialisés [4452]	1 181 535	1 249 013	6%
Magasins de détail divers [453]	2 163 144	2 178 988	1%
Magasins d'articles de sport, d'articles de passe-temps, d'articles de musique et de livres [451]	1 370 110	1 376 433	0%
Magasins de produits de santé et de soins personnels [446]	6 846 408	6 654 907	-3%
Magasins d'appareils électroniques et ménagers [443]	1 221 781	1 104 231	-10%
Magasins de meubles [4421]	1 781 702	1 565 587	-12%
Stations-service [447]	6 458 910	5 299 654	-18%
Magasins d'accessoires de maison [4422]	801 249	615 965	-23%
Concessionnaires de véhicules et de pièces automobiles [441]	21 830 803	16 692 324	-24%
Magasins de vêtements [4481]	2 944 508	2 162 087	-27%
Magasins de chaussures [4482]	469 734	298 100	-37%
Bijouteries et magasins de bagages et de maroquinerie [4483]	240 751	148 288	-38%
Grands magasins [4521]	n. d.	n. d.	n. d.
Autres magasins de marchandises diverses [4529]	n. d.	n. d.	n. d.

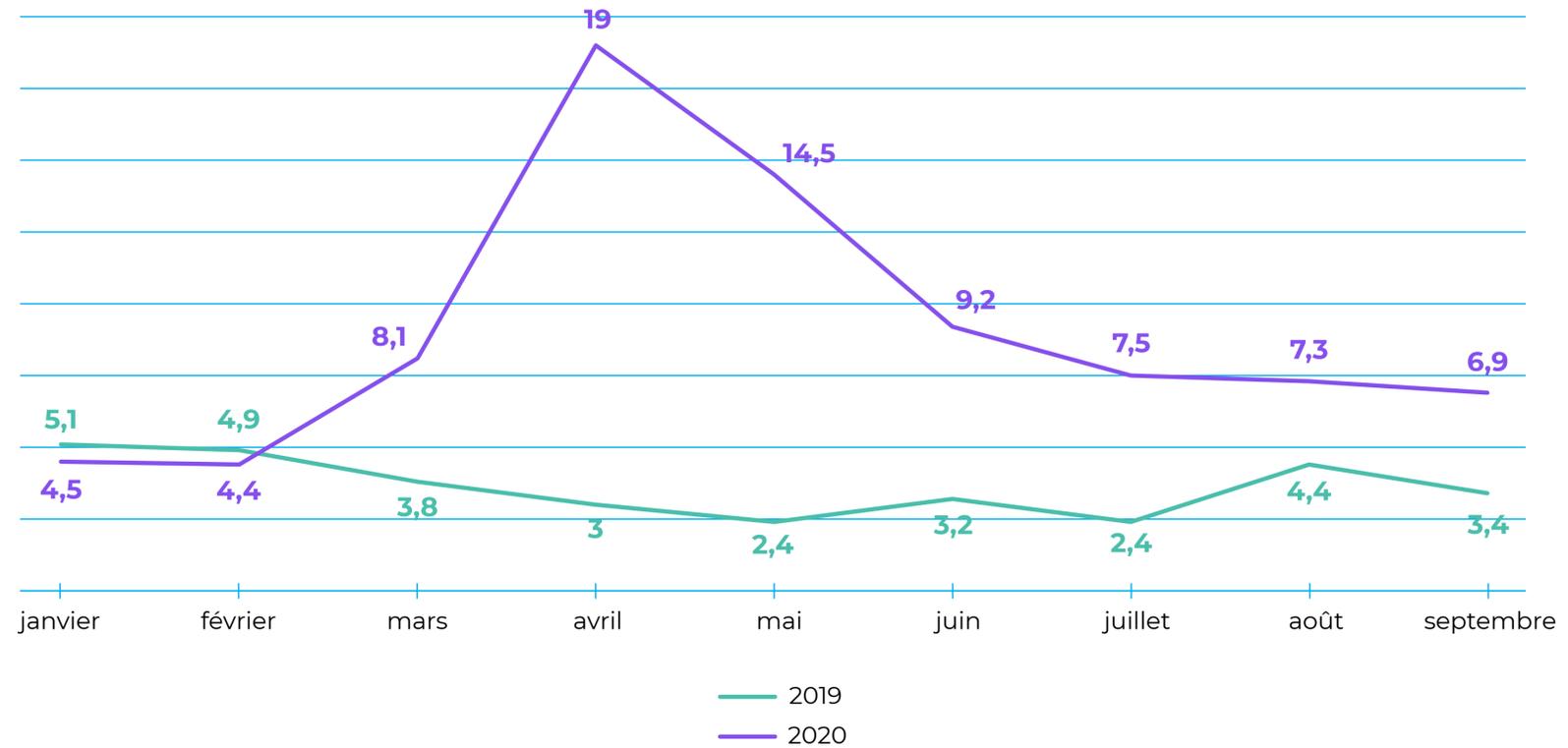
**Source:** Statistique Canada. Tableau 20-10-0008-01 Ventes de commerce de détail par province et territoire (x 1 000). Consulté le 14 octobre 2020.

**Note:** Les secteurs de l'automobile et de l'alimentation sont inclus dans les données.

**L'EFFET DE LA PANDÉMIE EST CONSIDÉRABLE, MAIS COMMENCE À SE RÉSORBER**

La pandémie a poussé le taux de chômage du secteur à des niveaux extrêmement élevés (presque **20%** en avril). Malgré la nette tendance à la baisse amorcée au mois de mai, le taux de chômage demeure deux fois plus élevé en septembre 2020 qu'en septembre 2019. On peut certes y voir un effet de la PCU.

Évolution du taux de chômage de janvier à septembre, commerce de détail au Québec, 2019 par rapport à 2020



Source : Statistique Canada. Tableau 14-10-0022-01 Caractéristiques de la population active selon l'industrie, données mensuelles non désaisonnalisées. Consulté le 14 octobre 2020.

# IMPACT SUR LE NOMBRE D'EMPLOYÉS

## RETOUR AU NIVEAU DE 2019

Bien que le secteur ait vu son nombre d'employés diminuer d'environ 30 000 au cours des six derniers mois (-9%), le bassin d'employés dans les sous-secteurs soutenus par Détail Québec pourrait retrouver son niveau de 2019 d'ici la fin de 2020. Pour ce faire, les détaillants devront recruter de manière intensive, car ils estiment à environ 30 000 le nombre de départs irréversibles provoqués par la pandémie (les départs des six derniers mois seraient donc jugés en majorité liés à la pandémie et irréversibles).

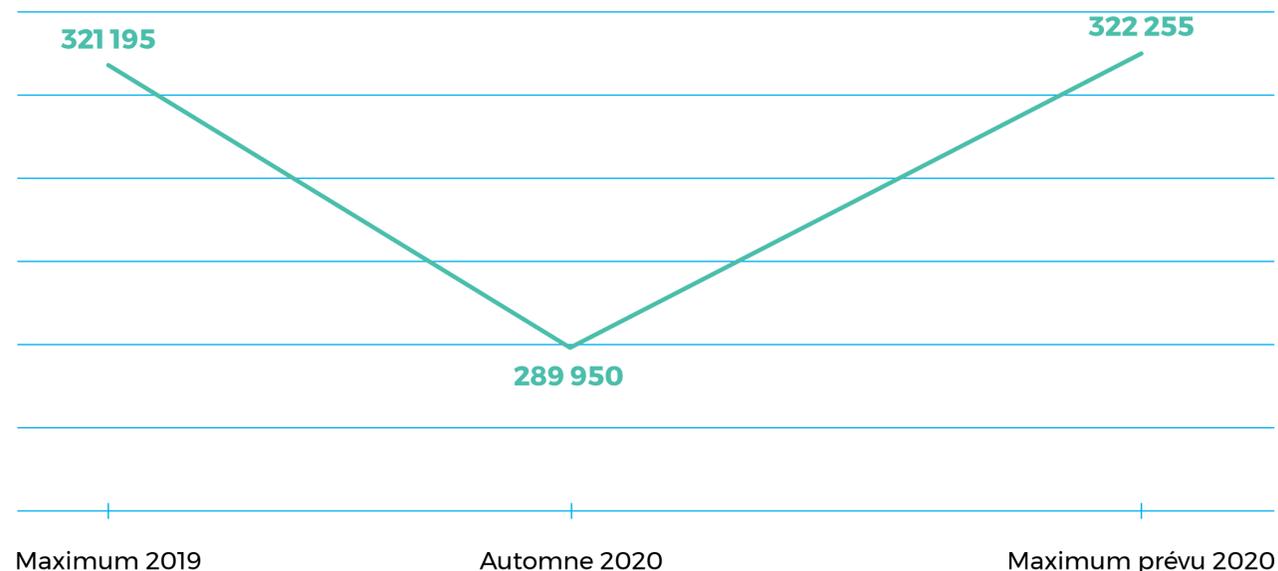
Entre l'automne et la fin de l'année, les employeurs interrogés prévoient une stabilité ou une hausse de leur nombre d'employés. Environ **40%** des gains prévus pourraient provenir des trois sous-secteurs suivants:

- Santé et soins personnels: +4 610
- Matériaux et fournitures de construction: +4 525
- Vêtements: +3 625

## HAUSSE DU NOMBRE DE POSTES VACANTS

Au moment du Diagnostic sectoriel (janvier-février 2020), les employeurs des sous-secteurs desservis par Détail Québec déclaraient 13 290 postes vacants. Ce nombre est maintenant de 21 820, ce qui représente un taux de vacance de **7%** (comparativement à **3,6%** pour tous les secteurs de l'économie au Québec).

Évolution prévue du nombre d'employés



Sources: Sondages SOM, Diagnostic sectoriel pour la donnée 2019 et étude COVID-19 pour les données 2020.





## UNE VAGUE DE MISES À PIED TEMPORAIRES

La fermeture obligatoire des magasins physiques et les nouvelles règles sanitaires ont imposé de nombreuses contraintes dans le secteur. Ces dernières auront eu un impact sur l'emploi de près de la moitié des employés du secteur. Dans l'ensemble, on observe que le tiers des travailleurs du commerce de détail ont été mis à pied temporairement à un certain moment entre mars et septembre 2020 (**47% x 71%**).

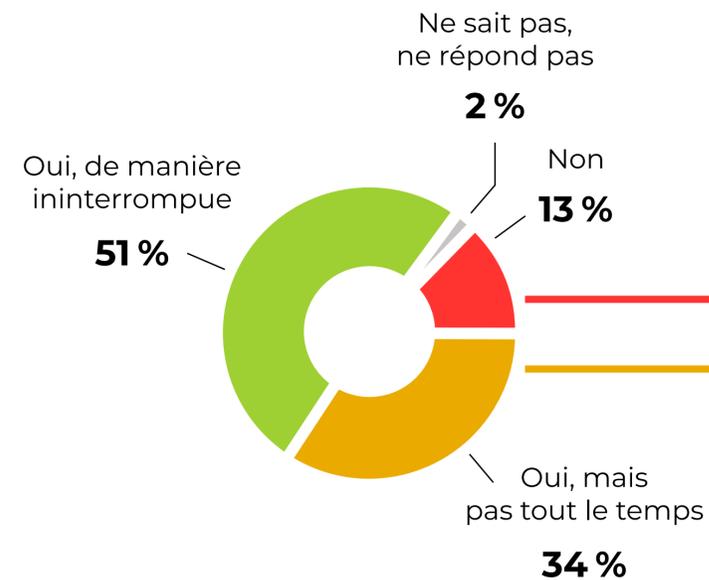
Certaines personnes ont dû s'absenter ou quitter leur travail pour des raisons personnelles (p. ex., pour s'occuper des enfants ou aider des proches, ou en raison de l'apparition des symptômes du virus).

## DES IMPACTS À COURT TERME

La grande majorité (**83%**) des personnes qui ont dû cesser temporairement de travailler pour leur employeur sont de retour au travail. Le maintien de l'ouverture des commerces pendant la deuxième vague de la pandémie a contribué positivement à cette tendance. En contrepartie, les employeurs auront à recruter massivement pour combler l'ensemble des postes vacants (voir page précédente).

### Q5. Depuis le 14 mars 2020, avez-vous continué de travailler pour votre employeur ?

(Base: tous, n: 417)



### Non

### Oui, mais pas tout le temps

#### Q6. Pour quelle raison ?

Base: ceux ayant répondu « Oui, mais pas tout le temps » ou « Non » à la Q5, n: 179, soit ceux qui n'ont pas continué de travailler (temporairement ou non) pour leur employeur depuis le 14 mars 2020

Mise à pied temporaire	71 %
Raisons personnelles	20 %
Fermeture de l'établissement (temporaire, etc.)	3 %
Contraintes causées par les mesures sanitaires	3 %
Baisse d'achalandage	1 %
Ne sait pas, ne répond pas	2 %

# RECHERCHE D'EMPLOI AUPRÈS DES SERVICES DITS ESSENTIELS

## LES TRAVAILLEURS SE TOURNENT VERS LES SERVICES ESSENTIELS

Le quart des employés qui ont dû cesser de travailler pour leur employeur (au moins temporairement) ont fait des démarches pour trouver un nouvel emploi auprès d'un service considéré comme essentiel (des sous-secteurs en forte demande pendant la période de confinement), et **15%** d'entre eux en ont trouvé un.

Cela équivaut à un exode que l'on estime à plus de 20 000 travailleurs (**320 000 x 47% x 15%**).

