

DIAGNOSTIC SECTORIEL

DE LA MAIN-D'ŒUVRE
DU COMMERCE DE
L'ALIMENTATION 2020-2023

Impacts de la
covid-19 sur les
détaillants

csmoca.org



som

Avec l'aide financière de :

Québec 

- 05** /Contexte, objectifs et méthodologie sommaire
- 10** /Faits saillants
- 12** /Chapitre 1 : Indicateurs économiques et de marché
- 26** /Chapitre 2 : Caractéristiques des établissements
- 38** /Chapitre 3 : Commerce électronique, innovation et virage numérique
- 46** /Chapitre 4 : Répartition et évolution de la main-d'œuvre
- 50** /Chapitre 5 : Profil de la main-d'œuvre et conditions de travail
- 57** /Chapitre 6 : Recrutement et rétention
- 64** /Chapitre 7 : Formation de la main-d'œuvre
- 69** /Chapitre 8 : À propos du CSMOCA
- 74** /Chapitre 9 : Projections et analyse prospective
- 84** /Recommandations
- 89** /Chapitre 10 : Impacts de la covid-19 sur les détaillants

ANNEXE 1

Liste des entreprises participantes aux entrevues individuelles

ANNEXE 2

Méthodologie détaillée

LISTE DES TABLEAUX

1. Sous-secteurs desservis par le CSMOCA	09	15. Évolution du nombre d'emplois dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2015 à 2019	48
2. Indicateurs économiques canadiens, TCAM 2014-2019	13	16. Répartition régionale des emplois dans le commerce de l'alimentation selon la population au Québec, 2017	49
3. Indicateurs économiques du Québec, 2014-2019	14	17. Répartition des personnes en emploi selon le sexe ¹	51
4. Principaux indicateurs de la contribution du commerce de l'alimentation à l'économie Québécoise	15	18. Répartition des personnes en emploi selon l'âge	52
5. Principales tendances observées au Canada	24	19. Répartition des personnes en emploi selon le plus haut diplôme obtenu	53
6. Variation du nombre de détaillants de 2016 à 2019	28	20. Salaire moyen au Canada (2019)	54
7. Variation du nombre des grossistes de 2016 à 2019	28	21. Répartition du revenu médian et moyen au Québec (2015) ³	54
8. Nombre de détaillants en alimentation au Québec (avec et sans employé)	29	22. Répartition des personnes en emploi durant toute l'année selon le statut d'emploi	55
9. Nombre d'établissements (avec employés) de détaillants par catégorie d'effectif au Québec, 2019	30	23. Niveau de difficulté de recrutement pour les embauches prévues dans le secteur	59
10. Nombre de grossistes en alimentation au Québec (avec et sans employé)	31	24. Évolution du nombre de diplômés des programmes de formation liés au commerce de l'alimentation ¹	65
11. Nombre d'établissements (avec employés) de grossistes par catégorie d'effectif au Québec, 2019	32	25. Statistiques sur l'insertion professionnelle des DEP et DEC liés au commerce de l'alimentation	66
12. Proportion d'établissements situés au Québec par rapport au Canada	33	26. Thèmes de formation selon les postes pour lesquels des besoins sont identifiés	68
13. Répartition régionale des établissements du commerce de l'alimentation selon la population au Québec, 2018	34		
14. Évolution du nombre d'employés au Canada, TCAM (2014-2019)	47		

LISTE DES FIGURES



1. Évolution de la part des emplois du commerce de l'alimentation dans l'économie au Québec, 2015-2019	16	24. Création de nouveaux postes au sein de l'établissement en lien avec l'offre d'un service de vente en ligne	44
2. Ventes du secteur du détail de l'alimentation, Québec et Canada, 2019	17	25. Responsable du service de ventes en ligne	44
3. Évolution des ventes du secteur de détail de l'alimentation, Québec et Canada (base 100 = 2010)	17	26. Établissements qui offriront au cours des trois prochaines années un service de ventes en ligne parmi ceux qui ne le font pas déjà	45
4. Taux de croissance annuel moyen des ventes au détail au Québec, 2015-2019	18	27. Évolution du salaire hebdomadaire en dollar courant dans le commerce de l'alimentation au Québec, 2015 à 2019	56
5. Ventes du secteur de gros de l'alimentation, Québec et Canada, 2019	19	28. Évolution du taux horaire en dollar courant du secteur du détail de l'alimentation, 2015 à 2019	56
6. Évolution des ventes du secteur de gros de l'alimentation, Québec et Canada (base 100 = 2010)	19	29. Principaux postes pour lesquels des embauches sont prévues au cours des 3 prochaines années	58
7. Taux de croissance annuel moyen des ventes au gros au Québec, 2015-2019	20	30. Proportion des embauches prévues pour lesquelles au moins un poste sera difficile à combler	59
8. Part de marché des principaux distributeurs alimentaires en matière de ventes de produits d'épicerie au Québec, 2016 ¹	21	31. Principales raisons des difficultés de recrutement pour les éventuelles embauches	60
9. Part de marché des principaux distributeurs alimentaires en matière de ventes de produits d'épicerie au Canada, 2016	21	32. Taux de roulement (12 derniers mois)	61
10. Catégories d'aliments biologiques achetés régulièrement par les Canadiens, 2019	22	33. Principales raisons pour lesquelles les employés quittent l'entreprise de façon permanente	62
11. Inclusion d'aliments biologiques dans l'alimentation des Canadiens, par sexe et âge, 2019	22	34. Postes qui auront des besoins de formation au cours des 3 prochaines années	67
12. Répartition des détaillants en alimentation au Québec, 2019	27	35. Établissements qui ont déjà entendu parler du CSMOCA	70
13. Répartition des grossistes en alimentation au Québec, 2019	27	36. Notoriété des outils parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA	70
14. Répartition de la diminution nette des établissements du secteur au Québec de 2016 à 2019	28	37. Établissements qui ont déjà entendu parler du CSMOCA	70
15. Affiliation des établissements	35	38. Utilisation des outils et/ou formations en ligne parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA	71
16. Répartition des types de commerce	35	39. Consultation du site web parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA	71
17. Présence d'une direction ou d'un service des ressources humaines dans l'entreprise	36	40. Évolution de la population et des ménages, Québec (en millions de \$)	75
18. Proportion des établissements qui compte un syndicat	37	41. Taux de croissance de la population et des ménages, Québec	75
19. Établissement ou bannière possède un site web	40	42. Variation de la population par région administrative entre 2021 et 2026	76
20. Possibilité de passer des commandes en ligne	40	43. Évolution du personnel au cours des trois prochaines années	77
21. Création de nouveaux postes au sein de l'établissement en lien avec l'offre d'un service de vente en ligne	42	44. Prévisions du chiffre d'affaires et de la rentabilité	78
22. Postes créés afin d'offrir un service de vente en ligne	42	45. Indice de performance financière	79
23. Principales tâches des postes créés afin d'offrir un service de vente en ligne	43	46. Défis de main-d'œuvre au cours des trois prochaines années	80

CONTEXTE

Le comité sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) souhaite réaliser une mise à jour du diagnostic sectoriel du commerce de l'alimentation de 2015

OBJECTIFS

Les principaux objectifs de la présente démarche sont de :

1. Présenter les indicateurs économiques et de marché ayant un impact sur le secteur;
2. Dresser un portrait des établissements et de la main-d'œuvre par sous-secteur;
3. Identifier et mesurer l'ampleur des enjeux de main-d'œuvre dans le secteur (rétention, recrutement, formation, etc.);
4. Évaluer le déploiement du commerce électronique au sein du secteur;
5. Évaluer dans quelle mesure le CSMOCA est connu et ses services utilisés;
6. Identifier les tendances et les perspectives d'avenir du secteur alimentaire



MÉTHODOLOGIE SOMMAIRE



STATISTIQUES PUBLIQUES

- CEFRIO
- Emploi Québec
- IBISWORLD
- Institut de la statistique du Québec
- MAPAQ
- Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur (MÉES)
- Statista
- Statistique Canada



SONDAGE TÉLÉPHONIQUE AUPRÈS DES EMPLOYEURS

Nombre d'entrevues complétées : 752



ENTREVUES INDIVIDUELLES EN PROFONDEUR AUPRÈS DES EMPLOYEURS ET SYNDICATS

Nombre d'entrevues complétées : 22



POPULATION CIBLE Établissements québécois dont le secteur d'activité principal fait partie d'un des quatre sous-secteurs suivants :

- 4451 Épiceries
- 4452 Magasins d'alimentation spécialisés
- 4131 Grossistes-marchands de produits alimentaires
- 41321 Grossistes-marchands de boissons non alcoolisées



ÉCHANTILLONNAGE 752 répondants répartis dans les sous-secteurs suivants :

Sous-secteur	Taille de l'échantillon (n)
Magasins d'alimentation généraux (inclut les dépanneurs)	387
Magasins d'alimentation spécialisés	179
Grossistes en alimentation	159
Grossistes en boissons non alcoolisées	27
Total	752



COLLECTE Sondage téléphonique réalisé du 12 septembre au 4 novembre 2019.
Taux de réponse : 30 %

PONDÉRATION Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction du sous-secteur et de la taille des établissements.



MARGE D'ERREUR La marge d'erreur maximale pour l'ensemble des répondants est de 3,8 % (au niveau de confiance de 95 %). Elle augmente toutefois pour les sous-groupes de l'échantillon.



MÉTHODE DE COLLECTE DES DONNÉES

22 entrevues individuelles en profondeur ont eu lieu auprès de propriétaires ou gestionnaires qui représentaient soit une épicerie (10), un commerce de proximité (2), un magasin spécialisé (3), un grossiste ou distributeur (2), une association (3) du secteur ou un syndicat (2).



RECRUTEMENT DES PARTICIPANTS

Le recrutement des participants était sous la responsabilité de SOM à partir d'une liste fournie par le CSMOCA. La liste des entreprises et organisations participantes est présentée en annexe.



DÉROULEMENT DES ENTREVUES

Les entrevues ont été réalisées à l'aide d'un guide d'entrevue adapté à l'interlocuteur. Les entrevues ont eu lieu en deux phases :

- Phase 1 : 21 octobre au 13 novembre 2019
- Phase 2 : 27 novembre 2019 au 17 janvier 2020.



LIMITES DES ENTREVUES EN PROFONDEUR

Les entrevues individuelles visent à approfondir et expliquer certaines données de la recherche de données secondaires et des résultats du sondage téléphonique.

NOTE

Les participants aux entrevues individuelles en profondeur seront nommés « intervenants du marché » dans ce rapport.

PICTOGRAMMES UTILISÉS DANS LE RAPPORT



Données concernant les magasins en alimentation
(Épiceries, magasins spécialisés et commerces de proximité)



Données concernant les grossistes en alimentation



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



Données pour l'ensemble du Canada, incluant le Québec



Sondage téléphonique auprès des employeurs (n : 752)



Entrevues individuelles en profondeur (n : 22)



Verbatim des participants aux entrevues en profondeur



STRUCTURE DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

STRUCTURE DU SECTEUR

Le tableau ci-dessous présente la structure générale du secteur ainsi que les sous-secteurs desservis par le Comité sectoriel de la main-d'œuvre du commerce de l'alimentation.