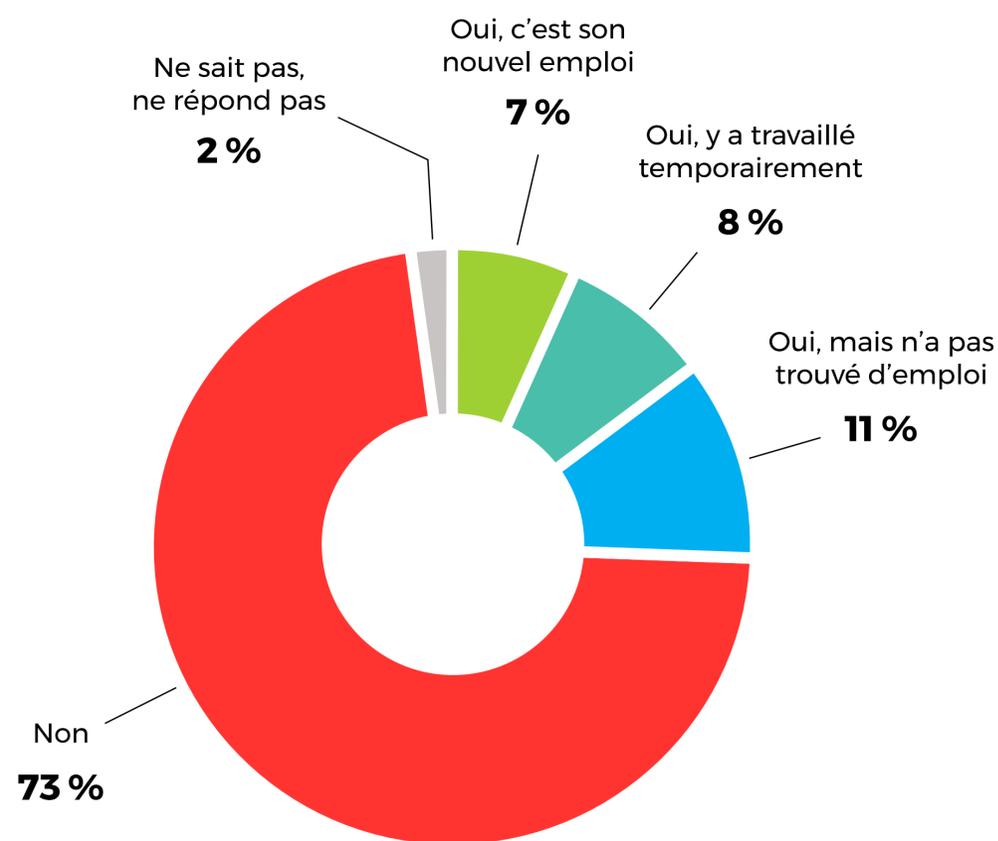
Parmi les chercheurs d'emploi, c'est ceux de la région de Montréal qui auront eu le plus de difficultés à trouver un nouvel emploi. Ce constat est probablement le reflet de l'intensité de la crise sanitaire à Montréal, où les commerces ont été davantage ralentis qu'ailleurs au Québec.

Considérant ce qui précède, on peut prévoir que des efforts considérables seront requis pour retrouver le bassin de main-d'œuvre «perdu» au profit des autres commerces (p. ex., magasins d'alimentation).



### Q7. Avez-vous fait des démarches pour trouver un nouvel emploi auprès d'un service considéré comme essentiel (ex.: épicerie, pharmacie, etc.) ?

(Base: ceux qui ont répondu «Oui, mais pas tout le temps» ou «Non» à la Q5, n: 188, soit ceux qui n'ont pas continué de travailler de manière ininterrompue chez leur employeur)





## RECOURS AUX PRIMES TEMPORAIRES

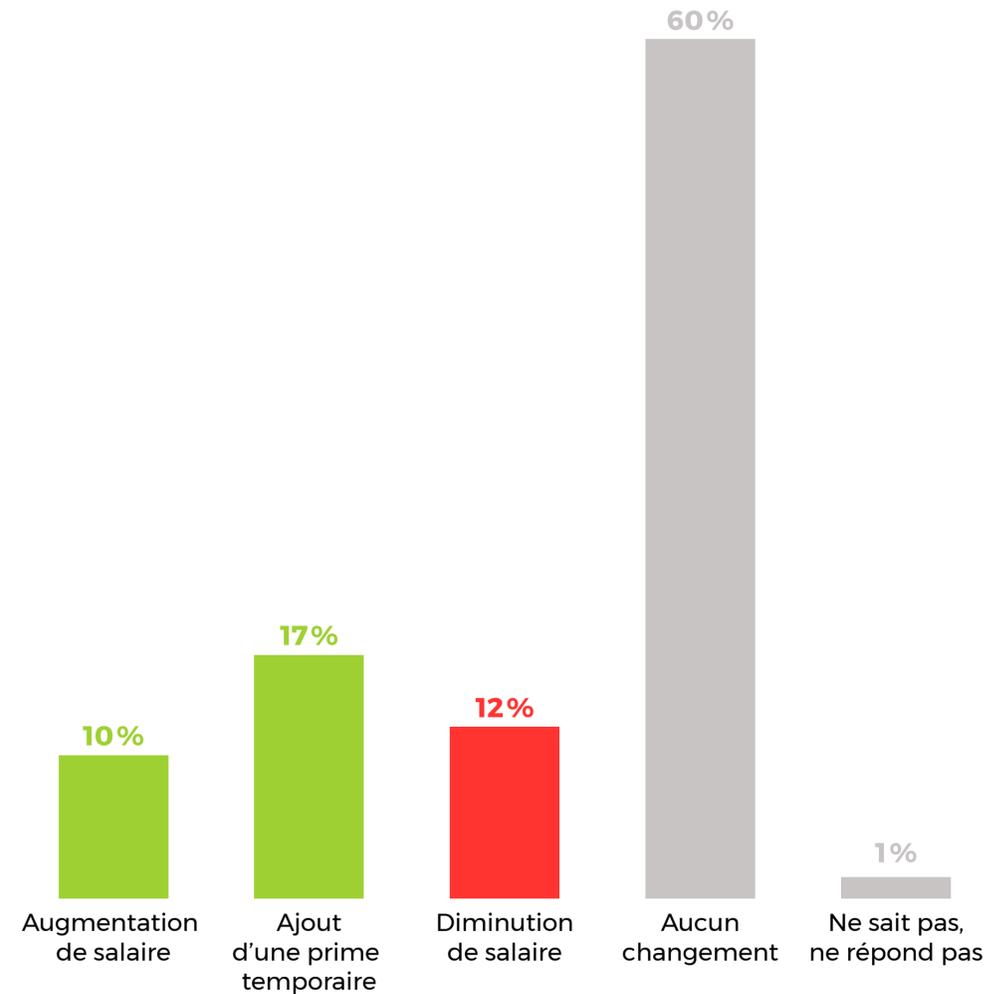
Globalement, la pandémie aura eu un impact positif sur la rémunération des travailleurs en poste au moment du sondage (plus du quart d'entre eux ont vu leur rémunération progresser).

Cependant, **12%** des travailleurs ont subi une diminution de leur salaire. Cela inclut notamment les bénéficiaires de la PCU (ou de la PCUE) dont la prestation était moins élevée que leur salaire.

En comparaison à l'ensemble des sous-secteurs soutenus par Détail Québec, ceux dits essentiels ont davantage eu recours à des primes temporaires. C'est d'ailleurs un moyen qui semble avoir été privilégié pour les employés qui ont maintenu leur emploi depuis le début de la crise.

### Q9. Votre rémunération a-t-elle été affectée ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)





## DES INDIVIDUS PLUS STRESSÉS

Plus de la moitié des travailleurs affirment se sentir plus stressés qu'en temps normal. De manière générale, cette tendance est observée chez l'ensemble du personnel du commerce de détail.

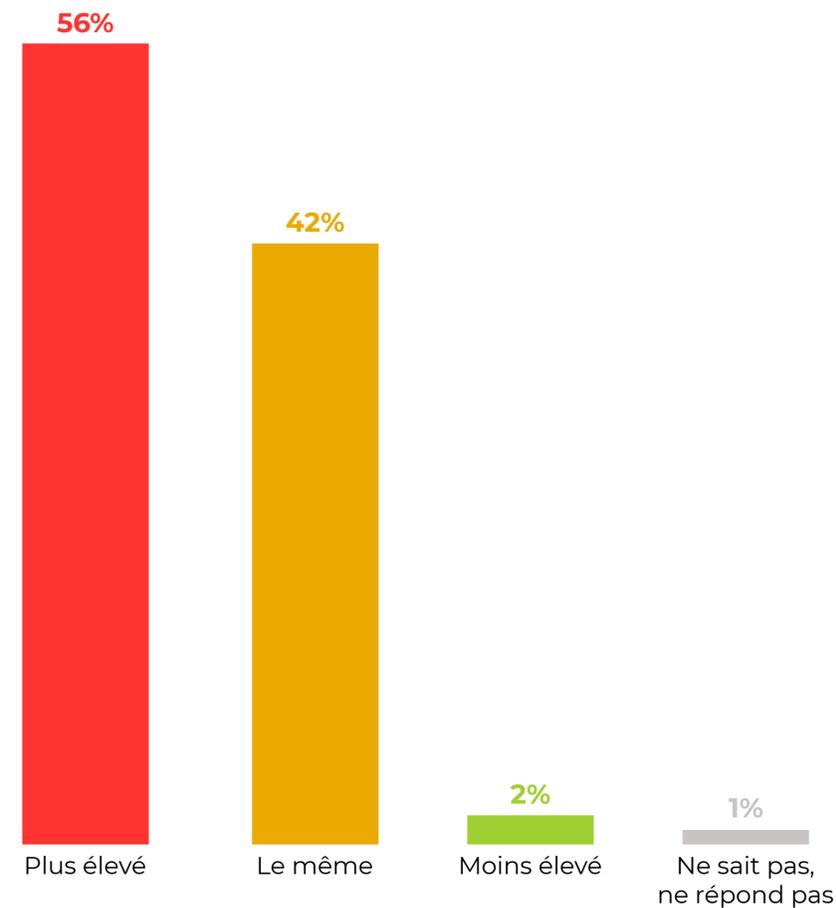
La diminution du salaire pourrait être un facteur de stress chez certains individus. Au contraire, le fait que l'employeur fournisse l'équipement nécessaire (p. ex., masques, visières, gants) peut être un élément atténuant. D'ailleurs, on constate un niveau de stress moins élevé chez les travailleurs pouvant compter sur cet équipement.

L'indice de la santé mentale (ISM) national fait état de la précarité de la santé mentale des Canadiens en temps de pandémie. Le rapport<sup>1</sup> précise toutefois que l'ISM est meilleur chez les employés qui considèrent que leur employeur offre un soutien mental adéquat.

Les employeurs peuvent donc contribuer positivement à la santé mentale de leurs employés en appliquant quelques mesures clés.

### Q20. Depuis le 14 mars dernier, votre niveau de stress par rapport à votre emploi était-il... qu'en temps normal ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



1. **Source:** Morneau Shepell. (Septembre 2020). Indice de santé mentale. *Le point sur la santé mentale, six mois après le début de la pandémie de COVID-19*. <https://www.morneaushepell.com/sites/default/files/assets/paragraphs/resource-list/indicedesantementalenationalcanadasept2020.pdf>. Consulté le 29 octobre 2020.

# CHAPITRE 2

INITIATIVES DES  
EMPLOYEURS  
ET PERSPECTIVES  
DES EMPLOYÉS

## 2 INITIATIVES DES EMPLOYEURS ET PERSPECTIVES DES EMPLOYÉS

# INITIATIVES LIÉES AU NUMÉRIQUE

### LE NUMÉRIQUE A LE VENT DANS LES VOILES

Près de la moitié des détaillants ont posé des gestes pour améliorer leur présence numérique depuis le début de la pandémie.

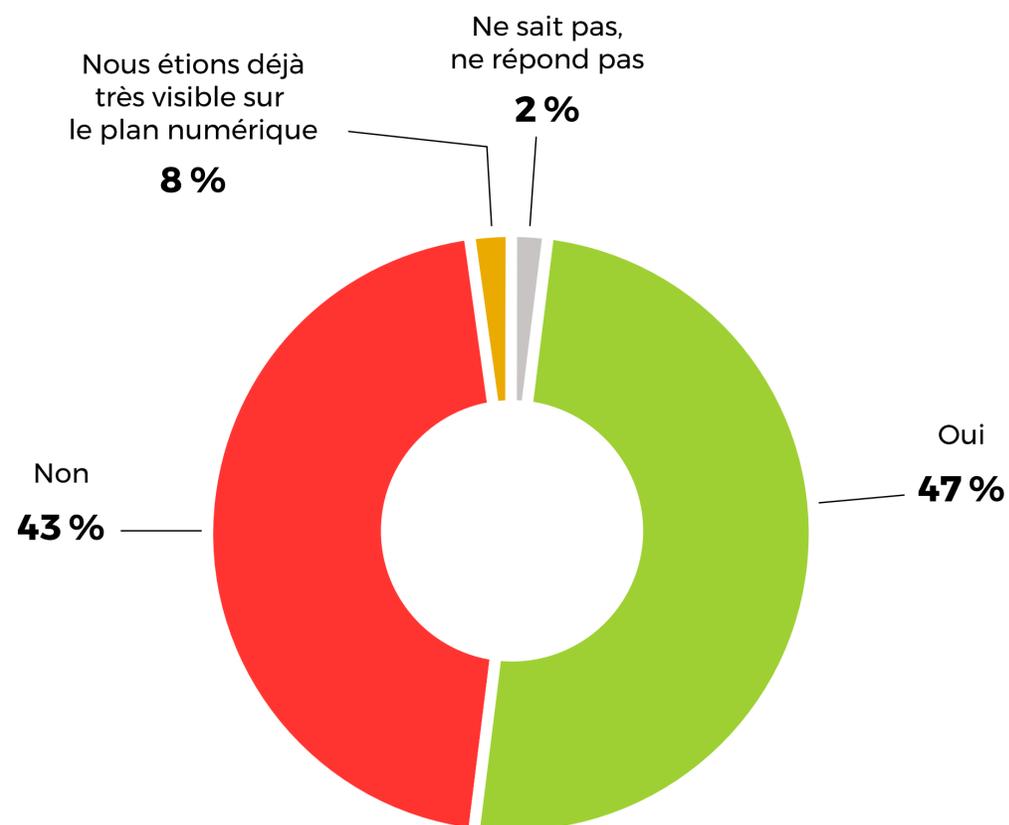
Cet effort a été observé pour toutes les tailles d'établissements et dans la grande majorité des sous-secteurs.

D'ailleurs, le sondage confirme que la proportion des détaillants qui effectuent des ventes en ligne est en hausse depuis le début de l'année (de **36%** en février à **44%** en octobre).

Notons que ces efforts ne semblent pas avoir été récompensés jusqu'ici (aucun impact sur les ventes n'a été observé). Toutefois, les employeurs qui ont posé ces gestes se montrent un peu plus optimistes face à l'avenir.

**QCOVID9. Depuis le début de la pandémie, avez-vous posé des gestes pour améliorer votre présence numérique (ex.: sur les réseaux sociaux, commandes en ligne)?**

(Base: tous, n: 504)



# INITIATIVES LIÉES AU NUMÉRIQUE (SUITE)

## DES EFFORTS DE VISIBILITÉ S'AJOUTENT AUX ASPECTS TRANSACTIONNELS

Si, pour plusieurs, l'urgence était de rendre possibles les transactions en ligne, ces initiatives ont été accompagnées de plusieurs efforts de visibilité grâce aux réseaux sociaux et à la publicité numérique.