Tableau 1. Sous-secteurs desservis par le CSMOCA¹

Code SCIAN	Sous-secteur	Précisions pour certains sous-secteurs
44511	Supermarché et autres épiceriers (sauf les dépanneurs)	
44512	Dépanneurs (à l'exception de ceux offrant une station-service)	
44521	Boucheries	
44522	Poissonneries	
44523	Marchés de fruits et de légumes	
445291	Boulangeries-pâtisseries	
445292	Confiseries et magasins de noix	
445299	Tous les autres magasins d'alimentation spécialisés	Établissements qui ne figurent dans aucun autre sous-secteur et dont l'activité principale consiste à vendre au détail des spécialités alimentaires. Exemples de commerce de détail : aliments de régime, boissons, boissons gazeuses, café, épices et herbes, miel, etc.
41311	Grossistes-marchands de gamme complète d'aliments	
41312	Grossistes-marchands de produits laitiers	
41313	Grossistes-marchands de volailles et d'oeufs	
41314	Grossistes-marchands de poissons et de fruits de mer	
41315	Grossistes-marchands de fruits et légumes frais	
41316	Grossistes-marchands de viandes rouges et de produits de viande	
41319	Grossistes-marchands d'autres gammes spécialisées d'aliments	Établissements qui ne figurent dans aucun autre sous-secteur et dont l'activité principale consiste à vendre au gros des aliments spécialisés, dont des conserves alimentaires et des aliments congelés et emballés. Exemples de commerces de gros : produits de boulangerie, café, confiseries, confitures, aliments santé, etc.
41321	Grossistes-marchands de boissons non alcoolisées	

1. Statistique Canada, Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), Canada 2017 version 1.0.



FAITS
SAILLANTS



FAITS SAILLANTS

TENDANCES SECTORIELLES

1. Les revenus du commerce de détail et de gros au Québec ont connu une croissance soutenue au cours de la période étudiée. La croissance a été plus modeste pour les supermarchés et épicerie à l'échelle canadienne.
2. Grâce à la belle progression du commerce de gros (hausse de plus de 3 000 emplois), le secteur du commerce de l'alimentation dans son ensemble a gagné environ 1 500 emplois au cours de la période (entre 2015 et 2019). De leur côté, les magasins d'alimentation en ont perdu environ 1 500.
3. Les produits biologiques sont en forte demande au pays, particulièrement les fruits et légumes frais. Ce phénomène sera amplifié par l'engouement pour les produits locaux, dans la foulée de la crise de la COVID-19.

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

4. La rémunération dans le secteur demeure beaucoup moins avantageuse que ce que les travailleurs peuvent obtenir dans d'autres secteurs de l'économie. Les employeurs font face d'ailleurs à d'importants enjeux de recrutement
5. Avec un taux de roulement global moyen de 28 %, les employeurs font d'ailleurs face à des défis de taille en matière de rétention. Par ailleurs, on observe un exode sectoriel important, en raison notamment des conditions de travail moins avantageuses.
6. Malgré les tendances alimentaires changeantes des Québécois, les besoins pour la profession de boucher seront considérables au cours des prochaines années et on peut prévoir un déficit de main d'œuvre à ce chapitre.
7. Les postes de caissier, commis au service à la clientèle et boucher seront au cœur des besoins de formation prévus pour les prochaines années dans le secteur. Seulement pour ces postes, près de 20 000 employés seront à former. Dans la majorité des cas, les besoins de formation ont trait à des notions de base liées au métier.
8. Pour les aider à faire face à tous ces défis, à peine le quart des établissements du secteur ont un département ou une direction des ressources humaines au sein de leur établissement.

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

9. Moins du quart des établissements du secteur offrent à leurs clients de passer des commandes en ligne. Bien que ce service a connu un regain de popularité depuis le début de la pandémie (13 % de nouveaux utilisateurs), la majorité des nouveaux utilisateurs de ce service prévoient opter surtout pour l'achat en magasin après la pandémie.

CONTEXTE ACTUEL DE LA COVID-19

10. La crise de la COVID-19 a déjà bouleversé la manière dont les établissements gèrent leur magasin. En effet, diverses mesures d'hygiène et de distanciation sociale ont été mises en place et seront en constante évolution au cours des prochains mois et années. Afin de connaître les défis et besoins des entreprises du secteur depuis le début de la pandémie, le CSMOCA a procédé à un sondage auprès de 150 entreprises. Les résultats sont présentés en page 91.



CHAPITRE 1

Indicateurs
économiques et de
marché



PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES POUR LE CANADA



Tableau 2. Indicateurs économiques canadiens, TCAM 2014-2019¹

SCIAN	Sous-secteur	Revenu	Valeur ajoutée	Masse salariale
44511	Supermarchés et autres épicereries	0,6 %	1,3 %	1,0 %
44529	Boulangeries, pâtisseries, confiseries et autres magasins d'alimentation spécialisée	4,0 %	5,1 %	4,7 %
41311	Grossistes de gamme complète d'aliments	2,9 %	3,1 %	3,4 %
41319	Grossistes d'autres gammes spécialisées d'aliments	2,3 %	2,3 %	3,2 %

PRÉAMBULE

Étant donné que l'industrie alimentaire est largement intégrée à l'échelle canadienne, les indicateurs canadiens peuvent donner des indices révélateurs de la situation de l'industrie au Québec. Nous présentons donc à différents endroits du diagnostic des données sur quatre SCIAN à 5 chiffres qui représentent une part importante de l'industrie.

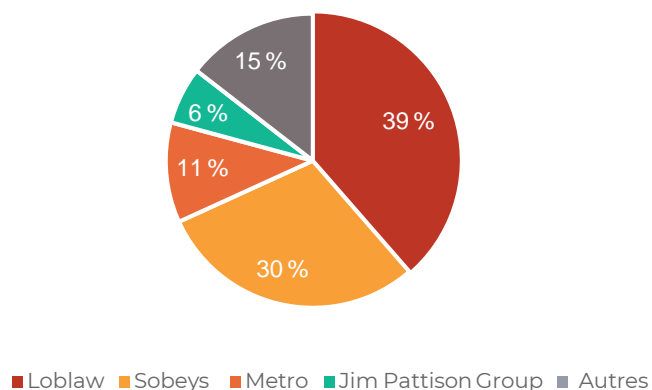
Les supermarchés et autres épicereries (44511), dominées par les trois grands joueurs usuels (voir parts de marché ci-contre), ainsi que les autres magasins d'alimentation spécialisée (44529) représentent 49 % des détaillants du secteur alors que les grossistes de gamme complète et d'autres gammes spécialisées d'aliments représentent 62 % des grossistes du secteur.

Ici, on se concentre sur les taux de croissance annuels moyens (TCAM) de trois indicateurs économiques pour la période 2014-2019.

LES INDICATEURS SONT AU VERT

Du côté des détaillants, alors que les supermarchés ont vu leurs revenus, la valeur ajoutée et la masse salariale progresser de manière timide, la progression a été beaucoup plus importante du côté des autres magasins d'alimentation spécialisée (4 % ou plus). Les grossistes offrant une gamme complète d'aliments ainsi que ceux offrant d'autres gammes spécialisées d'aliments ont vu eux aussi leurs indicateurs progresser de manière substantielle.

Parts de marché Canada (2019)
SCIAN 44511



1. Rapports d'industrie d'IBIS World, basé sur les données de Statistique Canada.



Tableau 3. Indicateurs économiques du Québec, 2014-2019¹

	Milliards de dollars sauf si autre mention	2014	2019	TCAM
1	Rémunération des salariés	198,7	243,4	4,1 %
2	Revenu disponible des ménages	216,7	264,6	4,1 %
3	Dépenses de consommation des ménages*	216,1	240,9	2,2 %
4	Ventes au détail	109,6	131,7	3,7 %
5	Mises en chantier (unités)	38 810	47 967	4,3 %
6	Rémunération hebdomadaire moyenne (\$)	850 \$	965 \$	2,6 %
7	Emplois (milliers)	4 059,7	4 339,9	1,3 %
8	Taux d'emploi (%)	59,7 %	61,5 %	0,6 %
9	Emploi à temps plein (%)	79,9 %	81,1 %	0,3 %
10	Taux de change avec dollar américain	90,54	75,36	-3,6 %
	Indice des prix à la consommation (2002=100)	123,4	131,7	1,3 %

* En dollars enchaînés 2012, ce qui élimine toute variation due à l'inflation.

DES INDICATEURS EN CROISSANCE

Au cours de la période de 2014 à 2019, l'économie du Québec a ajouté environ 280 000 emplois, tout en augmentant la proportion d'emplois à temps plein. Cette hausse de l'emploi a été accompagnée par une hausse de la rémunération hebdomadaire, du revenu disponible des ménages et des dépenses de consommation.

D'ailleurs, l'ensemble des ventes au détail ont progressé nettement au-delà de l'inflation au cours de la période, atteignant 131,7 milliards de dollars en 2019.

1. Institut de la statistique du Québec, Direction des statistiques économiques [consulté le 3 avril 2020].



CONTRIBUTION DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION À L'ÉCONOMIE



UN SECTEUR GÉNÉRANT ENVIRON 55 MILLIARDS DE DOLLARS ANNUELLEMENT

Le secteur de l'alimentation au Québec génère environ 55 milliards de dollars annuellement, dont plus de la moitié (53 %) est attribuable au commerce de gros, malgré que ce dernier représente moins de 20 % des emplois et moins de 30 % des établissements. La contribution du secteur au PIB du Québec se chiffre à 2 % avec 4% des emplois.

Tableau 4. Principaux indicateurs de la contribution du commerce de l'alimentation à l'économie québécoise

	Secteur du détail de l'alimentation	Secteur de gros de l'alimentation	Secteur du commerce de l'alimentation	
Nombre d'établissements (2019) ¹	9 729	3 523	13 252	
Contribution au PIB du Québec (2017) ²	3 349 M\$	3 664 M\$	7 013 M\$	-----> 2 % du PIB du Québec ³
Nombre d'emplois estimé (2019) ⁶	120 242 emplois	27 983 emplois	148 225 emplois	-----> 4% des emplois du Québec
Revenus d'exploitation (2017)	25 742 M\$ ⁴	29 555 M\$ ⁵	55 297 M\$	
	↓	↓		
	20 % des revenus du commerce de détail	19 % des revenus du commerce de gros		

1. Statistique Canada, Tableaux 33-10-0040-01, 33-10-0082-01, 33-10-0041-01, 33-10-0083-01, 33-10-0034-01, 33-10-0035-01, 33-10-0037-01, 33-10-0038-01, 33-10-0092-01, 33-10-0094-01, 33-10-0105-01, 33-10-0106-01, 33-10-0214-01, 33-10-0215-01, 33-10-0222-01 et 33-10-0223-01 Nombre d'entreprises canadiennes.
2. MAPAQ, Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec, 2018 (données de 2017).
3. Statistique Canada. Tableau 36-10-0402-01 Produit intérieur brut (PIB) aux prix de base, par industries, provinces et territoires (x 1 000).
4. Statistique Canada. Tableau 20-10-0066-01 Enquête annuelle sur le commerce de détail, estimations financières.
5. Statistique Canada. Tableau 20-10-0077-01 Enquête annuelle sur le commerce de gros, estimations financières. Un facteur de correction de 94 % a été appliqué pour les données des grossistes de produits alimentaires, car les données ne permettaient pas d'exclure les grossistes de boissons alcoolisées et les grossistes de cigarettes et de produits de tabac. Ce facteur de correction est établi en fonction de la répartition des établissements du SCIAN 413, soit les grossistes de produits alimentaires.
6. Statistique Canada. Tableau 14-10-0202-01 Emploi selon l'industrie, données annuelles. Note : pour voir l'évolution du nombre d'emplois du secteur.