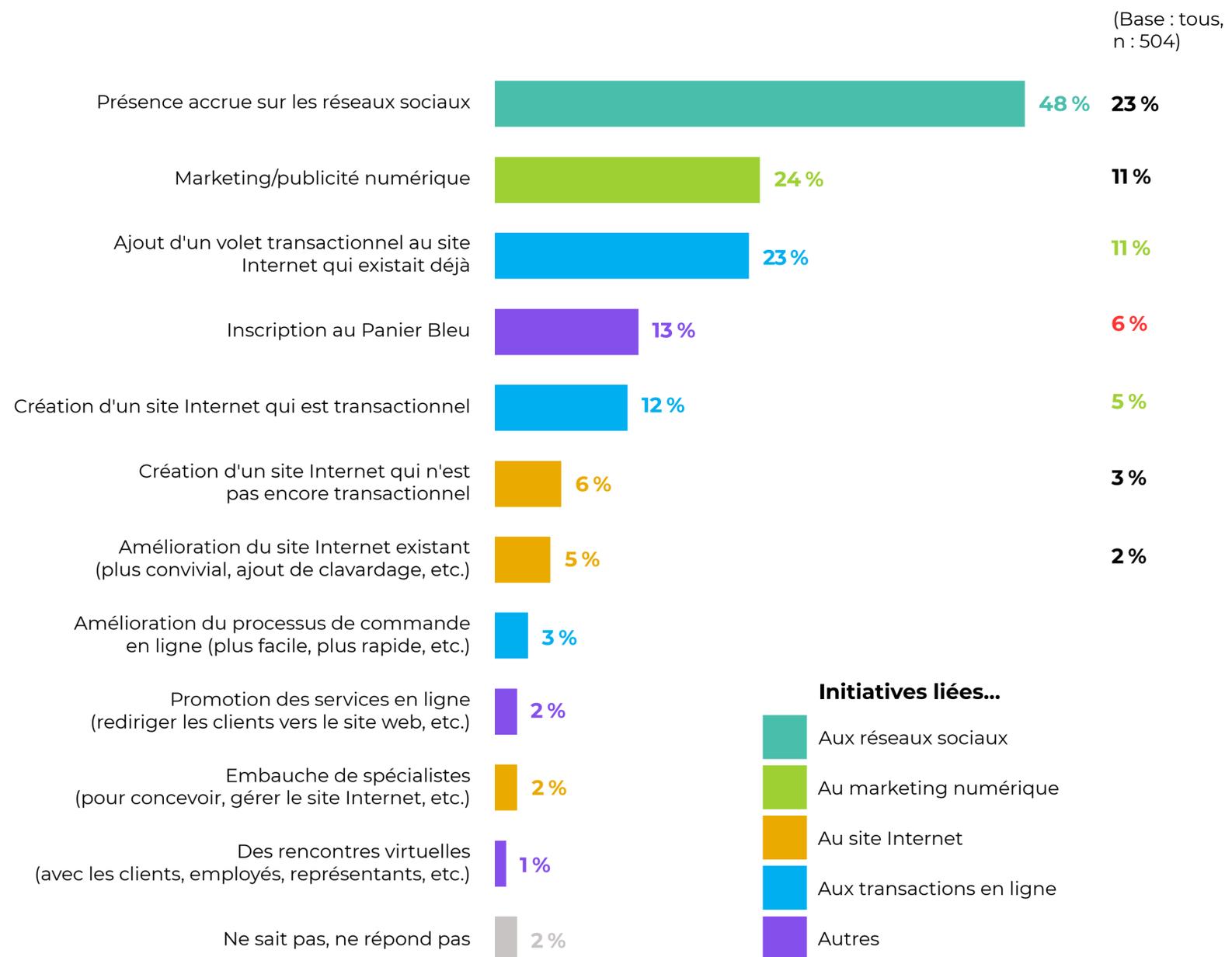
Lors de la réalisation du Diagnostic sectoriel (hiver 2020), la proportion d'employeurs qui réalisaient des ventes en ligne était de **36%**. Même si **16%** des détaillants déclarent maintenant avoir mis en place le commerce en ligne, les ventes ne sont pas encore au rendez-vous pour tout le monde. Si c'était le cas, la proportion de ceux qui font des ventes en ligne serait passée de **36%** à **52%** (**36% + 16%**). Or, pour l'instant, elle se chiffre plutôt à **44%** (voir page 42).

En ce qui concerne l'inscription au Panier Bleu (**6%**), la plupart des répondants n'y ont pas pensé au moment du sondage (leur inscription doit avoir été effectuée il y a plusieurs mois), car on sait en réalité que quelque 22 000 établissements y sont inscrits pour l'ensemble du commerce de détail (et peut-être un peu au-delà dans le domaine des services).



### QCOV110AR. Qu'avez-vous fait exactement (pour améliorer votre présence numérique)? Quoi d'autre? (groupe des 7 mentions possibles)

(Base: ceux qui ont posé des gestes pour améliorer leur présence numérique, n: 260)



**Note:** Tous les choix de réponses n'étaient pas lus aux répondants.

# INITIATIVES LIÉES AU NUMÉRIQUE (SUITE)

## PLUSIEURS ONT AJOUTÉ UN SERVICE DE COMMANDE EN LIGNE SUIVIE D'UNE COLLECTE SUR PLACE

Le tiers des détaillants ont ajouté un service de collecte à l'intérieur après une commande en ligne, alors que plus du quart ont prévu une collecte en bordure.

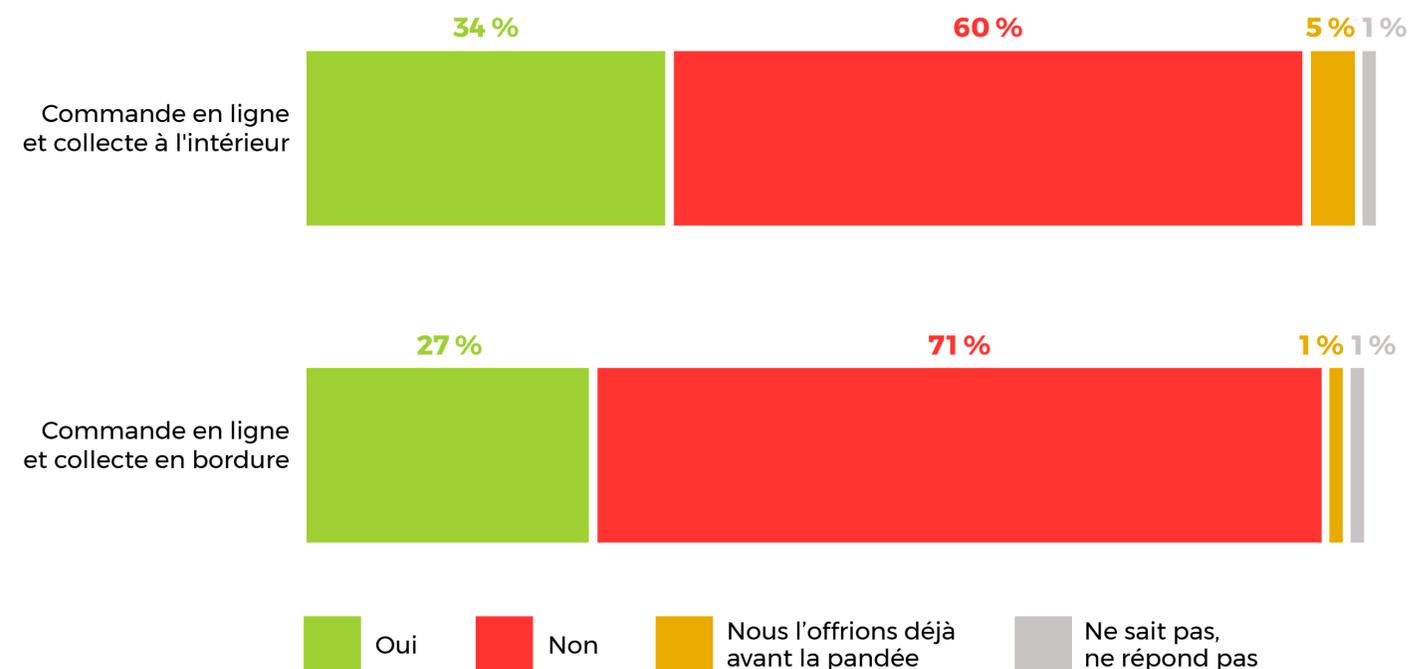
Environ un détaillant sur cinq (22%) offre maintenant les deux services, selon la préférence du consommateur.

Ces services mettent en lumière l'arrivée de nouvelles habitudes de consommation. Le numérique prend une place plus importante dans le quotidien des consommateurs et le rôle du magasin physique tend à se transformer.

Selon une récente étude canadienne, les détaillants seront amenés à se réinventer pour s'adapter au nouveau processus d'achat du consommateur<sup>2</sup>.

**QCOVID1112r. Depuis le début de la pandémie, avez-vous ajouté les services suivants pour limiter la propagation du virus et favoriser une bonne expérience client ?**

(Base: tous, n: 504)



2. **Source:** Deloitte. (2020). *L'avenir du centre commercial: créer un nouveau genre de destination pour le monde post-pandémie*. <https://www2.deloitte.com/ca/fr/pages/communiqués-de-presse/articles/lavenir-du-centre-commercial.html>. Consulté le 29 octobre 2020.

# CHANGEMENTS AUX CONDITIONS DE TRAVAIL

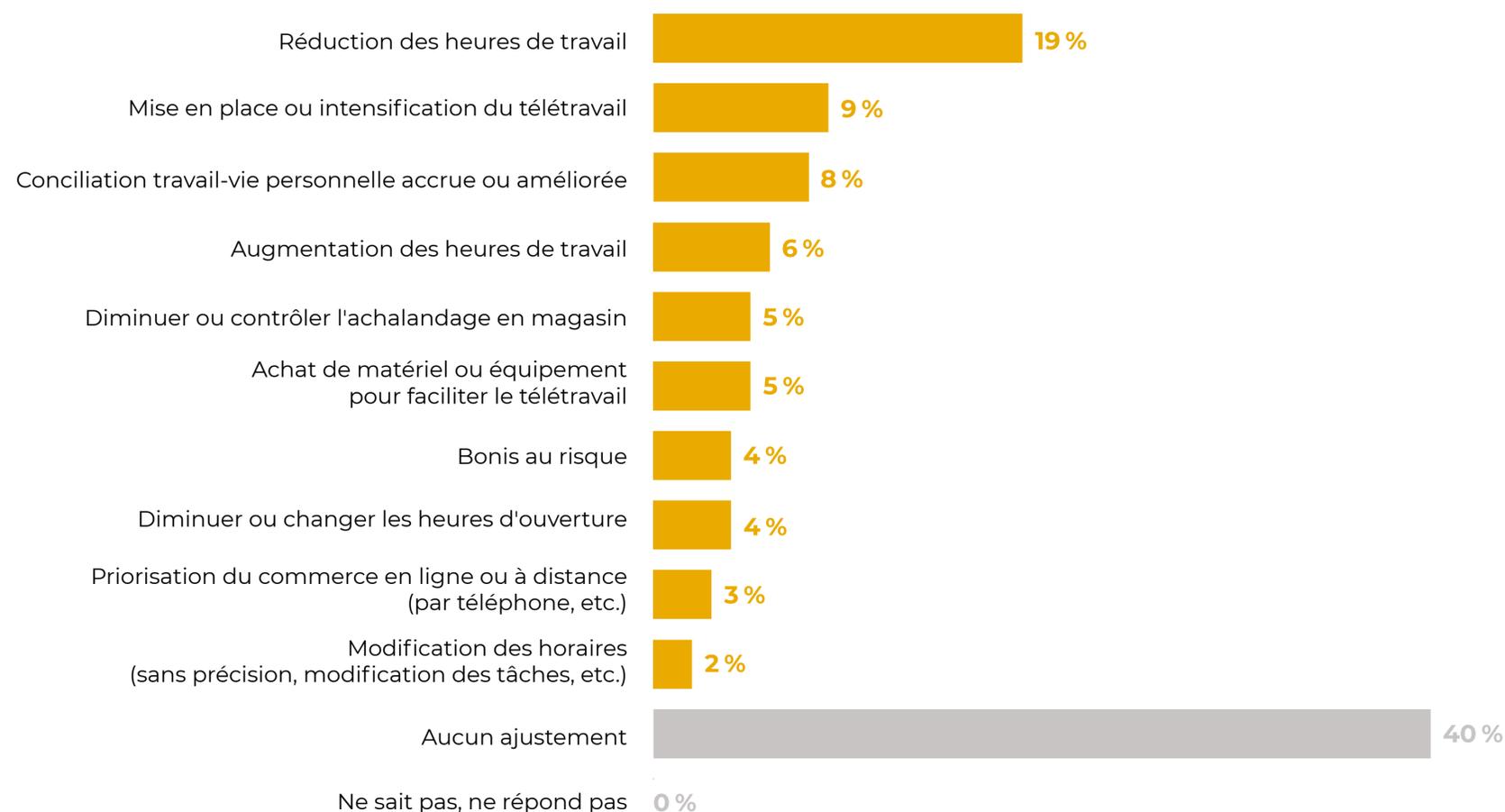
## DES HEURES À LA BAISSÉ

Dans la foulée de la pandémie, la réduction des heures de travail est l'ajustement le plus cité par les employeurs en matière de conditions de travail. La mise en place ou l'intensification du télétravail et les mesures de conciliation travail-vie personnelle sont également au nombre des ajustements apportés par les employeurs.

Dans le cas du télétravail, on peut penser que seulement quelques catégories de postes s'y prêtent (p. ex., comptabilité, soutien TI, etc.).

### QCOVID2AR. Quels ajustements à vos conditions de travail avez-vous apportés en réponse à la crise de la COVID-19 (à l'exception des mesures sanitaires)? (groupe des 9 mentions possibles)

(Base: tous, n: 504)



**Note:** Tous les choix de réponses n'étaient pas lu aux répondants.

# CHANGEMENTS SOUHAITÉS PAR LES EMPLOYÉS



## DES BONIS AU RISQUE DEMANDÉS

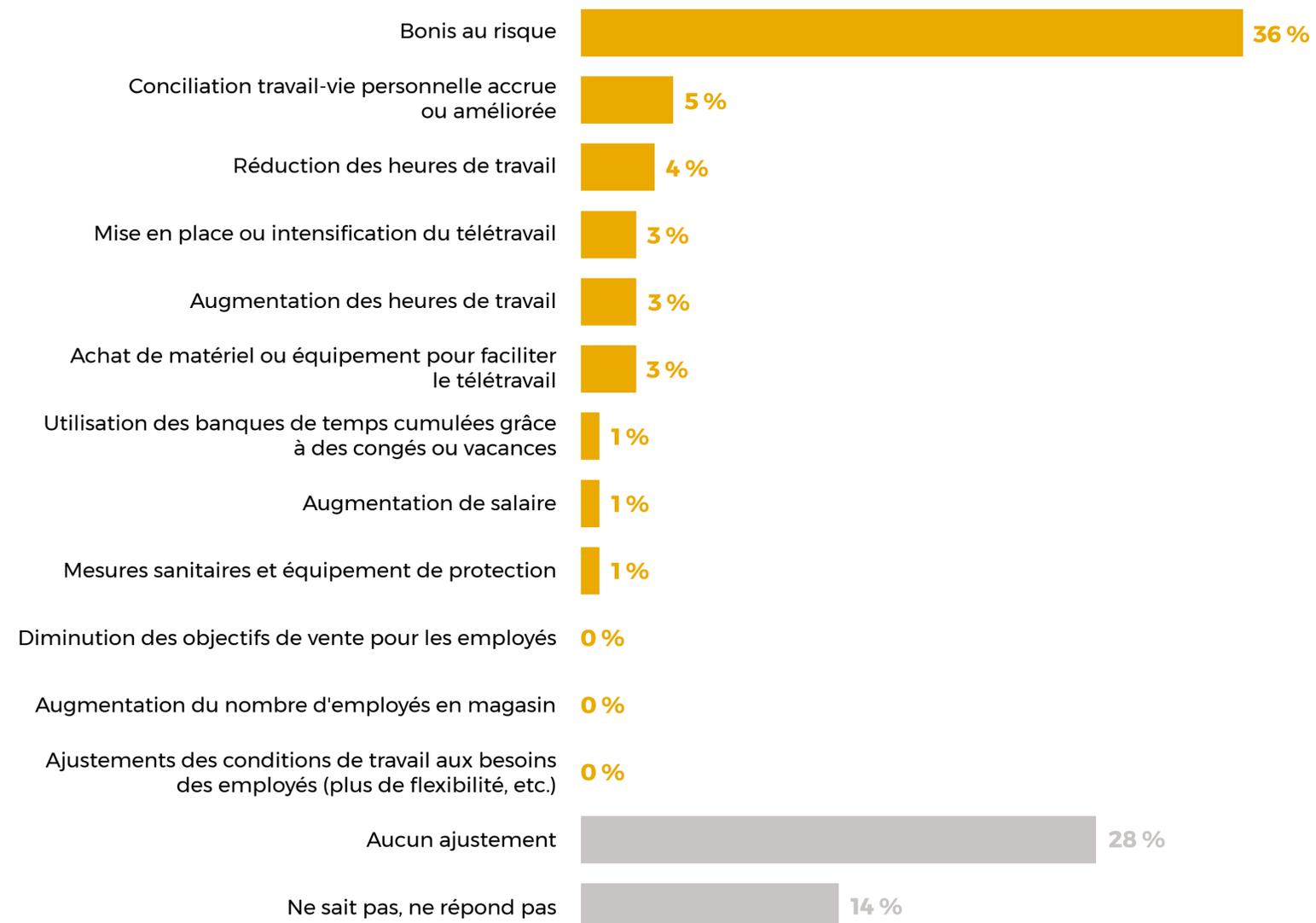
En contexte de crise sanitaire, plus du tiers des employés auraient souhaité que leur employeur mette en place des bonis au risque en priorité, alors que seulement **4%** des employeurs confirment l'avoir fait. C'est la principale mesure mentionnée parmi les employés qui se disent insatisfaits à l'égard du soutien de leur employeur face à leurs besoins.

Il est étonnant qu'une aussi faible proportion d'employés (**5%**) mentionnent la conciliation travail et vie personnelle. En effet, selon une étude du Réseau pour un Québec Famille<sup>3</sup>, plus du tiers des travailleurs ont révélé avoir de la difficulté à concilier famille et travail pendant la crise. En outre, seulement **8%** des employeurs affirment avoir posé des gestes concrets en ce sens.

Enfin, notons que dans les grandes entreprises, on constate des attentes plus élevées en ce qui concerne l'achat de matériel pour faciliter le télétravail (**10%** contre **3%** en général).

## Q17. Quel principal ajustement aux conditions de travail auriez-vous aimé que votre employeur mette en place en priorité ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



3. **Source:** Réseau pour un Québec Famille. (3 juin 2020). *Besoin des familles en conciliation famille-travail post-crise COVID-19*. [https://cdn.ca.yapla.com/company/CPYSTpVCZIXk8RXwzmiI7VVuY/asset/files/Rapport\\_RPQF\\_PPT\\_2020-06-18\\_vf.pdf](https://cdn.ca.yapla.com/company/CPYSTpVCZIXk8RXwzmiI7VVuY/asset/files/Rapport_RPQF_PPT_2020-06-18_vf.pdf). Consulté le 29 octobre 2020.

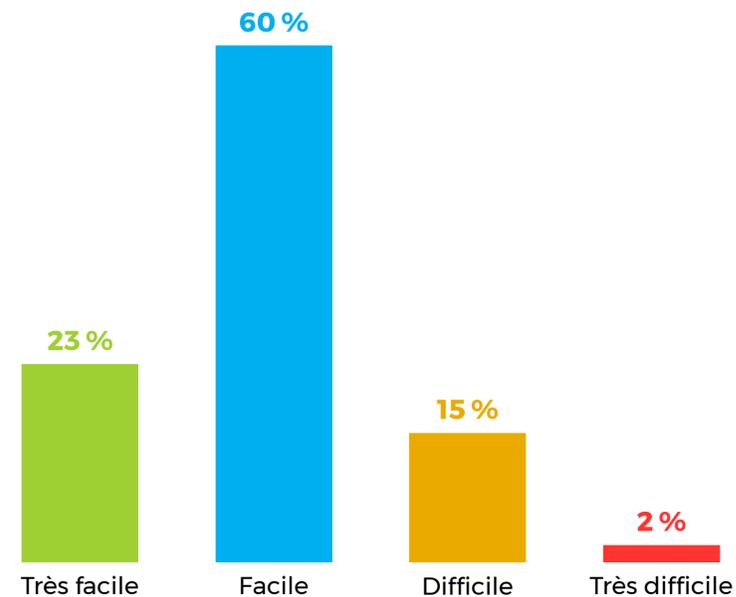
# APPLICATION DES MESURES SANITAIRES

## DES MESURES SANITAIRES PLUTÔT FACILES À APPLIQUER, MAIS UN PEU PLUS DIFFICILES À FINANCER

La plupart des employeurs sont en mesure d'appliquer facilement les mesures sanitaires, bien que l'aspect financier soit jugé un peu plus ardu (**24%** en absorbent difficilement les coûts). Néanmoins, seulement **6%** des détaillants déclarent avoir transféré une portion de ces coûts à leurs clients.

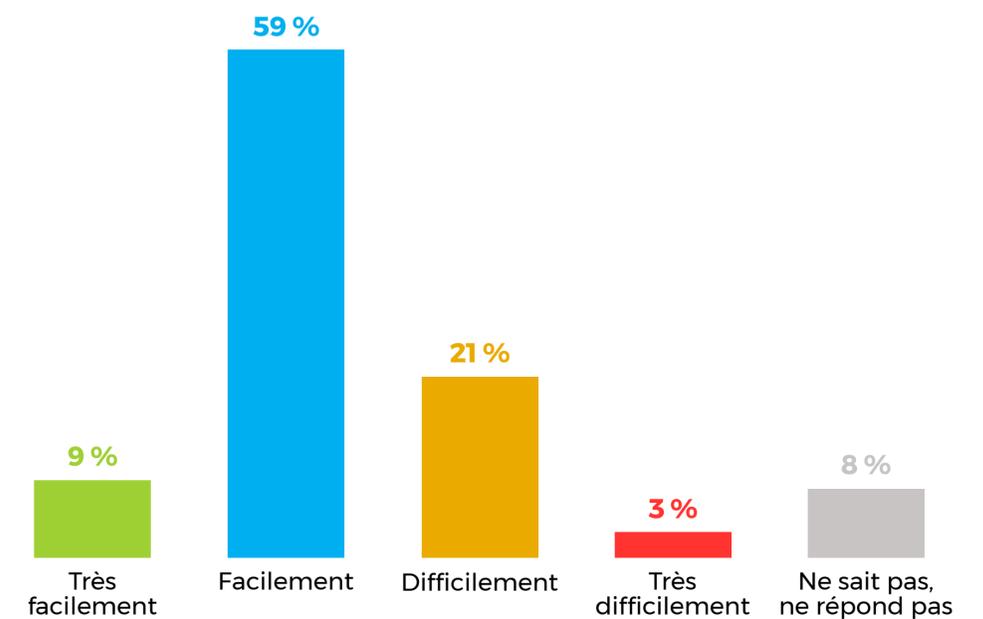
**QCOVID13. En général, est-il... d'appliquer les mesures sanitaires dans votre établissement (ex.: lavage de mains, distanciation entre clients et employés, port du masque) ?**

(Base: tous, n: 504)



**QCOVID15. Êtes-vous en mesure d'absorber les coûts de ces mesures... ?**

(Base: tous, n: 504)



**QCOVID16. Avez-vous transféré une portion de ces coûts à vos clients ?**

(Base: tous, n: 504)



# FORMATION SUR LES MESURES SANITAIRES



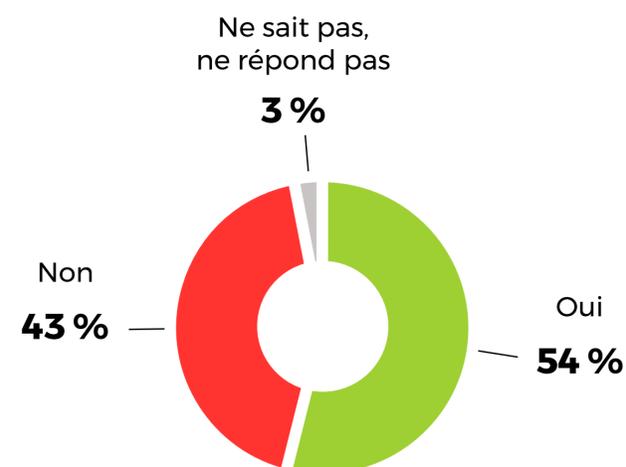
## UNE FORMATION QUI N'EST PAS OFFERTE À TOUS

Une formation sur les mesures sanitaires n'a pas été offerte de manière systématique à tous les employés du commerce de détail. Les grandes entreprises de 100 employés ou plus se démarquent à ce chapitre: la majorité de leurs employés ont reçu une formation sur le sujet.

La plupart des employés (**91%**) se sentent suffisamment bien outillés pour appliquer les mesures sanitaires demandées. Néanmoins, la formation donne une confiance additionnelle aux employés qui la reçoivent.

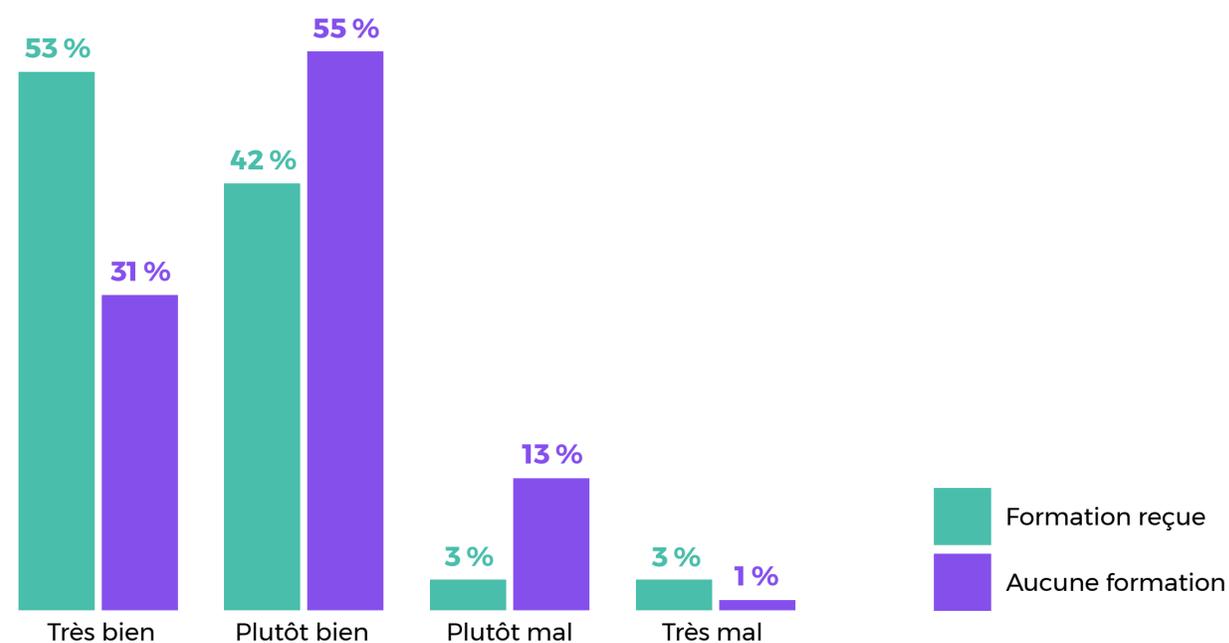
### Q10. Dans le contexte de la COVID-19, avez-vous reçu une formation en lien avec les mesures sanitaires ?