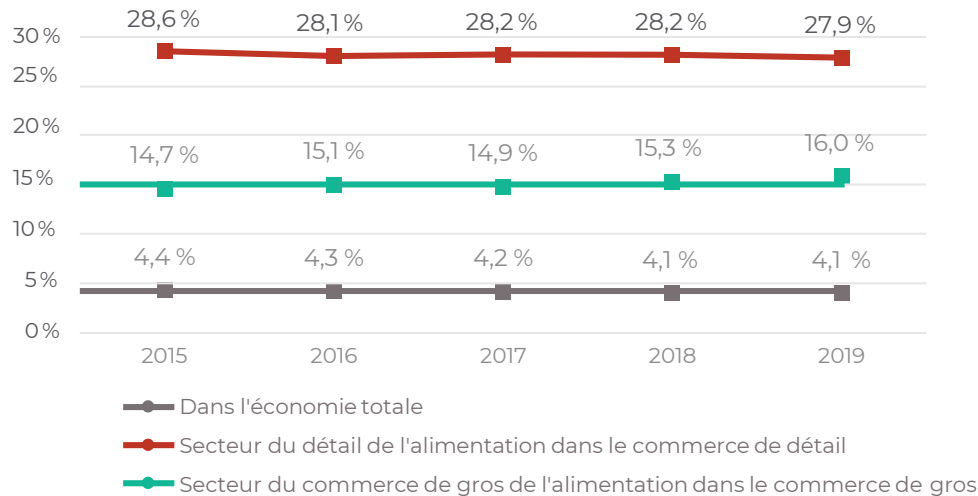
PART DES EMPLOIS DU SECTEUR DANS L'ÉCONOMIE

LE COMMERCE DE GROS PREND DE L'AMPLEUR PENDANT QUE LE COMMERCE DE DÉTAIL RECULE



Entre 2015 et 2019, la part des emplois du commerce de gros dans l'économie du Québec a progressé de plus d'un point de pourcentage, alors que la part des emplois du commerce de détail a reculé de près d'un point de pourcentage. Globalement, la part du commerce alimentaire dans l'économie a légèrement reculé (-0,3 %).

Figure 1. Évolution de la part des emplois du commerce de l'alimentation dans l'économie au Québec, 2015-2019¹



1. Statistique Canada. Tableau 14-10-0202-01 Emploi selon l'industrie, données annuelles. Les données présentées incluent les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] et les magasins de bière, de vin et de spiritueux [4453].



VENTES DU SECTEUR AU DÉTAIL DE L'ALIMENTATION AU QUÉBEC ET AU CANADA



UNE CROISSANCE SOUTENUE DES VENTES AU DÉTAIL

Les ventes du secteur de détail de l'alimentation au Québec ont augmenté annuellement d'environ 5 % entre 2015 et 2019, soit un taux supérieur à celui observé dans l'ensemble du Canada (2,7 %).

D'ailleurs, en 2019, le Québec a généré 25 % des ventes du secteur de détail de l'alimentation au Canada, ce qui est supérieur à sa représentation démographique (22,6 %).

Figure 2. Ventes du secteur du détail de l'alimentation, Québec et Canada, 2019¹

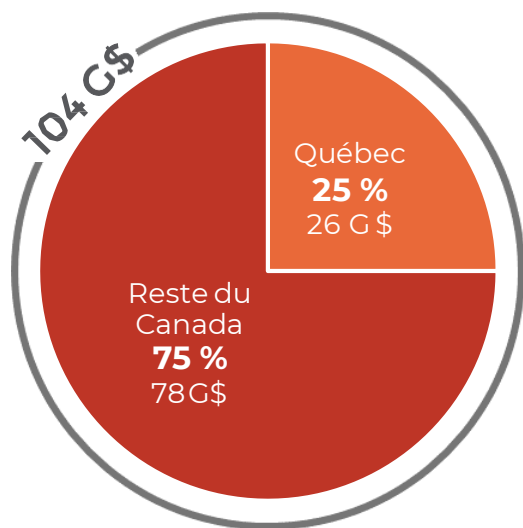
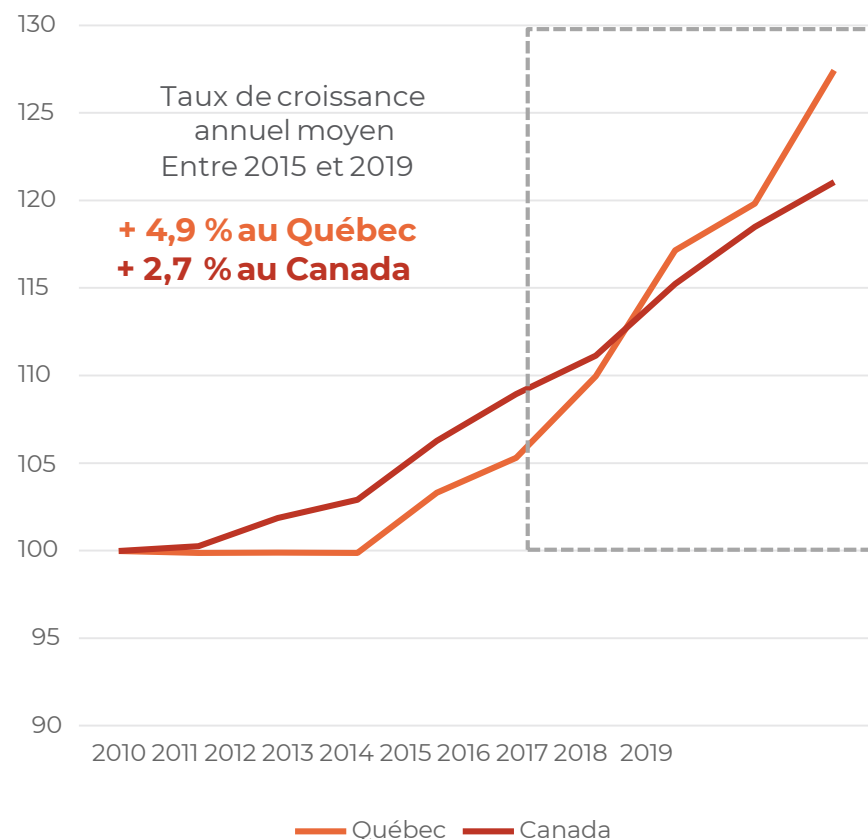


Figure 3. Évolution des ventes du secteur de détail de l'alimentation, Québec et Canada (base 100 = 2010)¹



1. Statistique Canada. Tableau 20-10-0008-01 Ventes de commerce de détail par province et territoire [consulté le 5 mai 2020].



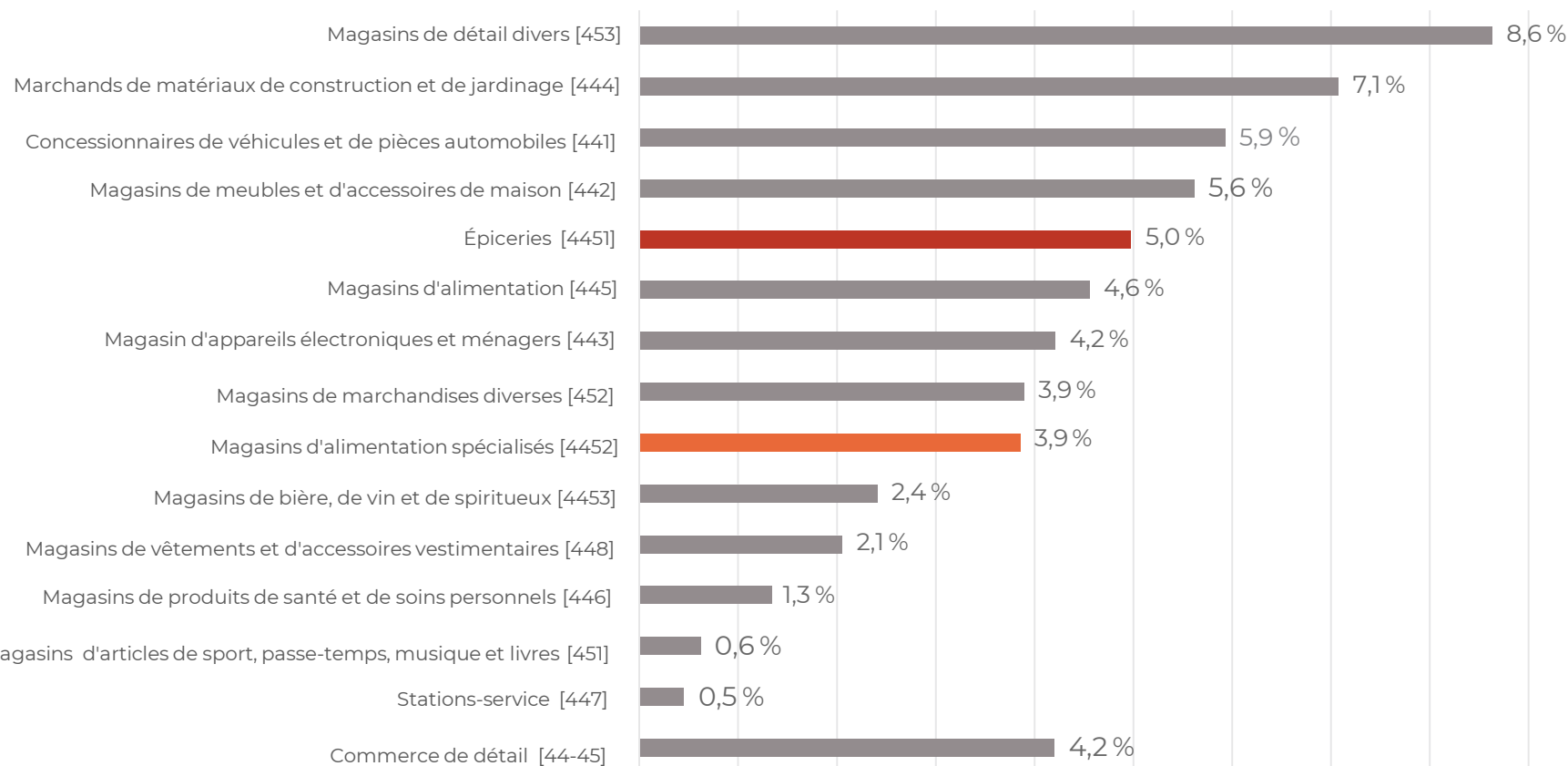
TAUX DE CROISSANCE ANNUEL MOYEN PAR SOUS-SECTEUR DU COMMERCE DE DÉTAIL AU QUÉBEC

LE SECTEUR ALIMENTAIRE PROGRESSE AU MÊME RYTHME QUE LE COMMERCE AU DÉTAIL DANS SON ENSEMBLE

Au cours de la période allant de 2015 à 2019, le secteur alimentaire du détail a progressé environ au même rythme que le commerce de détail dans son ensemble. Les épiceries ont même progressé un peu plus (5,0 % contre 4,2 %).



Figure 4. Taux de croissance annuel moyen des ventes au détail au Québec, 2015-2019¹



1. Statistique Canada, Tableau 20-10-0008-01 Ventes de commerce de détail par province et territoire. [consulté le 5 mai 2020].



VENTES DU SECTEUR DU COMMERCE DE GROS DE L'ALIMENTATION AU QUÉBEC ET AU CANADA



UNE CROISSANCE SOUTENUE DES VENTES AU GROS

Les ventes du secteur du commerce de gros de l'alimentation au Québec ont augmenté annuellement d'environ 4% entre 2015 et 2019, soit un taux supérieur à celui observé dans l'ensemble du Canada (3,2 %).

D'ailleurs, en 2019, le Québec a généré 24 % des ventes du secteur du commerce de gros de l'alimentation au Canada, ce qui est supérieur à sa représentation démographique (22,6 %).