(Base: ceux qui ont répondu «oui» à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



### Q11. Avez-vous l'impression d'être... outillé pour appliquer les mesures sanitaires demandées ?

(Base: ceux qui ont répondu «oui» à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



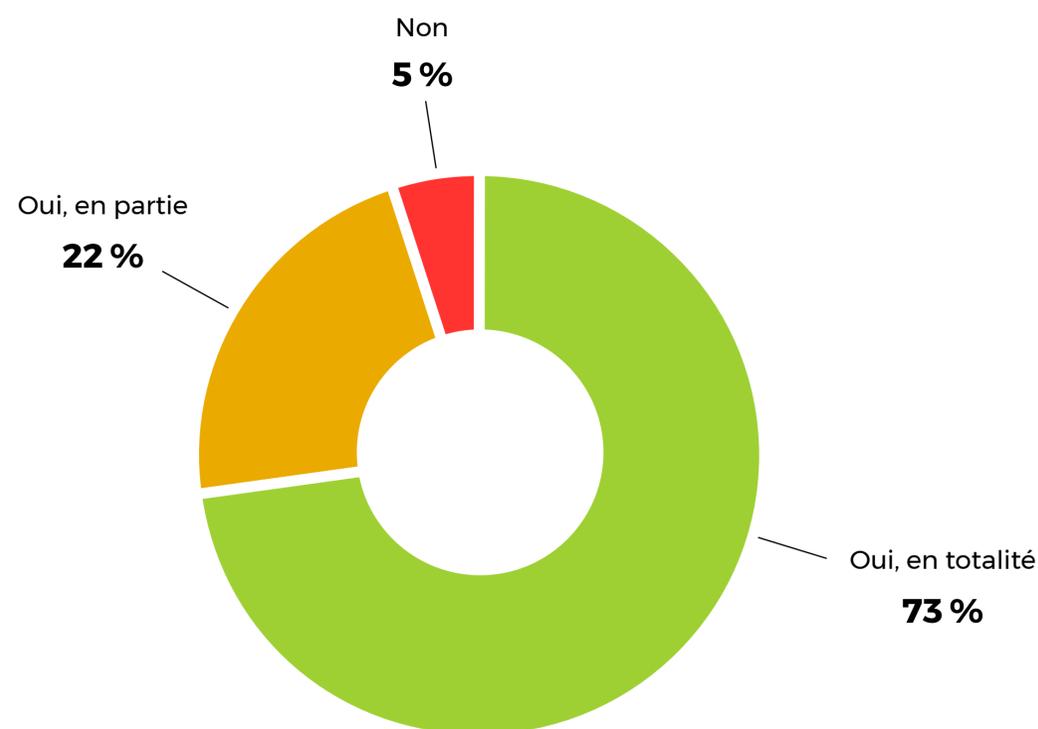
# ÉQUIPEMENT NÉCESSAIRE AUX MESURES SANITAIRES

## ÉQUIPEMENT GÉNÉRALEMENT FOURNI PAR L'EMPLOYEUR

95% des employés ont reçu, en partie ou en totalité, l'équipement nécessaire à l'application des règles sanitaires de la part de leur employeur. C'est une bonne indication que les employeurs se sont adaptés afin de fournir le matériel adéquat à leur personnel. Cela dit, il demeure que 5% des employés n'ont obtenu aucun équipement. Considérant les risques, ce chiffre devrait idéalement être de 0%.

### Q15. L'équipement nécessaire (masque, visière, gants, etc.) à l'application des règles sanitaires vous a-t-il été fourni par l'employeur ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



## 2 INITIATIVES DES EMPLOYEURS ET PERSPECTIVES DES EMPLOYÉS

# SATISFACTION DES EMPLOYÉS

### DES EMPLOYÉS GÉNÉRALEMENT SATISFAITS DU SOUTIEN DE LEUR EMPLOYEUR

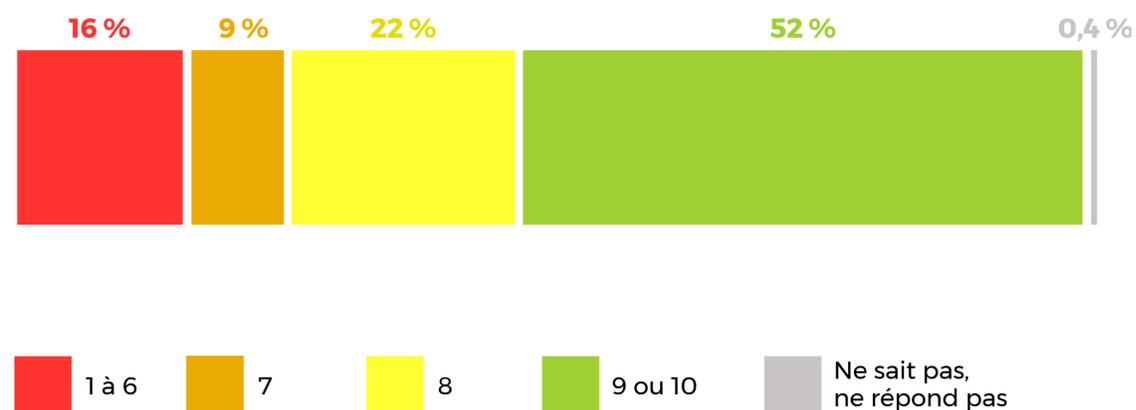
Le Diagnostic sectoriel révélait que le secteur était constitué d'un groupe d'employés plutôt insatisfaits. Tout indique que les employeurs ont su accorder un soutien adéquat à leurs employés pendant la crise sanitaire. En effet, plus de la moitié des employés se considèrent comme très satisfaits. Néanmoins, le fait que **16%** des employés se disent insatisfaits devrait être une source de préoccupation.

La satisfaction semble légèrement plus élevée dans la région de Montréal et chez le personnel de direction.

La satisfaction diminue légèrement chez les employés qui ont des enfants à la maison. Cela dit, leurs besoins en conciliation travail et vie personnelle sont généralement plus élevés.

**Q12R. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « totalement insatisfait » et 10 signifie « totalement satisfait », quel est votre niveau de satisfaction par rapport au support de votre employeur face à vos besoins entourant le contexte de la COVID-19 ?**

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



# CHAPITRE 3

SOUTIEN  
GOUVERNEMENTAL



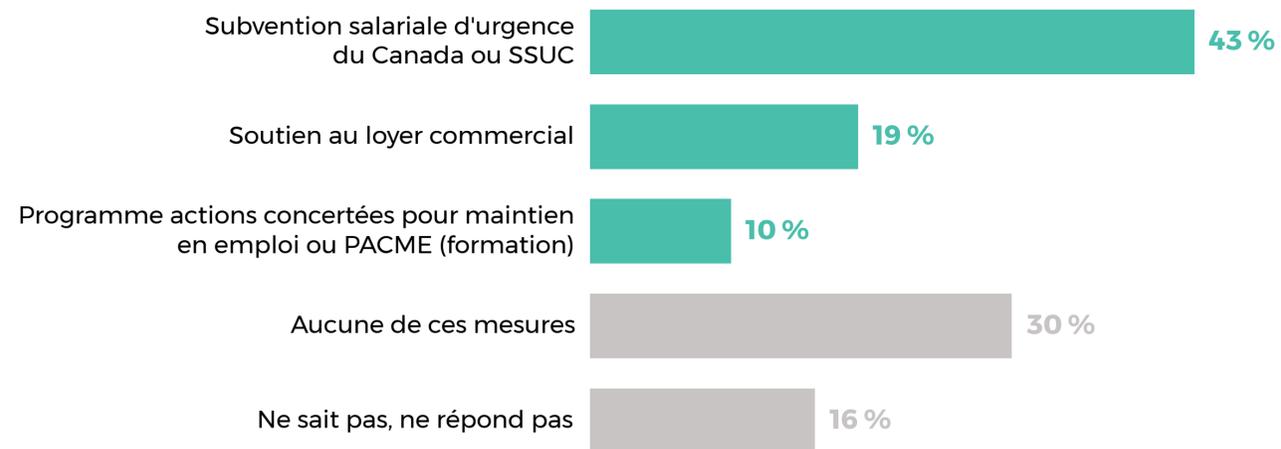
### DES MESURES À LA RESCOUSSE

Plus de la moitié (**54%**) des détaillants ont utilisé l'une ou l'autre des mesures de soutien mises en place par le gouvernement à leur intention, la plus populaire étant la SSUC.

Le soutien au loyer commercial, destiné à la base aux petites entreprises, a dans les faits été particulièrement utilisé par les établissements de moins de 5 employés (**30%**).

#### QCOVID345AR. Avez-vous utilisé les mesures de soutien gouvernemental suivantes? (Plus d'une réponse possible)

(Base: tous, n: 504)



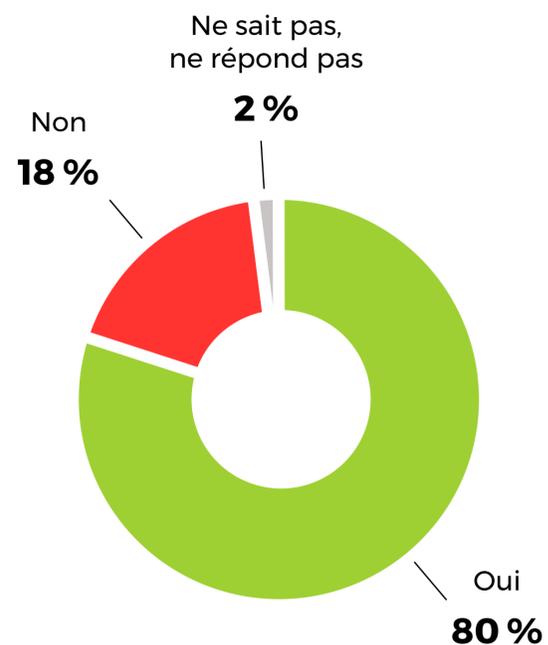
# MESURES DE SOUTIEN GOUVERNEMENTAL (SUITE)

## LA PCU UTILISÉE PAR UNE GRANDE MAJORITÉ, MAIS AVEC UN IMPACT NÉGATIF DANS PLUSIEURS CAS

Quatre détaillants sur cinq ont vu au moins un de leurs employés (ou eux-mêmes) utiliser la PCU (ou la PCUE). Près de **40%** des employeurs estiment que l'impact sur leur commerce a toutefois été négatif. En considérant l'ensemble des détaillants (pas utilisé = impact nul), la PCU/PCUE aurait eu un impact négatif sur **30%** des détaillants (**80% x 38%**). L'impact négatif est lié à la difficulté de rappeler au travail des employés mis à pied qui reçoivent une prestation à peu près équivalente à leur salaire dans plusieurs cas.

**QCOVID6. Est-ce que vous ou certains de vos employés avez utilisé la prestation canadienne d'urgence, la PCU, ou celle pour les étudiants, la PCUE ?**

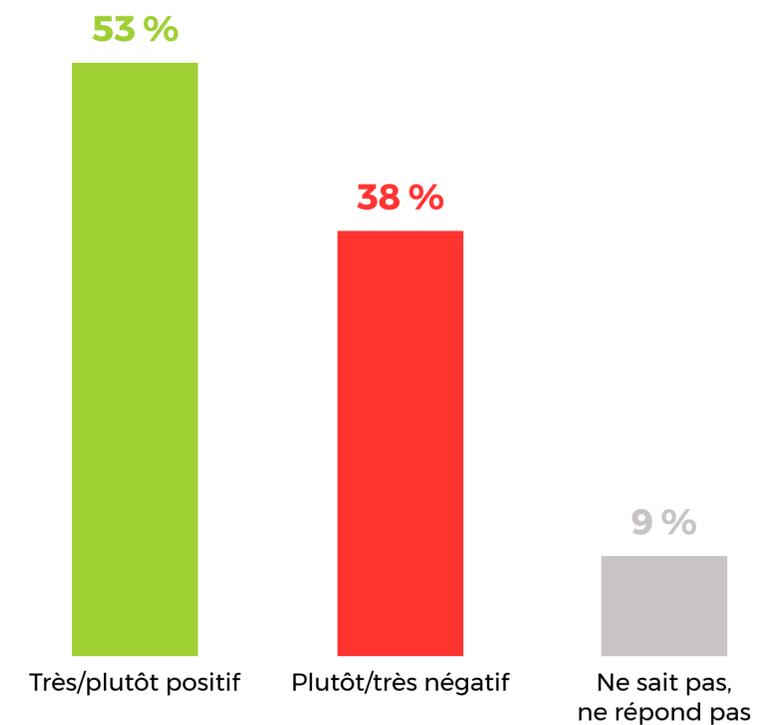
(Base: tous, n: 504)



## OUI

**QCOVID7r. Est-ce que cette mesure a eu un impact... sur votre établissement ?**

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à QCOVID6, n: 422, soit ceux dont les employés (ou eux-mêmes) ont utilisé la mesure)





## UNE MESURE LARGEMENT UTILISÉE

Environ la moitié des travailleurs ont bénéficié de la PCU ou de la PCUE depuis le début de la pandémie.

Toutes les catégories de personnel ont fait appel à la PCU (ou à la PCUE). Cela est d'autant plus vrai pour le personnel de vente et du service à la clientèle, dont **62%** ont bénéficié de la prestation d'urgence entre mars et septembre 2020.

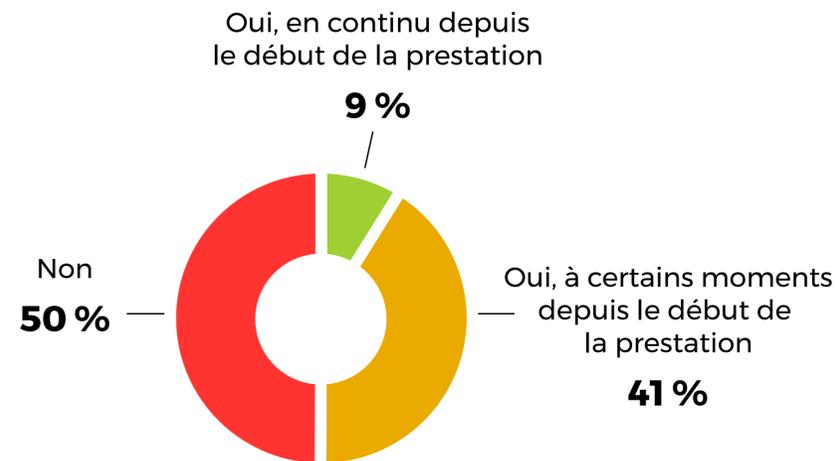
Les services dits essentiels semblent avoir moins bénéficié du programme d'aide, ce qui s'explique par le fait qu'une prime temporaire était plus souvent ajoutée dans les commerces de ces sous-secteurs.

## DES TRAVAILLEURS MOTIVÉS À RETOURNER AU TRAVAIL

Par ailleurs, notons que la grande majorité des bénéficiaires de la prestation (**86%**) étaient néanmoins très ou assez motivés à retourner au travail. Les employeurs qui ont su appuyer adéquatement leurs employés à travers la crise seront sans doute récompensés par le retour d'employés plus motivés.