Figure 5. Ventes du secteur de gros de l'alimentation, Québec et Canada, 2019¹

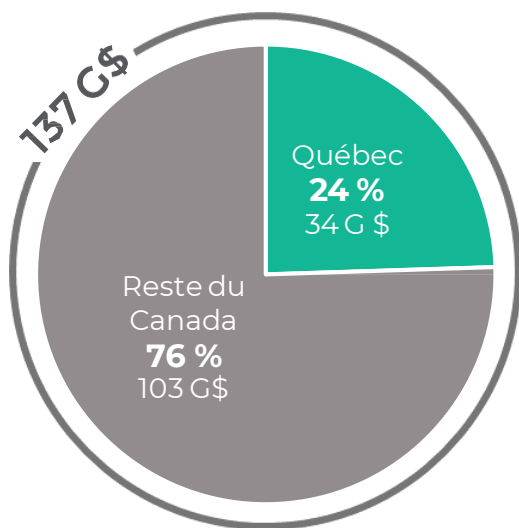
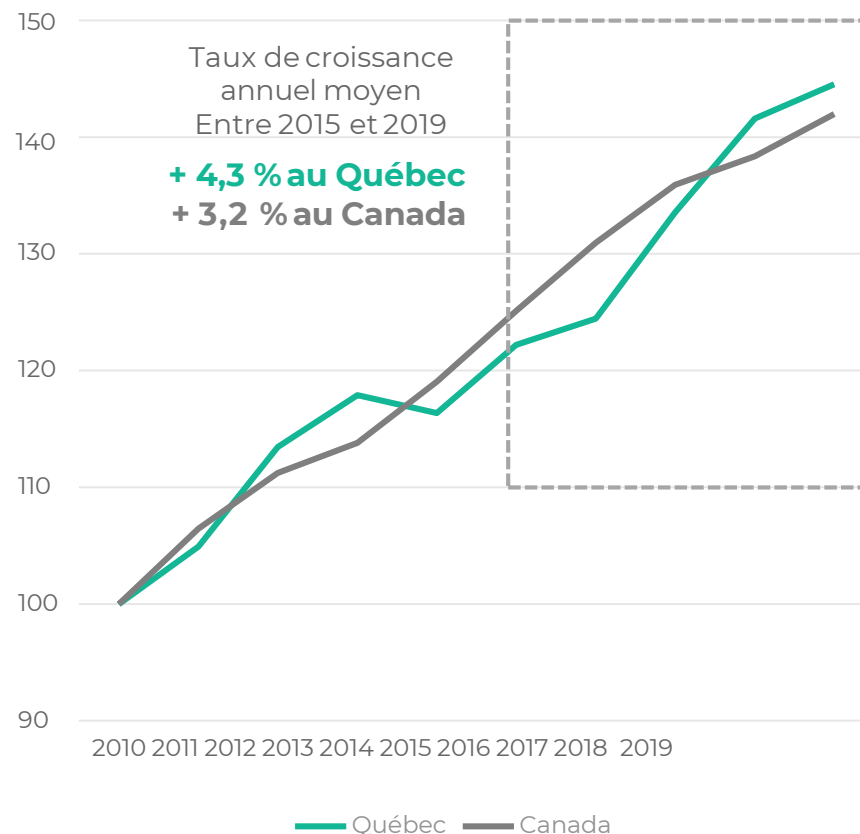


Figure 6. Évolution des ventes du secteur de gros de l'alimentation, Québec et Canada (base 100 = 2010)¹



1. Statistique Canada. Tableau 20-10-0074-01 Commerce de gros, ventes [consulté le 5 mai 2020]. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



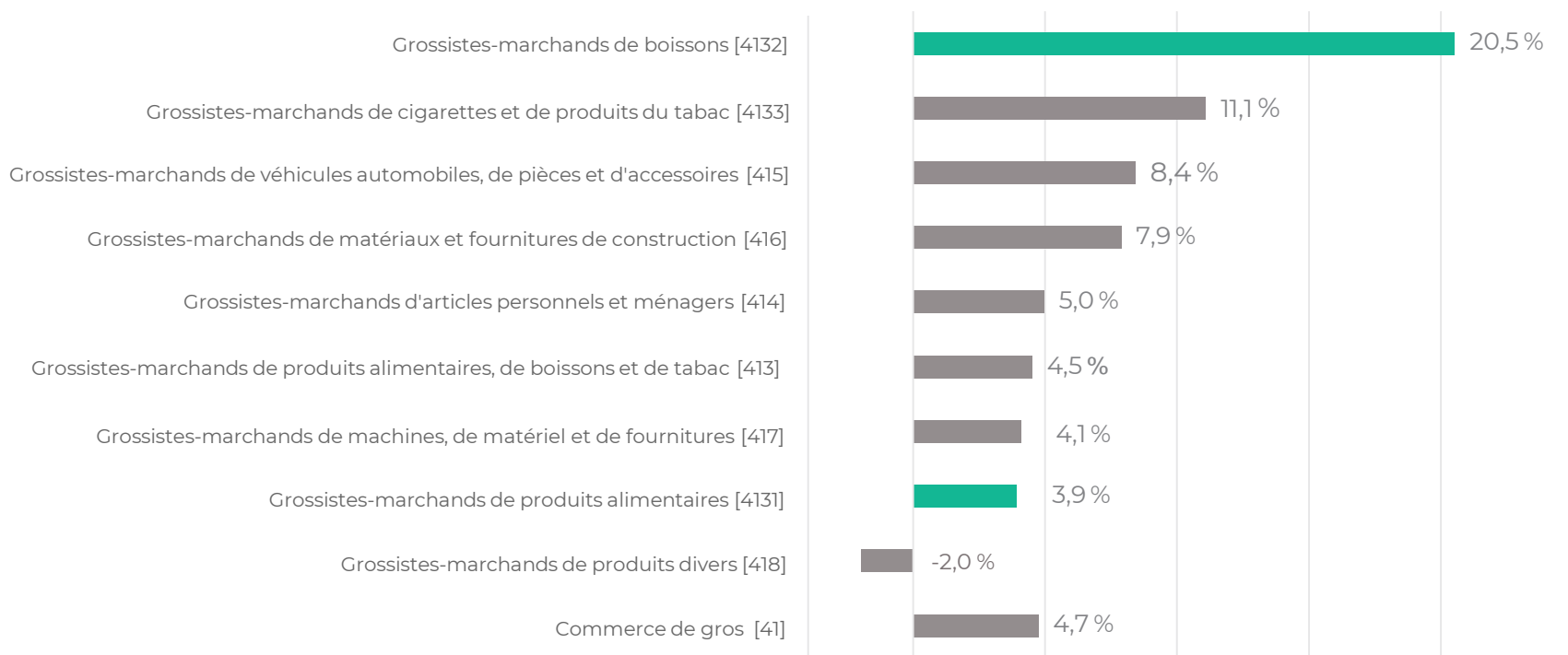
TAUX DE CROISSANCE ANNUEL MOYEN PAR SOUS-SECTEUR DU COMMERCE DE GROS DU QUÉBEC



LE SECTEUR ALIMENTAIRE PROGRESSE UN PEU PLUS LENTEMENT QUE LE COMMERCE DE GROS DANS SON ENSEMBLE

Au cours de la période allant de 2015 à 2019, le secteur alimentaire de gros (SCIAN 4131 uniquement) a progressé un peu plus lentement que le commerce de gros dans son ensemble (3,9 % contre 4,7 %).

Figure 7. Taux de croissance annuel moyen des ventes au gros au Québec, 2015-2019¹



1. Statistique Canada. Tableau 20-10-0074-01 Commerce de gros, ventes [consulté le 5 mai 2020]. Les grossistes-marchands de boissons [4132] incluent les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322].



PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS ALIMENTAIRES



VIVE CONCURRENCE DES AUTRES DISTRIBUTEURS ALIMENTAIRES AU QUÉBEC

Selon les dernières données disponibles, la part de marché des autres distributeurs alimentaires au Québec est plus élevée qu'au Canada dans son ensemble (35 % contre 25 %).

Figure 8. Part de marché des principaux distributeurs alimentaires en matière de ventes de produits d'épicerie au Québec, 2016¹

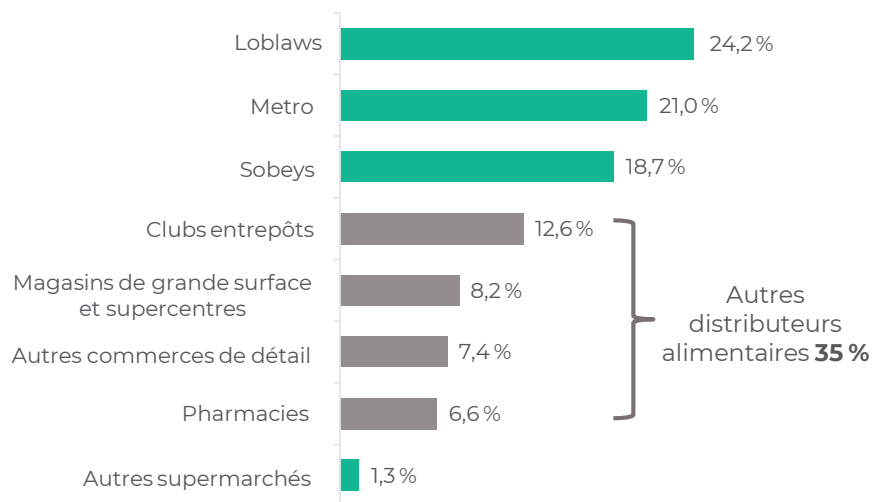
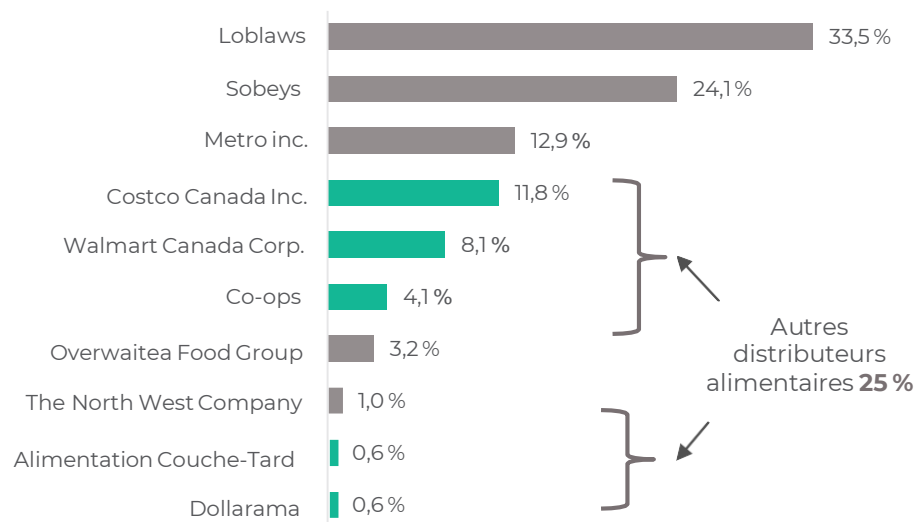


Figure 9. Part de marché des principaux distributeurs alimentaires en matière de ventes de produits d'épicerie au Canada, 2016¹



1. Bottin statistique de l'alimentation, 2017, page 35.

- **Clubs-entrepôts** : Cette catégorie regroupe les magasins Costco et Le Club Entrepôt.

- **Magasins de grande surface et supercentres** : Cette catégorie est constituée essentiellement des magasins de marchandises divers et autres grandes surfaces (ex. : Walmart, Tigre Géant, Canadian Tire, Hart, etc.).

- **Autres commerces de détail** : Cette catégorie inclut les magasins à prix unique (ex. : Dollarama), les magasins spécialisés tels que les boucheries ainsi que les dépanneurs dans les stations-service, etc.

- **Autres supermarchés** : Cette catégorie comprend les supermarchés qui ne s'approvisionnent pas chez l'une ou l'autre des trois chaînes de distribution suivantes : Loblaws, Sobeys inc. et Metro inc. (ex. : Mourelatos).



HABITUDES DE CONSOMMATION D'ALIMENTS BIOLOGIQUES



LES PRODUITS FRAIS DOMINENT



Parmi les catégories d'aliments biologiques fréquemment achetés par les Canadiens, on constate une préférence marquée pour les aliments frais. Plus du tiers des Canadiens affirment acheter sur une base régulière des légumes ou fruits biologiques (respectivement 39 % et 38 %). Les aliments biologiques sont particulièrement recherchés par les femmes, et de manière plus prononcée pour celles âgées de 18 à 34 ans.

Figure 10. Catégories d'aliments biologiques achetés régulièrement par les Canadiens, 2019¹

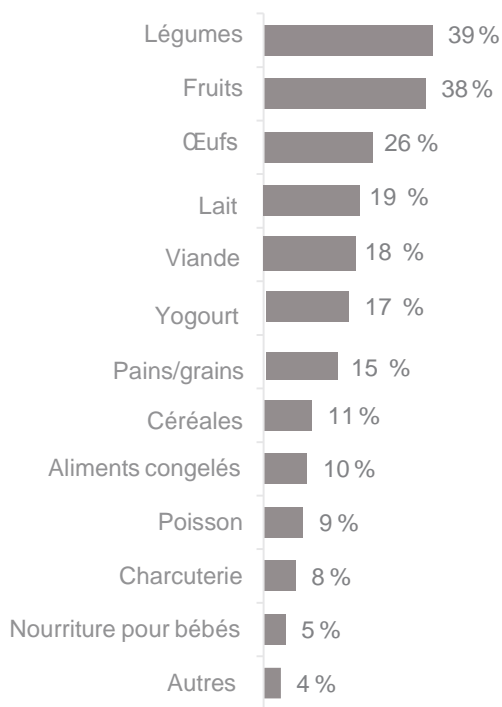
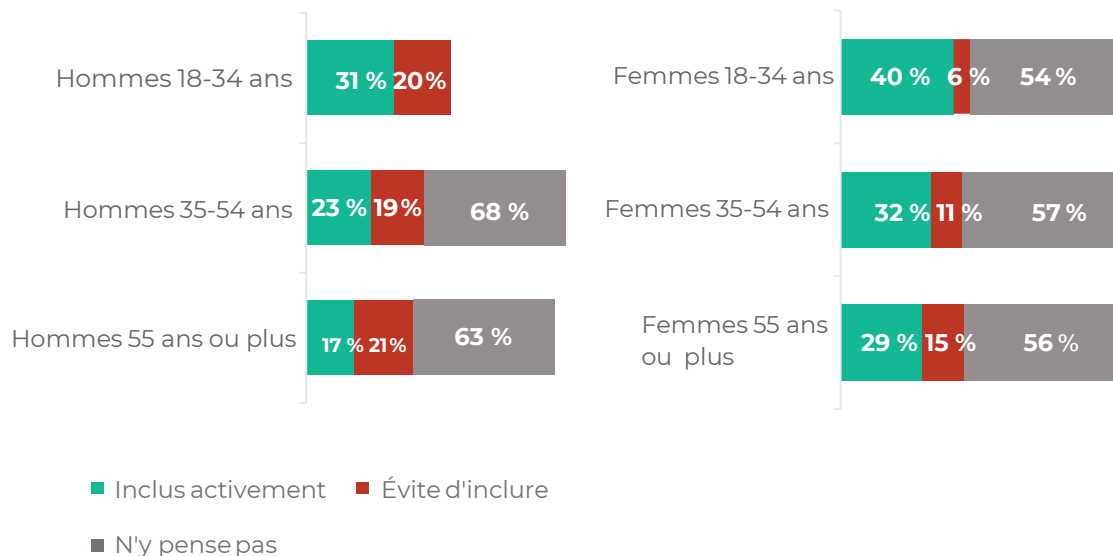


Figure 11. Inclusion d'aliments biologiques dans l'alimentation des Canadiens, par sexe et âge, 2019²



1. Sondage ProdegeMR 2019. In which categories do you purchase organic products regularly? (plusieurs mentions possibles, base : tous les répondants, 14 247) [Récupéré de Statista le 8 avril 2020].
 2. Sondage Angus Reid Institute. 2019. Base : tous les répondants, 1 600. [Récupéré de Statista le 8 avril 2020].



HABITUDES D'ALIMENTATION SAINE

UNE TENDANCE VERS UNE ALIMENTATION PLUS SAINE, BIOLOGIQUE ET LOCALE



Plusieurs intervenants du secteur s'entendent pour dire que les consommateurs se préoccupent davantage de leur santé, en recherchant une alimentation plus saine, biologique et locale. Ils pensent entre autres aux produits locaux, biologiques, aux aliments à valeur ajoutée (sans gras, sucre, gluten et réduits en sel) ainsi qu'aux produits végétariens et végétaliens. Une autre tendance lourde est la recherche d'aliments ou mets représentatifs des diverses communautés culturelles.



« On le voit, les consommateurs s'intéressent de plus en plus à leur alimentation. Ils posent plus de questions et nous demandent des nouveaux produits. On n'a pas le choix de s'adapter. Tous les « sans », comme sans gluten, sans sel, etc., et le bio vont devenir de plus en plus populaire. Les gens veulent faire plus attention à leur santé. »





TENDANCES DU SECTEUR AU CANADA

Tableau 5. Principales tendances observées au Canada¹

SCIAN	Sous-secteur	Principales tendances
44511	Supermarchés et autres épiceries	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vive concurrence sur les prix 2. Popularité croissante des marques privées 3. Consolidation accrue de l'industrie 4. Concurrence des Costco et Walmart 5. Popularité croissance des aliments biologiques à marge plus élevée
44529	Boulangeries, pâtisseries, confiseries et autres magasins d'alimentation spécialisée	<ol style="list-style-type: none"> 1. Croissance alimentée par les aliments biologiques et la nourriture santé 2. Rentabilité en hausse 3. La variété est un facteur critique de succès pour les commerces
41311	Grossistes de gamme complète d'aliments	<ol style="list-style-type: none"> 1. La demande des consommateurs est le principal élément qui alimente la croissance de l'industrie 2. Rentabilité en hausse 3. Améliorations technologiques (meilleure gestion des inventaires)
41319	Grossistes d'autres gammes spécialisées d'aliments	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apparition de versions plus santé de produits congelés 2. Présence importante de très petits commerces

DES TENDANCES AUX DEUX EXTRÊMES

Alors que les commerces se livrent une vive concurrence au chapitre des prix en raison de la sensibilité des consommateurs à cet aspect, encourageant ainsi les détaillants à offrir des marques privées, les produits biologiques à forte valeur ajoutée continuent leur progression.

Dans ce cas particulier, la formation du personnel à l'égard des diverses certifications biologiques (de manière à aider les consommateurs à s'y retrouver) pourrait certainement être un gain intéressant pour l'industrie et un cheval de bataille pour le CSMOCA.

1. Rapports d'industrie d'IBIS World.



TENDANCES DU SECTEUR AU QUÉBEC



FORTE CONCURRENCE



- Compétition de plus en plus forte :
 - Guerre de prix menée par les gros joueurs : Metro, IGA, Loblaws, Costco et Walmart
 - Percée de Amazon dans l'alimentation
 - Concurrence entre gros joueurs pour attirer la main-d'œuvre (ex. salaires plus élevés chez Costco)
- Place de plus en plus grande aux magasins à escomptes
- Marché de plus en plus de niche pour les grands magasins d'alimentation offrant des services de bouchers et des conseils
- Demande de plus en plus grande pour des services dans les magasins de proximité et dépanneurs (ex. mets préparés, livraison).

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES



- Amélioration aux avantages sociaux, aménagement des horaires pour les rendre plus flexibles et attrayants
- Embauche d'un plus grand nombre d'employés à temps partiel afin d'offrir aux jeunes ce qu'ils demandent et ainsi les retenir dans l'entreprise
- Variété de moyens pour recruter : réseaux sociaux, portes ouvertes, foires d'emploi
- Programmes d'avantages sociaux bonifiés : primes de performance, concours, programmes de fidélité des employés.

TECHNOLOGIES



- Augmentation du commerce en ligne
- Présence accrue des caisses libre-service
- Arrivée des paniers intelligents
- Mise à jour automatique des prix sur les tablettes
- Automatisation des entrepôts (ex. robot provenant d'une technologie allemande qui prépare les commandes)
- Traçabilité des aliments (pour faciliter le repérage des produits locaux et biologiques).

ALIMENTATION ET ENVIRONNEMENT



- Demande de plus en plus grande pour les produits locaux, biologiques et à valeur ajoutée (ex. sans gluten, sans sucre, sel, etc.)
- Demande pour les produits prêts à manger
- Le développement durable dans la production des aliments
- L'emballage et l'utilisation des contenants réutilisables
- Les normes de salubrité, d'hygiène à l'égard de l'emballage devront être clairement communiquées par le MAPAQ pour les gens qui apportent leurs propres contenants.



Chapitre 2

Caractéristiques
des établissements



RÉPARTITION DES ÉTABLISSEMENTS DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

LE SECTEUR DE L'ALIMENTATION : ENVIRON 13 250 ÉTABLISSEMENTS AU QUÉBEC



Le secteur de l'alimentation au Québec, c'est environ 13 250 établissements (avec ou sans employés), dont près des trois quarts (73 %) sont des détaillants.

Figure 12. Répartition des détaillants en alimentation au Québec, 2019¹

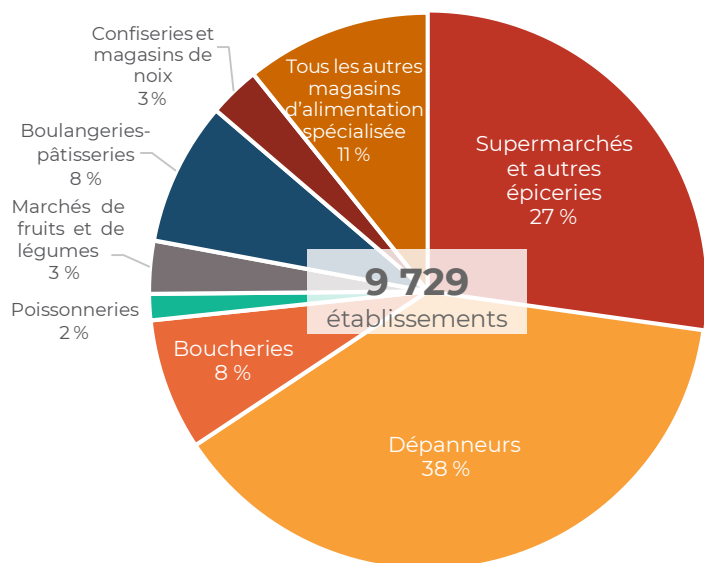
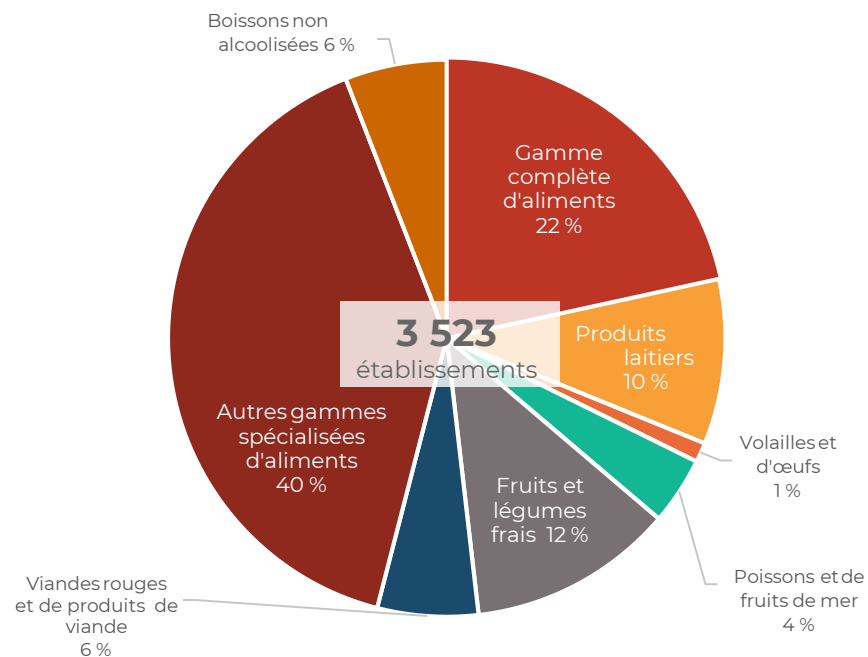


Figure 13. Répartition des grossistes en alimentation au Québec, 2019¹



1. Statistique Canada, Tableaux 33-10-0040-01, 33-10-0082-01, 33-10-0041-01, 33-10-0083-01, 33-10-0034-01, 33-10-0035-01, 33-10-0037-01, 33-10-0038-01, 33-10-0092-01, 33-10-0094-01, 33-10-0105-01, 33-10-0106-01, 33-10-0214-01, 33-10-0215-01, 33-10-0222-01 et 33-10-0223-01 Nombre d'entreprises canadiennes.