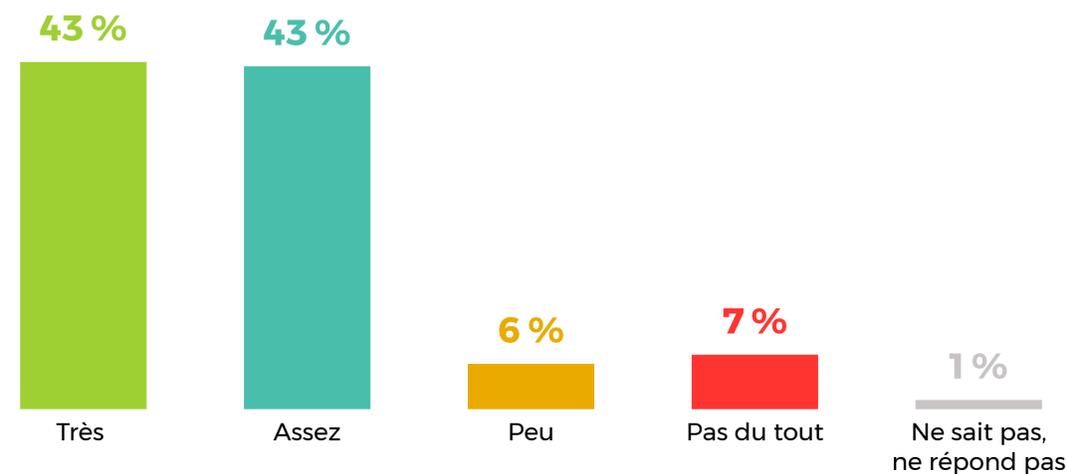
### Q18. Avez-vous bénéficié de la Prestation canadienne d'urgence (PCU) ou de la Prestation canadienne d'urgence pour les étudiants (PCUE) ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)

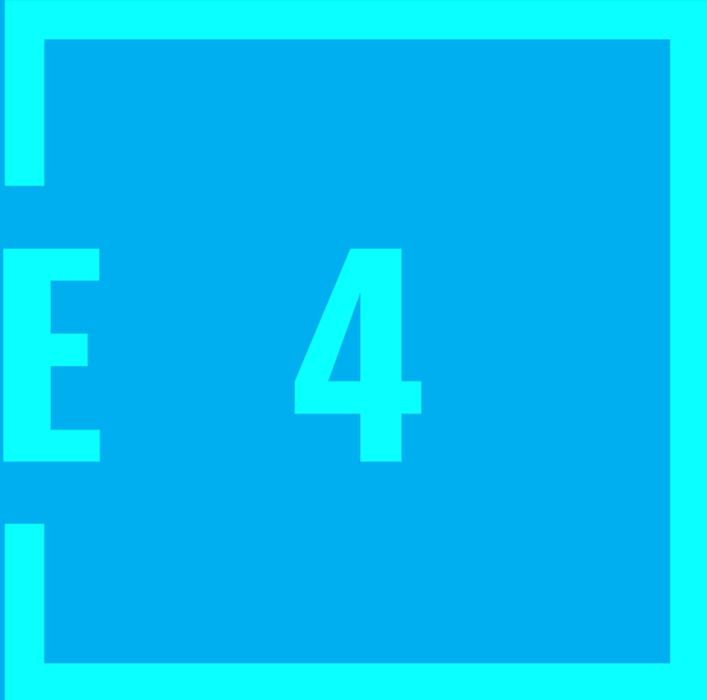


### Q19. En tant que bénéficiaire de la PCU/PCUE, étiez-vous... motivé à retourner au travail ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à Q18, n: 181, soit ceux qui ont bénéficié de la PCU/PCUE)



# CHAPITRE 4



ENJEUX  
SUR L'HORIZON  
2021-2023

### UN RETOUR À LA NORMALE D'ICI UN AN POUR LA PLUPART

Si environ un détaillant sur cinq a déjà retrouvé le niveau d'activité qui prévalait avant le début de la pandémie, deux sur cinq croient qu'il faudra attendre encore un an. Seulement **7%** affirment qu'il faudra plus de trois ans ou que les activités ne reprendront jamais comme avant.

### OPTIMISME POUR L'AN PROCHAIN

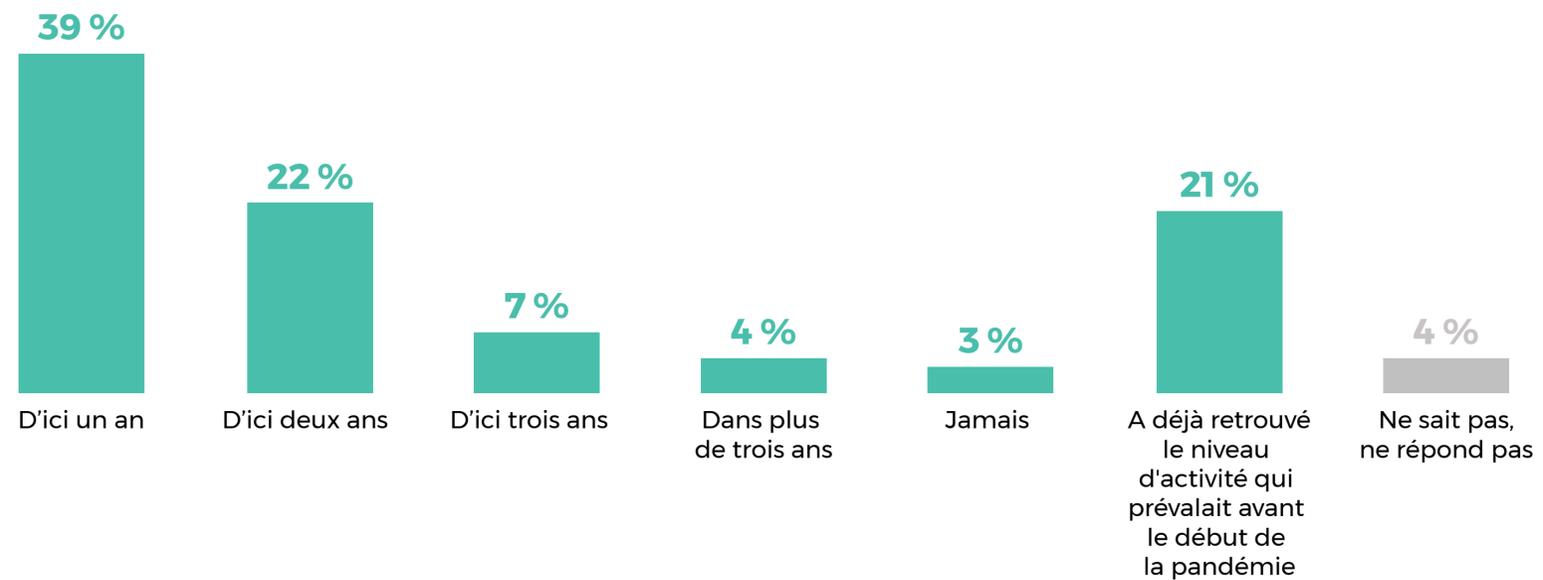
En fait, la majorité des détaillants croient qu'ils seront dans une bonne situation dans un horizon d'un an. Les détaillants du sous-secteur du vêtement et des articles de sport se montrent plus pessimistes, plus du quart (**27%**) estimant qu'ils seront alors dans une situation précaire.

Enfin, l'optimisme augmente chez les plus gros employeurs, sans que l'on puisse établir un lien avec la maturité numérique.



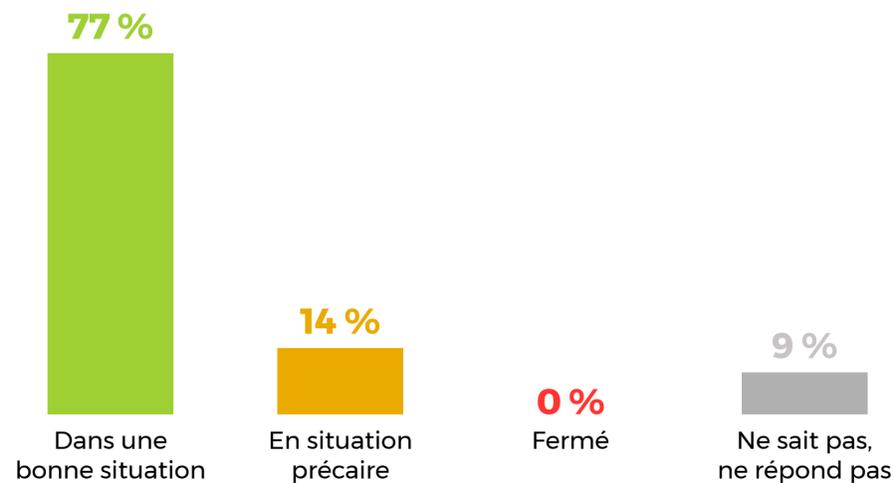
#### QB3. Dans quel horizon prévoyez-vous retrouver le niveau d'activité qui prévalait avant le début de la pandémie? Est-ce...?

(Base: tous, n: 504)



#### QCOVID17. Dans 12 mois, pensez-vous que votre établissement sera...?

(Base, n: 504)



**LA COVID-19 AURA LAISSÉ DES TRACES**

Les détaillants se montrent un peu plus pessimistes qu'en début d'année en ce qui concerne l'évolution du nombre d'employés.

À l'égard de l'évolution des ventes, la COVID-19 aura sapé la confiance des détaillants de manière significative, le quart prévoyant une baisse des ventes sur un horizon de trois ans, comparativement à seulement **4%** en début d'année.

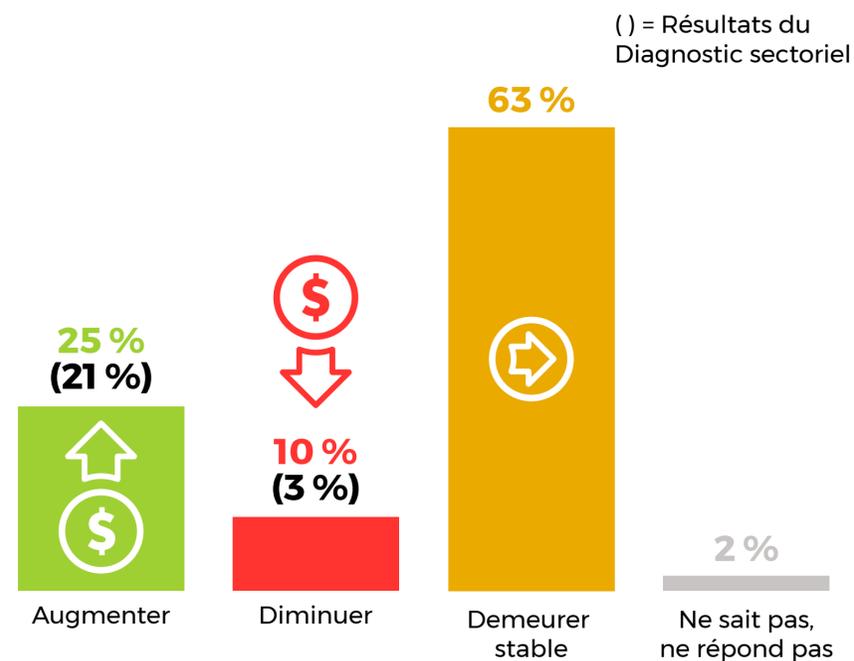
Même chez ceux qui prévoient que leur niveau d'activité retrouvera son niveau pré-COVID d'ici un an, plusieurs (**21%**) prévoient une diminution des ventes sur un horizon de trois ans.

Cela veut dire que les années 2022 et 2023 ne seront pas assez vigoureuses, à leur avis, pour compenser le rythme plus faible (par rapport au niveau pré-COVID) de la prochaine année (2021).



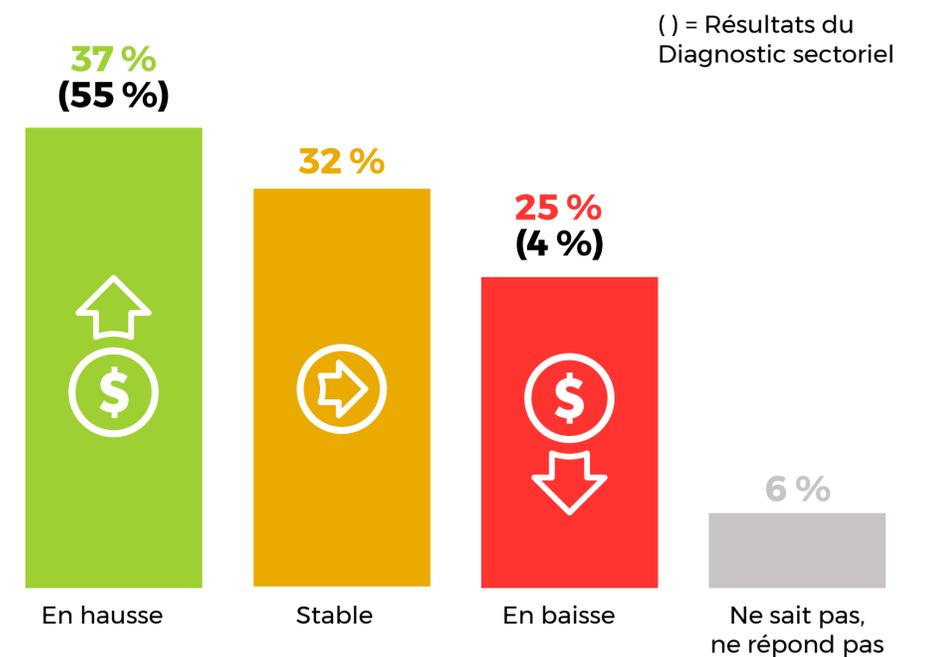
**QB1. Par rapport à avant le début de la pandémie, pensez-vous que le nombre d'employés de votre établissement va... au cours des 3 prochaines années ?**

Base: tous, n: 504



**QF4. Par rapport à avant la pandémie, diriez-vous que votre chiffre d'affaires sera... au cours des trois prochaines années ?**