RÉPARTITION DE LA DIMINUTION DES ÉTABLISSEMENTS DU SECTEUR

LE SECTEUR PERD PLUS DE 200 ÉTABLISSEMENTS, LA PLUPART DES DÉTAILLANTS

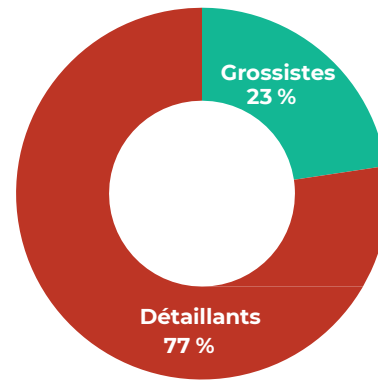
Depuis 2016, ce sont les dépanneurs qui ont perdu le plus d'établissements avec environ 350 commerces en moins. La plus forte hausse est observée chez les autres magasins d'alimentation spécialisée, où l'on dénombre 144 détaillants de plus. Du côté des grossistes, les produits laitiers ont perdu 65 commerces au cours de la période alors que les autres gammes spécialisées d'aliments en ajoutaient environ 50.



Tableau 6. Variation du nombre de détaillants de 2016 à 2019¹

Détaillants	Variation d'établ.
Supermarchés et autres épiceries	61
Dépanneurs	-353
Boucheries	-83
Poissonneries	-10
Marchés de fruits et de légumes	-30
Boulangeries-pâtisseries	93
Confiseries et magasins de noix	7
Tous les autres magasins d'alimentation spécialisée	144
Total	-171

Figure 14. Répartition de la diminution nette des établissements du secteur au Québec de 2016 à 2019¹



Diminution nette de 221 établissements dans le secteur depuis 2016

Tableau 7. Variation du nombre des grossistes de 2016 à 2019¹

Grossistes	Variation d'établ.
Gamme complète d'aliments	-3
Produits laitiers	-65
Volailles et d'œufs	-15
Poissons et de fruits de mer	2
Fruits et légumes frais	13
Viandes rouges et de produits de viande	-14
Autres gammes spécialisées d'aliments	49
Boissons non alcoolisées	-17
Total	-50

1. Statistique Canada, Tableaux 33-10-0040-01, 33-10-0082-01, 33-10-0041-01, 33-10-0083-01, 33-10-0034-01, 33-10-0035-01, 33-10-0037-01, 33-10-0038-01, 33-10-0092-01, 33-10-0094-01, 33-10-0105-01, 33-10-0106-01, 33-10-0214-01, 33-10-0215-01, 33-10-0222-01 et 33-10-0223-01 Nombre d'entreprises canadiennes.



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE DÉTAILLANTS



LES DÉTAILLANTS PERDENT UN PEU DE TERRAIN

Pendant que le commerce de détail de l'alimentation perdait quelques joueurs depuis la fin de 2016, le commerce de détail au Québec a vu son nombre d'établissements demeurer relativement stable au cours de la même période. Les dépanneurs et les commerces spécialisés (boucheries, poissonneries, marchés de fruits et légumes) ont connu un déclin évident. Dans le cas des magasins spécialisés, les consommateurs préférant souvent faire plusieurs achats différents au même endroit (« one-stop shopping »), on peut supposer qu'ils subissent la concurrence d'autres magasins spécialisés offrant une gamme plus variée d'aliments et de boissons. En effet, ces derniers ont progressé d'environ 5 % au cours de la période.

Tableau 8. Nombre de détaillants en alimentation au Québec (avec et sans employés)¹

Période	Détaillants en alimentation ²									Commerce de détail
	Supermarchés et autres épiceriers ³	Dépanneurs	Boucheries	Poissonneries	Marchés de fruits et de légumes	Boulangeries-pâtisseries	Confiseries et magasins de noix	Tous les autres magasins d'alimentation spécialisée	Total	
Juin 2016	2 619	4 246	854	161	334	719	293	892	10 118	55 884
Déc 2016	2 588	4 095	827	158	329	718	282	903	9 900	55 429
Juin 2017	2 614	4 088	808	155	320	740	273	885	9 883	55 530
Déc 2017	2 588	3 970	798	149	321	759	274	915	9 774	54 909
Juin 2018	2 597	3 939	795	148	321	779	290	941	9 810	55 056
Déc 2018	2 636	3 874	776	148	326	814	304	1 015	9 893	56 163
Juin 2019	2 656	3 834	760	147	319	780	297	1 052	9 845	56 003
Déc 2019	2 649	3 742	744	148	299	811	289	1 047	9 729	55 656
TCAM⁴	0,8 %	-3,0 %	-3,5 %	-2,2 %	-3,1 %	4,1 %	0,8 %	5,1 %	-0,6 %	0,1 %

1. Statistique Canada, Tableaux 33-10-0040-01, 33-10-0082-01, 33-10-0041-01, 33-10-0083-01, 33-10-0034-01, 33-10-0035-01, 33-10-0037-01, 33-10-0038-01, 33-10-0092-01, 33-10-0094-01, 33-10-0105-01, 33-10-0106-01, 33-10-0214-01, 33-10-0215-01, 33-10-0222-01 et 33-10-0223-01 Nombre d'entreprises canadiennes.

2. Excluant les magasins de bière, de vin et de spiritueux.

3. Sauf les dépanneurs.

4. Le taux de croissance annuel moyen (TCAM) est calculé avec la formule : $TCAM = (Année\ 2/Année\ 1)^{(1/n-1)} - 1$. Seulement la deuxième période (T2) de chacune des années est incluse dans le calcul.



ÉTABLISSEMENTS SELON LA TAILLE DES DÉTAILLANTS



LES PETITS ÉTABLISSEMENTS SONT À L'HONNEUR

Dans tous les sous-secteurs sauf les supermarchés et autres épiceriers (37 %), la majorité des établissements (54 % à 77 %) sont composés de moins de 10 employés. Si l'on augmente le seuil des petits établissements à moins de 20 employés, alors tous les sous-secteurs sans exception sont composés d'une majorité de petits établissements (51 % ou plus).

Tableau 9. Nombre d'établissements (avec employés) de détaillants par catégorie d'effectif au Québec, 2019¹

Détaillants	1 à 4 employés	5 à 9 employés	10 à 19 employés	20 à 49 employés	50 à 99 employés	100 employés ou plus	Total	Proportion avec moins de 10 employés	Proportion avec moins de 20 employés
Supermarchés et autres épiceriers (sauf les dépanneurs)	360	291	240	323	479	59	1 752	37 %	51 %
Dépanneurs	1 230	761	269	43	3	291	2 597	77 %	87 %
Boucheries	163	152	129	43	7	0	494	64 %	90 %
Poissonneries	40	30	16	17	1	2	106	66 %	81 %
Marchés de fruits et de légumes	56	44	31	44	11	0	186	54 %	70 %
Boulangeries-pâtisseries	232	129	114	50	6	1	532	68 %	89 %
Confiseries et magasins de noix	67	73	43	31	0	0	214	65 %	86 %
Tous les autres magasins d'alimentation spécialisés	230	176	143	51	6	1	607	67 %	90 %
Total	2 378	1 656	985	602	513	354	6 488	62 %	77 %

1. Statistique Canada. Tableau 33-10-0222-01 Nombre d'entreprises canadiennes, avec employés, décembre 2019



ÉVOLUTION DU NOMBRE DE GROSSISTES



LES GROSSISTES PERDENT DU TERRAIN AUSSI

À l'instar du commerce de gros en général, les commerces de gros alimentaires sont en légère baisse depuis 2016. Cela peut être notamment le fruit de consolidations, car par ailleurs les indicateurs financiers du secteur sont très positifs pour la période.

Tableau 10. Nombre de grossistes en alimentation au Québec (avec et sans employés)¹

Période	Grossistes en alimentation									Commerce de gros
	Gamme complète d'aliments	Produits laitiers	Volailles et d'œufs	Poisson et de fruits de mer	Fruits et légumes frais	Viandes rouges et de produits de viande	Autres gammes spécialisées d'aliments	Boissons non alcoolisées	Total	
Juin 2016	793	411	59	134	419	222	1 338	223	3 599	23 978
Déc 2016	763	403	55	136	408	220	1 363	225	3 573	23 631
Juin 2017	744	402	51	136	407	220	1 358	227	3 545	23 455
Déc 2017	765	384	47	131	418	229	1 332	209	3 515	23 206
Juin 2018	776	379	45	135	412	230	1 348	217	3 542	23 203
Déc 2018	783	364	44	142	435	219	1 404	230	3 621	23 711
Juin 2019	787	357	43	139	429	218	1 392	228	3 593	23 596
Déc 2019	760	338	40	138	421	206	1 412	208	3 523	22 906
TCAM	-0,1%	-5,7%	-10,1%	0,5%	1,1%	-2,2%	1,2%	-2,6%	-0,5%	-1,0%

1. Statistique Canada, Tableaux 33-10-0040-01, 33-10-0082-01, 33-10-0041-01, 33-10-0083-01, 33-10-0034-01, 33-10-0035-01, 33-10-0037-01, 33-10-0038-01, 33-10-0092-01, 33-10-0094-01, 33-10-0105-01, 33-10-0106-01, 33-10-0214-01, 33-10-0215-01, 33-10-0222-01 et 33-10-0223-01 Nombre d'entreprises canadiennes.



ÉTABLISSEMENTS SELON LA TAILLE DES GROSSISTES



LES PETITS ÉTABLISSEMENTS SONT À L'HONNEUR

Dans tous les sous-secteurs du gros, la majorité des établissements (52 % ou plus) sont composés de moins de 10 employés. Si l'on augmente le seuil des petits établissements à moins de 20 employés, alors tous les sous-secteurs sont composés d'au moins trois quarts de petits établissements (74 % ou plus).

Tableau 11. Nombre d'établissements (avec employés) de grossistes par catégorie d'effectif au Québec, 2019¹

Grossistes	1 à 4 employés	5 à 9 employés	10 à 19 employés	20 à 49 employés	50 à 99 employés	100 employés ou plus	Total	Proportion avec moins de 10 employés	Proportion avec moins de 20 employés
Gamme complète d'aliments	158	52	31	33	17	20	311	68 %	77 %
Produits laitiers	112	28	17	11	3	1	172	81 %	91 %
Volailles et d'œufs	8	9	2	2	2	1	24	71 %	79 %
Poissons et de fruits de mer	22	17	13	12	2	3	69	57 %	75 %
Fruits et légumes frais	85	43	49	30	16	6	229	56 %	77 %
Viandes rouges et de produits de viande	46	20	27	24	4	5	126	52 %	74 %
Autres gammes spécialisées d'aliments	451	113	80	67	24	17	752	75 %	86 %
Boissons non alcoolisées	44	23	10	7	4	6	94	71 %	82 %
Total	926	305	229	186	72	59	1 777	69 %	82 %

1. Statistique Canada, Tableau 33-10-0214-01 Nombre d'entreprises canadiennes, avec employés, décembre 2018. Traitement des données : Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Emploi Québec — septembre 2019.



PROPORTION D'ÉTABLISSEMENTS SITUÉS AU QUÉBEC PAR RAPPORT AU CANADA



Tableau 12. Proportion d'établissements situés au Québec par rapport au Canada¹

SCIAN	Sous-secteur	Proportion
44511	Supermarchés et autres épicereries	25,2 %
44529	Boulangeries, pâtisseries, confiseries et autres magasins d'alimentation spécialisée	27,2 %
41311	Grossistes de gamme complète d'aliments	30,2 %
41319	Grossistes d'autres gammes spécialisées d'aliments	29,1 %

LE QUÉBEC BIEN REPRÉSENTÉ

Considérant son importance démographique au pays (22,6 % de la population), le Québec est bien représenté au sein des quatre sous-secteurs étudiés ici. En effet, le nombre d'établissements physiques y est proportionnellement plus important, particulièrement chez les grossistes.