Base: tous, n: 504





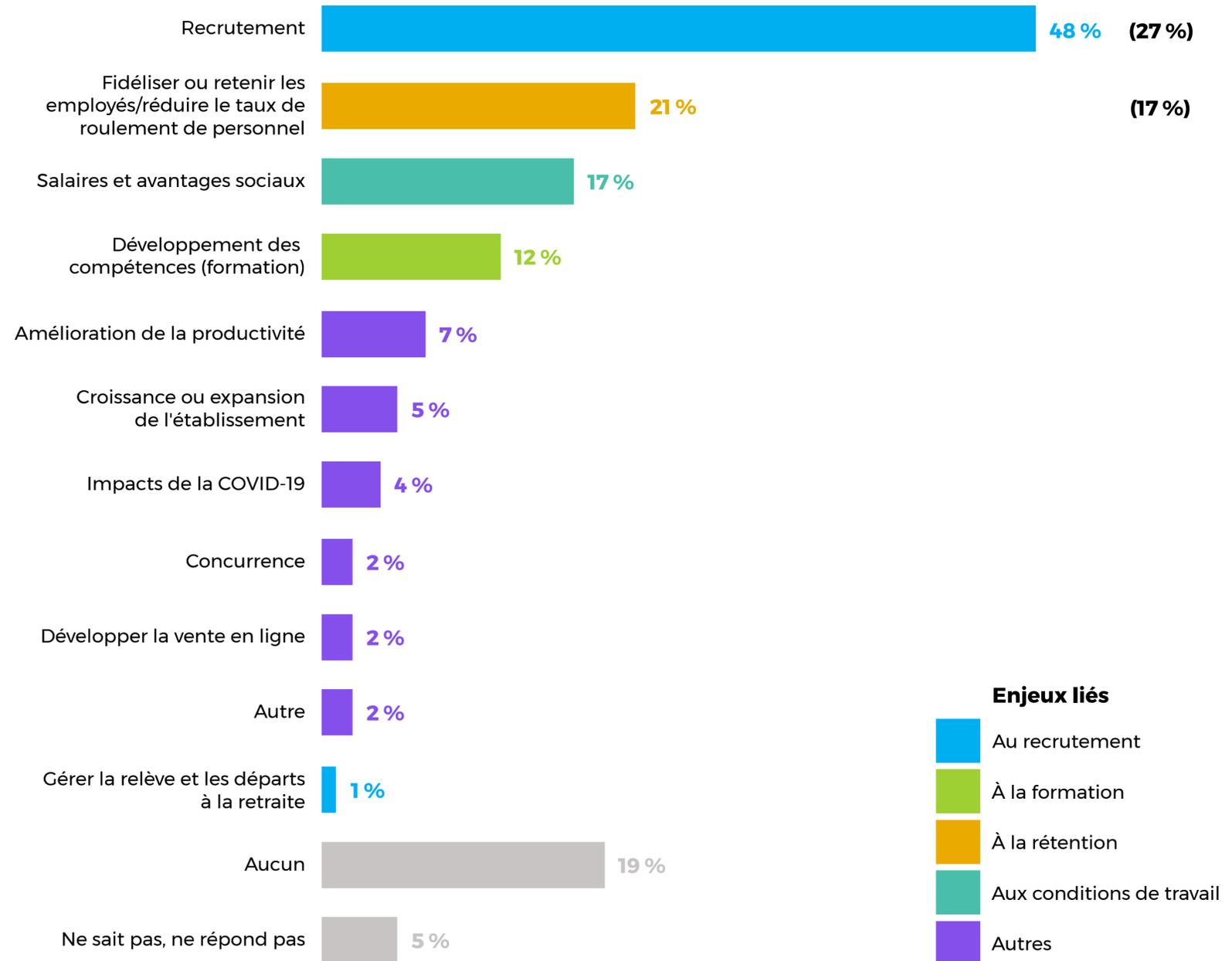
## LES PRIORITÉS VONT AU RECRUTEMENT ET À LA RÉTENTION

Comme c'était le cas en début d'année, le recrutement et la rétention sont vus comme les principaux enjeux de main-d'œuvre pour les trois prochaines années. Toutefois, à la lumière du grand nombre de postes vacants à l'heure actuelle, l'enjeu de recrutement est encore plus aigu.

### QC3AT. Au cours des 3 prochaines années, quels sont les principaux défis liés à la main-d'œuvre auxquels votre commerce devra faire face?(groupe des 10 mentions possibles)

(Base: tous, n: 504)

(Résultats du Diagnostic sectoriel)



**Note:** Tous les choix de réponses n'étaient pas lu aux répondants.



## CERTAINS DÉPARTS POURRAIENT ÊTRE ÉVITÉS

Sur une note positive, **82%** des employés affirment vouloir rester à l'emploi de leur employeur actuel après la crise sanitaire. Ce constat est d'autant plus vrai chez les employés qui sont demeurés à l'emploi de leur employeur de manière ininterrompue pendant la pandémie.

Le contexte de pandémie pourrait avoir incité certains travailleurs à remettre en question leur choix professionnel.

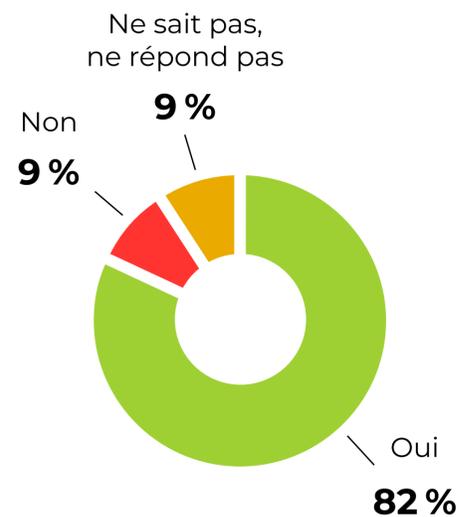
Le changement de carrière ainsi que le salaire et les conditions de travail sont parmi les principaux motifs avoués de départ.

## DES GESTES SIMPLES PEUVENT ENCOURAGER LA RÉTENTION DU PERSONNEL

Bien que l'employeur ait peu de contrôle sur le désir de changement de carrière des employés, l'écoute et la communication constituent de bonnes avenues pour favoriser la rétention.

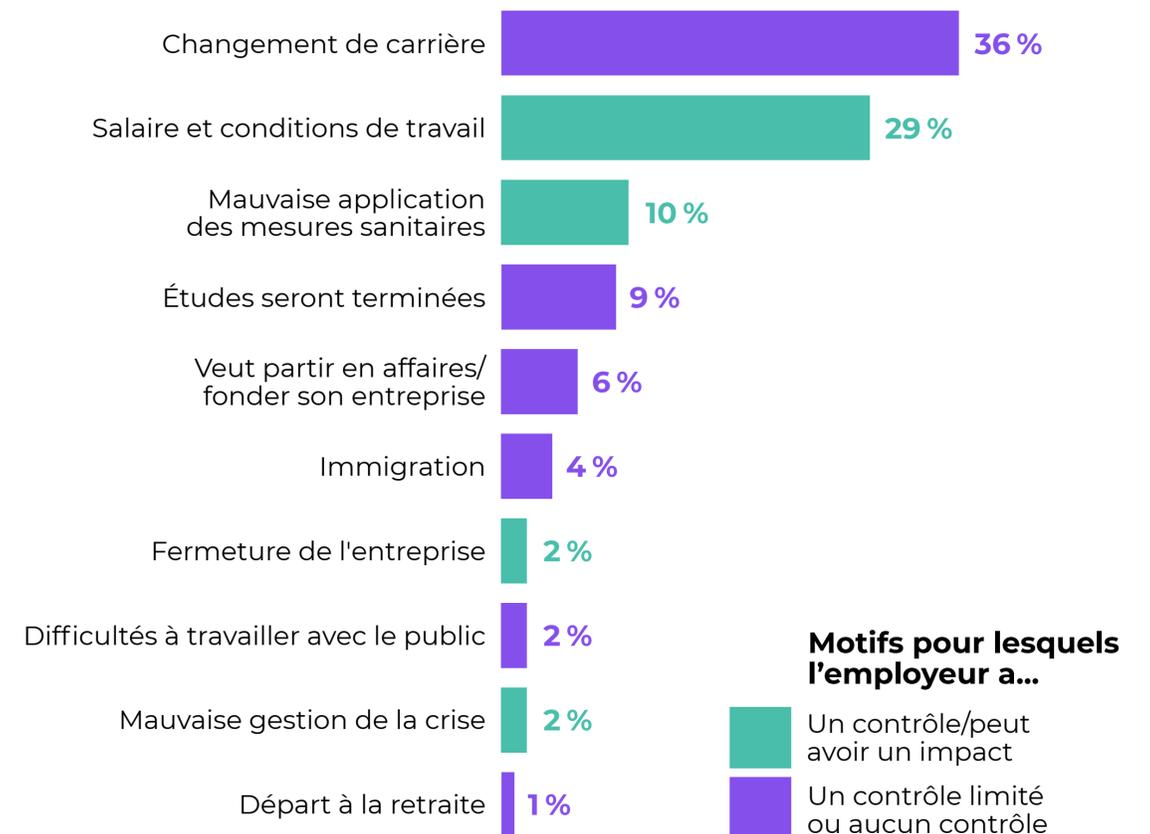
### Q13. Lors d'un retour à la normale (post COVID-19), pensez-vous ou souhaitez-vous rester à l'emploi de votre employeur actuel ?

(Base: ceux qui ont répondu « oui » à la Q8R, n: 389, soit ceux qui travaillent présentement)



### Q14. Pour quelle principale raison pensez-vous ou souhaitez-vous ne plus être à l'emploi de votre employeur actuel ?

(Base: ceux ayant répondu « non » à la Q13, n: 27, ceux qui ne souhaitent plus être à l'emploi de leur employeur actuel)



## LES PRIORITÉS GRAVITENT AUTOUR DE L'EXPÉRIENCE CLIENT, DES VENTES ET DU NUMÉRIQUE

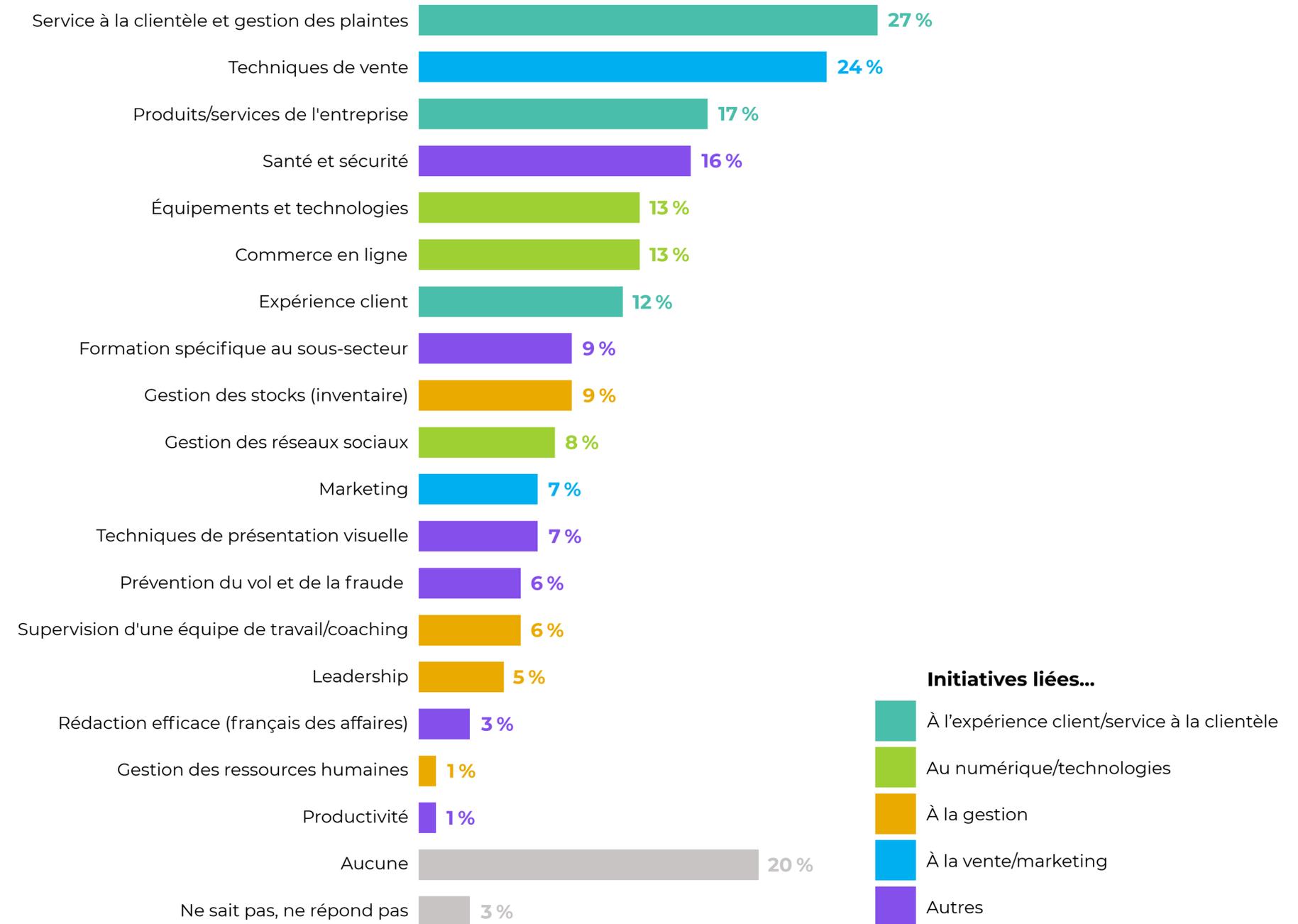
Dans un contexte de vive concurrence, les employeurs prévoient accorder leurs priorités de formation à des thèmes « payants » comme le service à la clientèle, les techniques de vente et la connaissance des produits et des services de l'entreprise. Tous ces aspects sont intimement liés à l'expérience client et au chiffre d'affaires.

La maîtrise du numérique (dans le contexte de la progression du commerce en ligne) et des technologies sera également au menu en matière de formation.



### QC4AT. Au cours des 3 prochaines années, quelles sont les principales formations (thèmes ou sujets) que vous souhaiteriez offrir à vos employés? (groupe des 20 mentions possibles)

(Base: tous, n: 504)



# 4 ENJEUX SUR L'HORIZON 2021-2023

## MODE DE FORMATION

### FORMATION SUR LE LIEU DE TRAVAIL D'ABORD

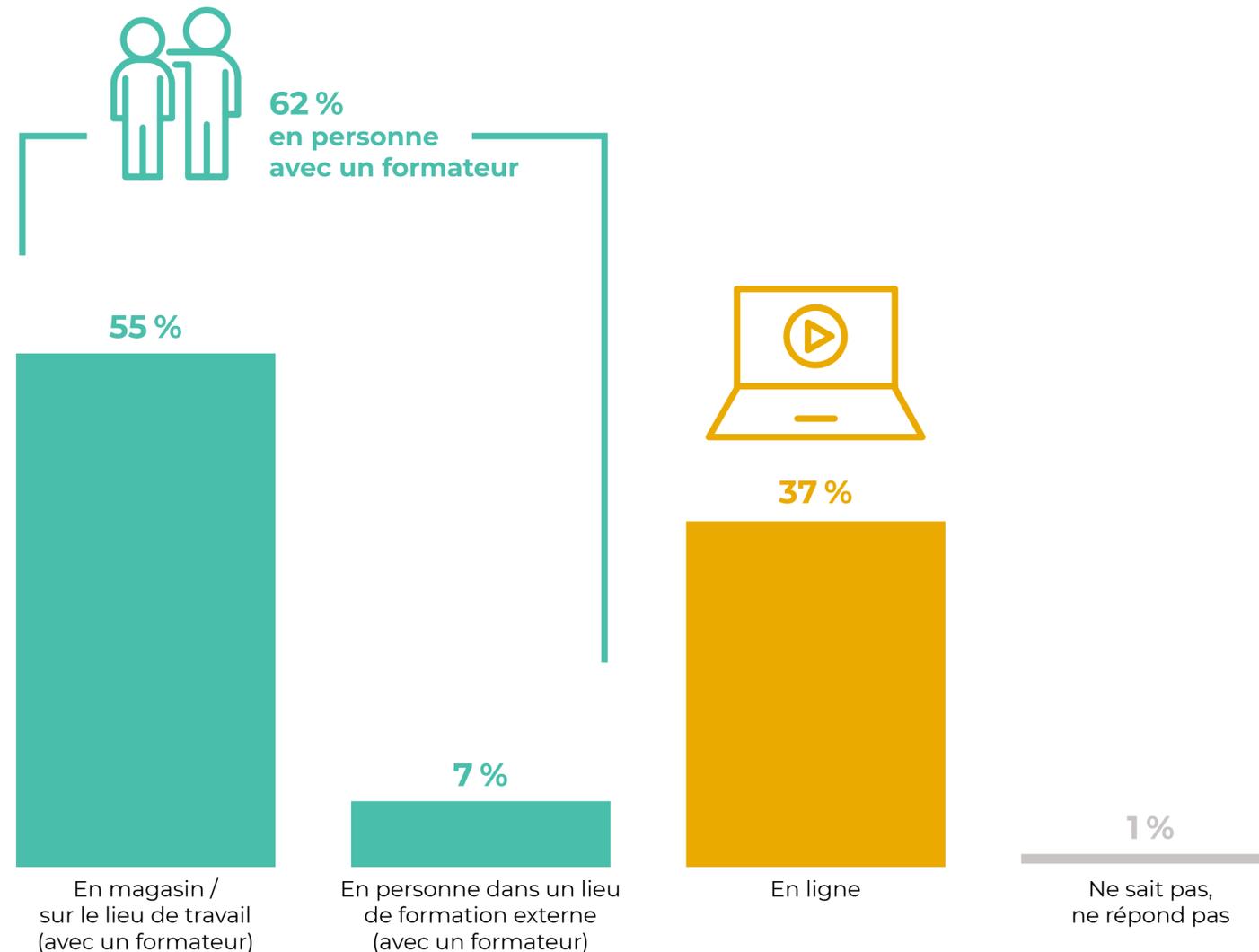
Probablement parce que la majorité du personnel passe la plus grande partie de son temps en magasin (où l'on peut voir de près la gamme de produits et les diverses situations avec les clients), les employeurs estiment que la formation sur le lieu de travail sera la plus utile pour les employés au cours des trois prochaines années.

Les sous-secteurs de l'électronique (**66%**) et des fournitures et matériaux de construction (**58%**) prévoient quant à eux miser davantage sur la formation en ligne.

La formation en ligne a d'ailleurs gagné en popularité depuis le début de la pandémie (**37%** contre **21%** à l'hiver 2020).

QC5. Au cours des 3 prochaines années, quel mode de formation sera le plus utile pour vos employés? Est-ce...?

(Base: tous, n: 504)

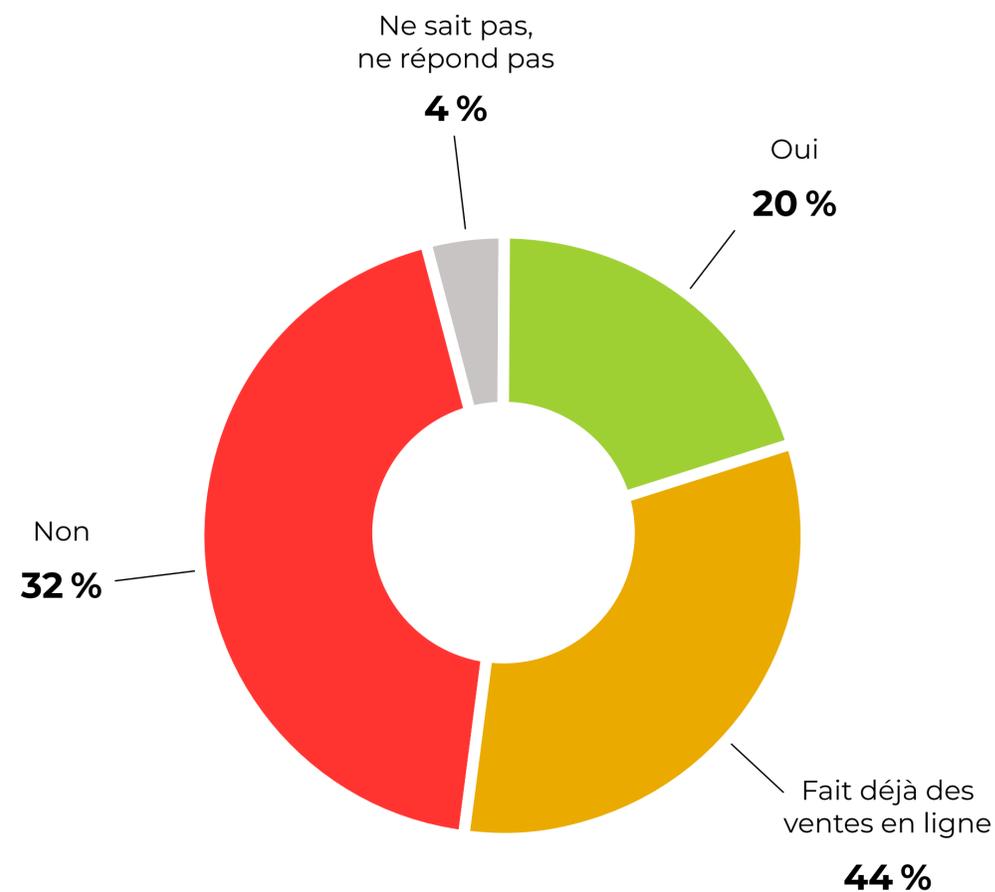


### LE COMMERCE EN LIGNE DE PLUS EN PLUS ADOPTÉ

Si plus de la moitié des détaillants (**52%**) possèdent désormais un site transactionnel et que **44%** font déjà des ventes en ligne, il semble réaliste de croire que d'ici les trois prochaines années, près des deux tiers (**64%**) des détaillants feront des ventes en ligne.

**QD9. Au cours des 3 prochaines années, est-ce que votre établissement (ou l'entreprise) prévoit effectuer des ventes en ligne ?**

(Base: tous, n: 504)



# PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES À MOYEN TERME (2021-2022)

## PERSPECTIVES D'EMPLOI DÉFAVORABLES

À la lumière du présent rapport, la rareté de main-d'œuvre demeure un phénomène bien présent dans le commerce de détail. À moyen terme, le secteur pourrait néanmoins faire face à un surplus de main-d'œuvre (demande < offre). Plusieurs facteurs, tels que le ralentissement économique, pourraient mener à une forte diminution des ventes au détail. Par conséquent, le niveau d'emploi serait moindre que celui de 2019.

## AUGMENTATION DES COÛTS D'APPROVISIONNEMENT ET D'EXPLOITATION

Après le confinement généralisé, les détaillants ont dû défrayer des coûts importants pour mettre en place les mesures sanitaires dans leurs établissements. Le ralentissement de la production et la faiblesse du dollar canadien n'aidaient pas à réduire les frais. L'augmentation des coûts d'approvisionnement et d'exploitation pourrait se maintenir, menant certains commerces à devoir fermer boutique de manière définitive. Certes, les mesures d'aide gouvernementale auront été bénéfiques pour plusieurs entreprises pendant la crise. Celles-ci devront toutefois procéder à des changements pour maintenir leur rentabilité.

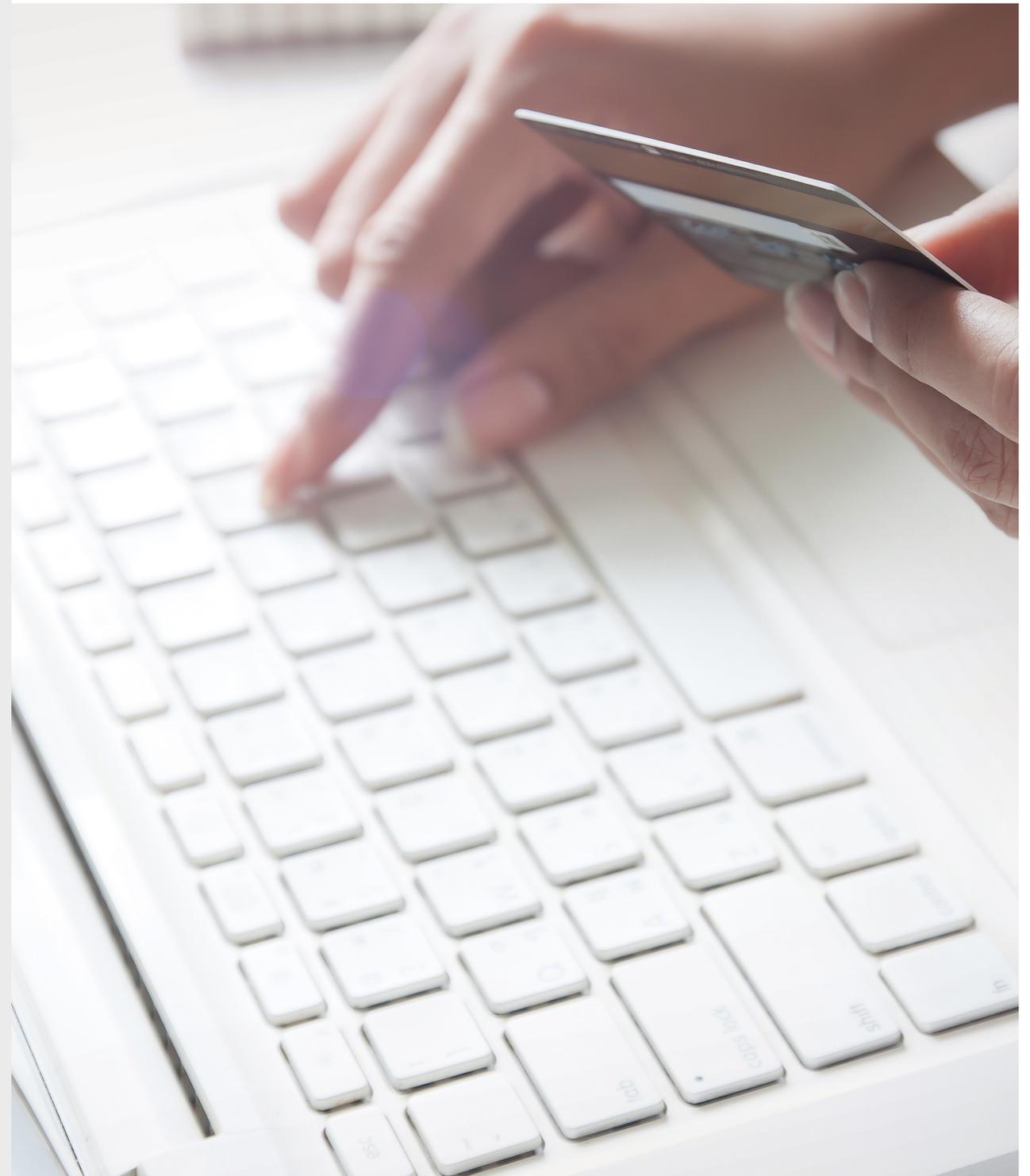
## CHANGEMENT DES HABITUDES DE CONSOMMATION

Le commerce électronique s'est vu propulser pendant la pandémie. Les habitudes de consommation ont été amenées à se transformer en ce sens. Ces nouvelles habitudes pourraient rester après la pandémie, car elles facilitent le processus d'achat des consommateurs. Les commerçants québécois devront toutefois être au rendez-vous pour ne pas que les consommateurs se tournent vers les géants du Web, comme Amazon.

Par ailleurs, le télétravail modifie tranquillement les habitudes des consommateurs qui ont par conséquent des besoins plus limités en ce qui a trait aux vêtements et aux accessoires. Si cela se poursuit, les ventes de ces sous-secteurs pourraient subir des impacts négatifs à plus long terme.

**Source:** Direction de l'Analyse du marché du travail. (Septembre 2020). Les impacts économiques de la COVID-19 au Québec. Analyse sectorielle : commerce de détail (SCIAN 44 et 45). [http://www.edsc-esdc.gc.ca/img/edsc-esdc/jobbank/SectoralProfiles/QC/SP-QcC19Naics44-45\\_fr.pdf](http://www.edsc-esdc.gc.ca/img/edsc-esdc/jobbank/SectoralProfiles/QC/SP-QcC19Naics44-45_fr.pdf)

**Note:** Ces analyses se basent sur de l'information disponible au 15 septembre 2020. Les perspectives pourraient se voir modifiées selon l'évolution de la situation (p. ex., nouvelles mesures gouvernementales, nouveau confinement généralisé, etc.).



# ANNEXE 1



## MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE

Pour consulter l'annexe, contactez-nous  
à [info@detailquebec.com](mailto:info@detailquebec.com).

# ANNEXE 2

## QUESTIONNAIRES (SOUS PLI SÉPARÉ)

Pour consulter l'annexe, contactez-nous  
à [info@detailquebec.com](mailto:info@detailquebec.com).

# ANNEXE 3

**TABLEAUX  
STATISTIQUES  
DÉTAILLÉS  
(SOUS PLI SÉPARÉ)**

Pour consulter l'annexe, contactez-nous  
à [info@detailquebec.com](mailto:info@detailquebec.com).