1. Rapports d'industrie d'IBIS World, basé sur les données de Statistique Canada.



RÉPARTITION RÉGIONALE DES ÉTABLISSEMENTS DU SECTEUR

UNE RÉPARTITION ASSEZ FIDÈLE À LA POPULATION



Hormis quelques exceptions, comme l'île de Montréal qui accueille un nombre disproportionné d'établissements de détail et de gros et Laval qui accueille un pôle important de grossistes, la répartition des établissements sur le territoire québécois est relativement fidèle au poids démographique de chaque région.

Tableau 13. Répartition régionale des établissements du commerce de l'alimentation selon la population au Québec, 2018 ^{1,2,3}

Régions	Détaillants de l'alimentation	Grossistes de l'alimentation	Commerce de l'alimentation	Population ⁴
Bas-Saint-Laurent	2,7 %	2,1 %	2,6 %	2,4 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	2,6 %	3,1 %	2,8 %	3,3 %
Capitale-Nationale	7,3 %	6,5 %	7,1 %	8,9 %
Mauricie	3,0 %	2,2 %	2,8 %	3,2 %
Estrie	3,5 %	2,7 %	3,3 %	3,9 %
Montréal	32,9 %	31,7 %	32,6 %	24,1 %
Outaouais	4,3 %	1,8 %	3,7 %	4,7 %
Abitibi-Témiscamingue	1,5 %	1,0 %	1,4 %	1,8 %
Côte-Nord	1,2 %	0,7 %	1,1 %	1,1 %
Nord-du-Québec	0,5 %	0,1 %	0,4 %	0,5 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	1,6 %	1,2 %	1,5 %	1,1 %
Chaudière-Appalaches	4,7 %	4,5 %	4,6 %	5,1 %
Laval	5,1 %	7,6 %	5,7 %	5,2 %
Lanaudière	4,8 %	5,3 %	4,9 %	6,1 %
Laurentides	5,9 %	8,1 %	6,4 %	7,3 %
Montérégie	15,7 %	19,2 %	16,6 %	18,6 %
Centre-du-Québec	2,7 %	2,3 %	2,6 %	2,9 %

1. Statistique Canada, Tableau 33-10-0105-01 Nombre d'entreprises canadiennes, avec employés, décembre 2018.

2. Statistique Canada, Tableau 33-10-0106-01 Nombre d'entreprises canadiennes, sans employés, décembre 2018. Tableau sur demande fourni par la DAIMT.

3. Il y a un excédent non réparti par région, car le résidu provincial n'est pas pris en compte.

4. Institut de la statistique du Québec, Estimations de la population et Statistique Canada, Estimations de la population. Février 2020. Adapté par l'Institut de la statistique du Québec (données de 2018).



TYPES DE COMMERCE



UNE MAJORITÉ D'ÉTABLISSEMENTS UNIQUES

Comme c'est le cas du commerce de détail et de gros en général, le secteur alimentaire est dominé par des commerces indépendants uniques. Les commerces de détail de l'alimentation représentent les trois quarts des établissements avec employés de l'ensemble du secteur desservi par le CSMOCA.

Figure 15. Affiliation des établissements¹

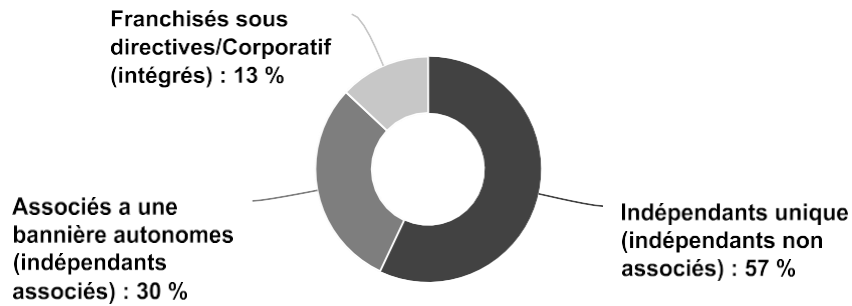
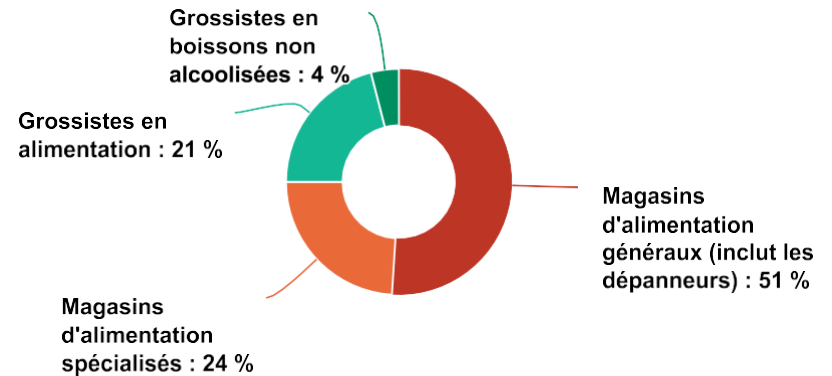


Figure 16. Répartition des types de commerce²



1. Sondage SOM 2019. QA1GN L'établissement où j'appelle est-il...? (Base : tous les répondants à la question, n = 667). La base est inférieure à 752 en raison d'un changement au questionnaire en cours de collecte.

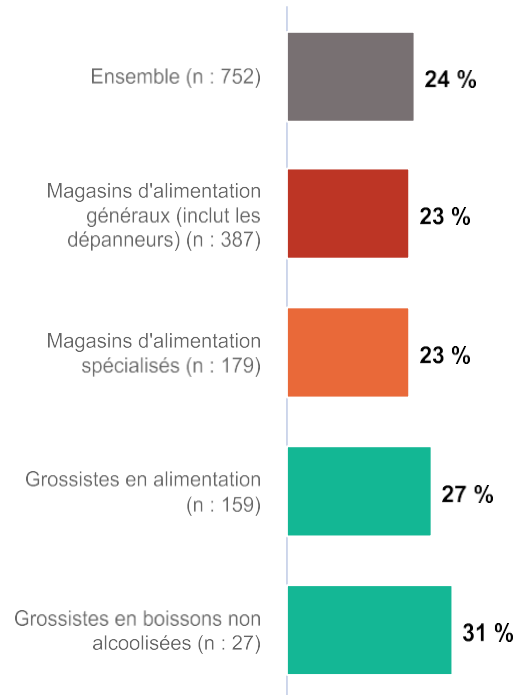
2. Sondage SOM 2019. QA1B Quel type d'établissement êtes-vous? Et QA1D Quel type de détaillant (ou de magasin d'alimentation spécialisé) êtes-vous principalement? (base : tous, n : 752)



UNE SITUATION PROPICE À UN APPUI DU CSMOCA EN MATIÈRE DE RESSOURCES HUMAINES

Près du quart des entreprises sondées sont dotées d'une direction ou d'un département des ressources humaines. Cette proportion est de 32 % pour les établissements de 5 employés ou plus (comparativement à 40 % pour l'ensemble des secteurs²).

Figure 17. Présence d'une direction ou d'un service des ressources humaines dans l'entreprise¹



1. Sondage SOM 2019. QEI Avez-vous une direction ou un service de gestion du personnel dans votre établissement? (base : tous, n : 752)

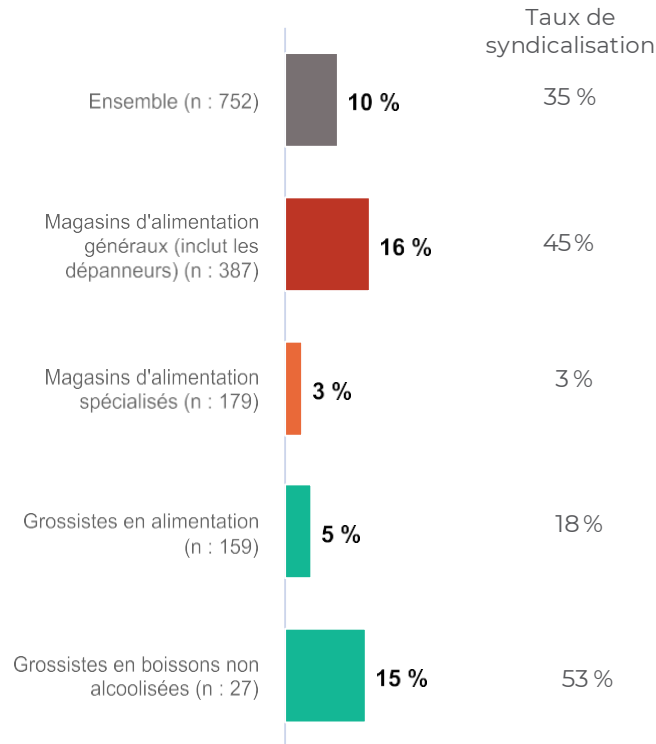
2. Emploi-Québec, Enquête sur la main-d'œuvre auprès des établissements de 5 employés ou plus, Édition 2014-2015.



SYNDICALISATION DES ÉTABLISSEMENTS



Figure 18. Proportion des établissements qui compte un syndicat¹



UN TAUX DE SYNDICALISATION CONFORME À LA MOYENNE

Bien que seulement 10 % des établissements confirment la présence d'employés syndiqués, le taux de syndicalisation estimé dans le secteur se chiffre à 35 %, ce qui est comparable au 38 % que l'on retrouve dans l'économie québécoise².

Le taux de syndicalisation de 35 % (alors que seulement 10 % des établissements comptent des employés syndiqués) s'explique par le fait que les syndicats sont presque exclusivement présents dans les établissements de 50 employés ou plus, dans lesquels la majorité des employés (59 %) travaillent.

La présence syndicale est particulièrement élevée dans les magasins d'alimentation généraux (45 %) et les grossistes en boissons non alcoolisées (53 %).

1. Sondage SOM 2019. QE5 Les employés de votre établissement sont-ils syndiqués? (Base : tous, n : 752).
 2. Statistique Canada, Enquête sur la population active, 2018. Adapté par l'Institut de la statistique du Québec.

CHAPITRE 3

Commerce
électronique,
innovation et virage
numérique



COMMERCE ÉLECTRONIQUE



LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN QUELQUES CHIFFRES¹



93 %

des adultes québécois disposent d'une connexion internet à la maison



64 %

des adultes québécois sont des cyberacheteurs



10,5 G\$

Achat en ligne au Québec en 2018 (hausse de 27 % par rapport à 2017)

15 %

des dollars dépensés en ligne l'ont été sur Amazon

Année après année, de plus en plus d'adultes québécois font des achats en ligne, atteignant 64 % en 2018, une progression de 6 points de pourcentage en un an. Ce phénomène touche davantage les 18 à 54 ans. D'ailleurs, le montant dépensé par les cyberacheteurs québécois a également progressé de 27 % comparativement à 2017, étant maintenant estimé à 10,5 milliards de dollars.

Géant du web, Amazon accapare 15 % des dollars dépensés en ligne par les adultes québécois. Les achats en ligne, excluant sur Amazon, représentent donc environ 7 % des ventes du commerce de détail au Québec. On observe la même proportion dans l'ensemble du Canada. Aux États-Unis, la proportion était de 10 % en 2018.

1. CEFRIO. Le commerce électronique au Québec. Enquête NETendances2018. Statista Digital Market Outlook pour les données canadiennes et Emarketer pour les données américaines.



COMMERCE ÉLECTRONIQUE DANS LE SECTEUR

LES BALBUTIEMENTS DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE DANS LE SECTEUR SONT AMPLEMENT SUFFISANTS POUR L'INSTANT



Avec les efforts qui ont été faits, alors que la moitié des établissements possèdent un site web (51 %), moins du quart détient un site transactionnel (22 %). Ce virage au commerce électronique est moins présent chez les magasins d'alimentation généraux, où seulement le tiers possèdent un site web et 13 % détiennent un site transactionnel. Quoi qu'il en soit, l'offre demeure à ce jour supérieure à la demande, car moins de 10 % des Québécois font régulièrement leur épicerie en ligne.

Figure 19. Établissement ou bannière possède un site web¹

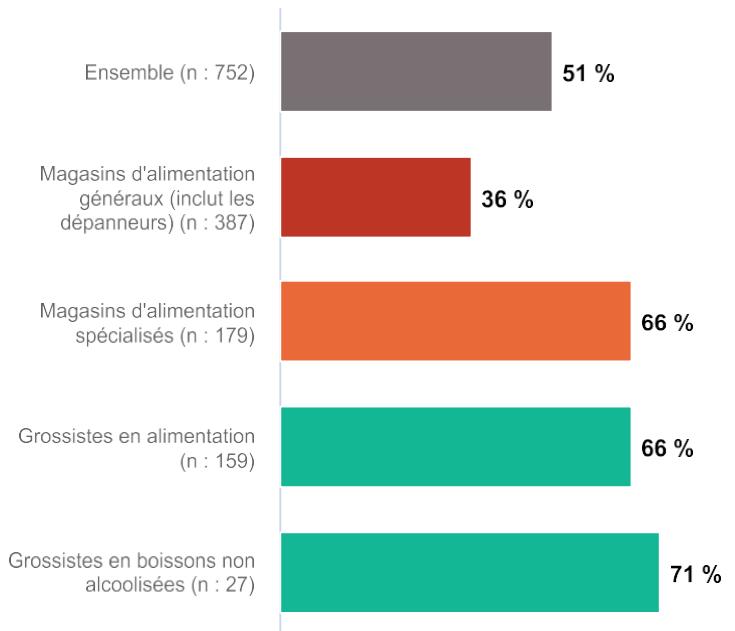
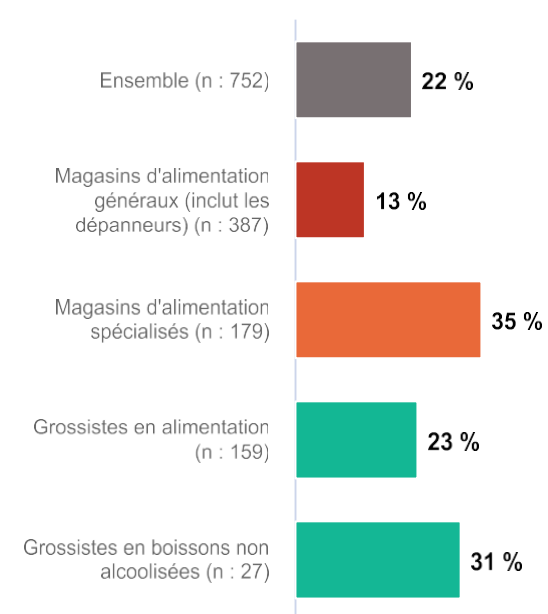


Figure 20. Possibilité de passer des commandes en ligne²



1. Sondage SOM 2019. QH6 Avez-vous un site internet? (base : tous, n : 752)

2. Sondage SOM 2019. QH7 Est-il possible pour vos clients de passer des commandes en ligne? (base : tous, n : 752)



COMMERCE ÉLECTRONIQUE DANS LE SECTEUR

UNE HAUSSE DU COMMERCE EN LIGNE À PRÉVOIR

En ce qui concerne le commerce de l'alimentation, environ 7 % des adultes québécois ont réalisé un achat en ligne de produit alimentaire au cours des mois de décembre 2018 à février 2019¹.

D'ailleurs, avant la crise, plusieurs intervenants anticipaient une augmentation du commerce en ligne dans le secteur du commerce de l'alimentation au cours des prochaines années.

« Le commerce en ligne, c'est près de 1 % des ventes actuellement. On prévoit qu'il sera presque le double d'ici 3 ans.

Le commerce en ligne n'est pas encore dans ma région, mais ça s'en vient.

Avant, c'était mes caissières du service à la clientèle qui s'occupaient des commandes en ligne. Maintenant, j'ai une personne qui fait uniquement ça, prendre les commandes en ligne et les préparer. J'ai quelqu'un aussi qui les livre. »

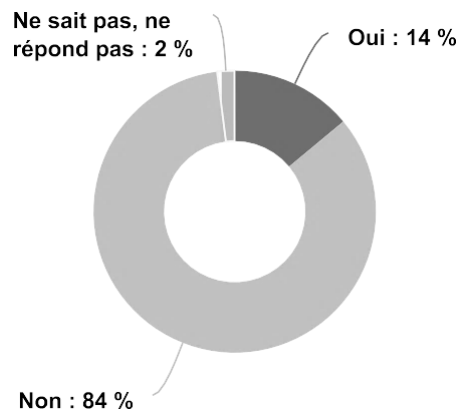


1. CEFRIQ. Portrait du commerce électronique alimentaire au Québec. Juillet 2019.



CRÉATION DE POSTES LIÉS AU SERVICE DE VENTE EN LIGNE

Figure 21. Création de nouveaux postes au sein de l'établissement en lien avec l'offre d'un service de vente en ligne¹

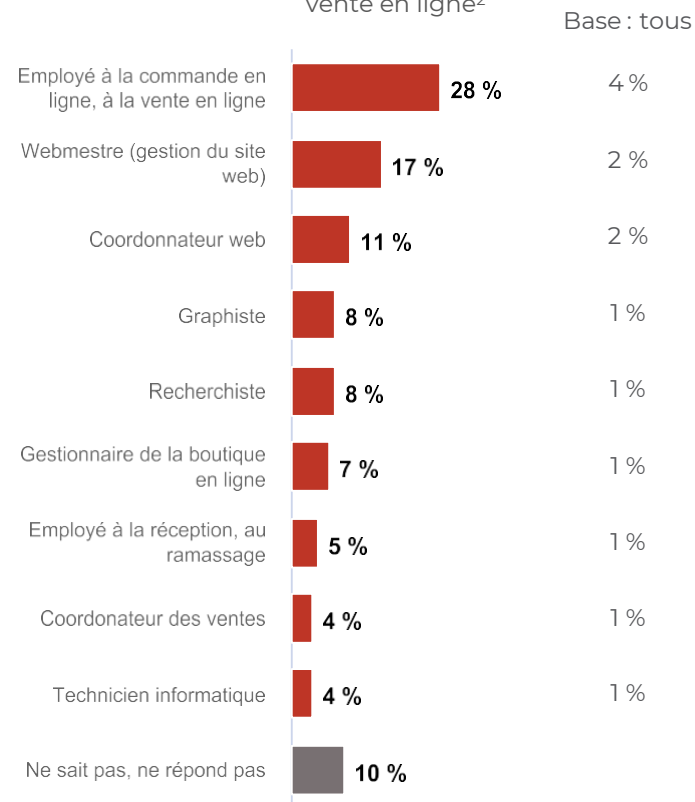


QUELQUES NOUVEAUX POSTES CRÉÉS POUR LE SERVICE DE VENTE EN LIGNE

Une minorité d'établissements offrant la vente en ligne (14 %) ont créé des postes spécifiques pour gérer ce service.

Les principaux postes créés concernent la coordination des commandes en ligne et du site internet (respectivement 28 % et 17 % chez les établissements qui offrent le service de vente en ligne).

Figure 22. Postes créés afin d'offrir un service de vente en ligne²



1. Sondage SOM 2019. QH8 L'offre d'un service de vente en ligne a-t-il nécessité la création de nouveaux postes au sein de votre établissement? (base : tous ceux qui ont un service de vente en ligne, n : 180)

2. Sondage SOM 2019. QH9a Quels postes ont été créés afin d'offrir un service de vente en ligne? (Base : tous ceux qui ont un service de vente en ligne et dont le service a nécessité la création de nouveaux postes, n : 28) Seules les principales réponses sont présentées, soit < 3 %.



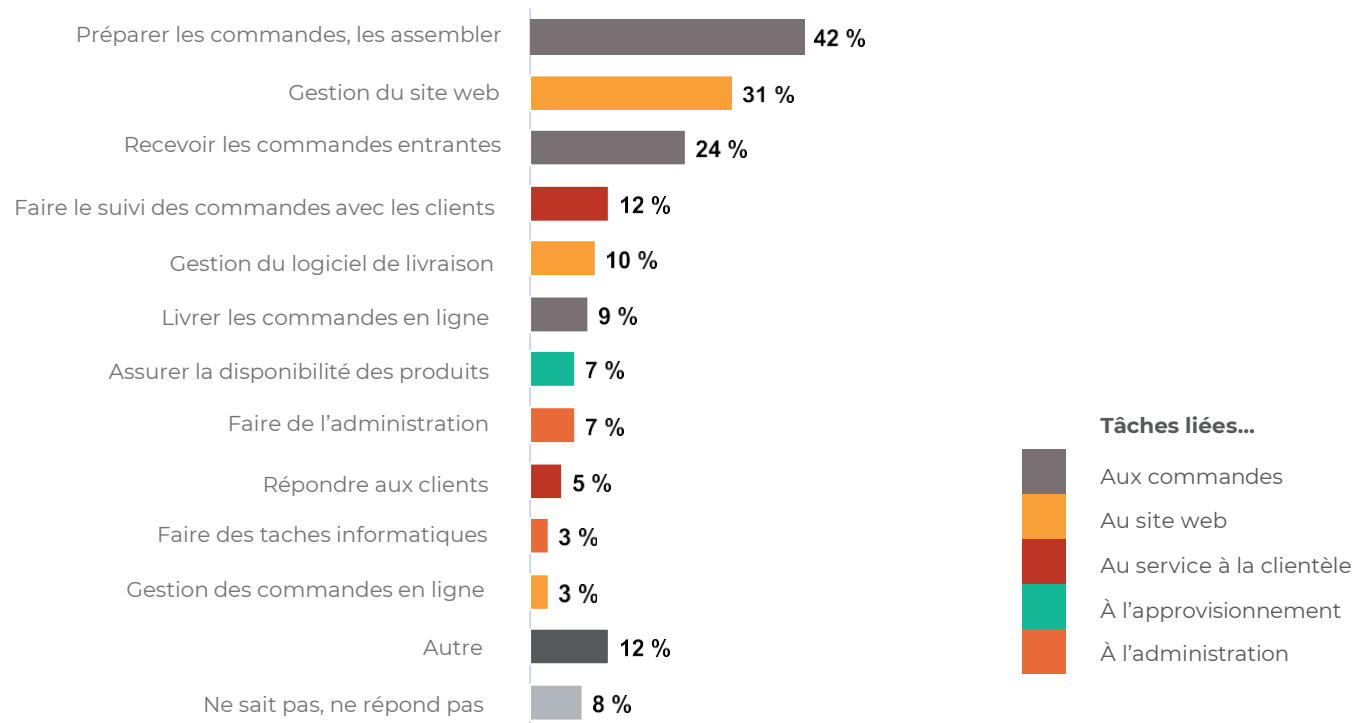
PRINCIPALES TÂCHES DES POSTES CRÉÉS POUR LE SERVICE DE VENTE EN LIGNE



TÂCHES CLÉS : PRÉPARATION DES COMMANDES ET GESTION DU SITE WEB

Les principales tâches des employés dédiés au service de ventes en ligne incluent la préparation des commandes, la gestion du site web et la réception des commandes (respectivement 42 %, 31 % et 24 %). La préparation des commandes est en grande partie une tâche « non numérique », car il s'agit essentiellement de faire les emplettes en magasin pour le consommateur. C'est néanmoins une tâche qui exige une bonne connaissance générale des produits afin de procéder à une sélection judicieuse.

Figure 23. Principales tâches des postes créés afin d'offrir un service de vente en ligne¹



1. Sondage SOM 2019. QH10a Quelles sont les principales tâches liées aux postes créés afin d'offrir un service de vente en ligne? (Base : tous ceux qui ont un service de vente en ligne et dont le service a nécessité la création de nouveaux postes, n : 28).



RESPONSABLE DU SERVICE DE VENTE EN LIGNE



Rappel

Figure 24. Création de nouveaux postes au sein de l'établissement en lien avec l'offre d'un service de vente en ligne¹

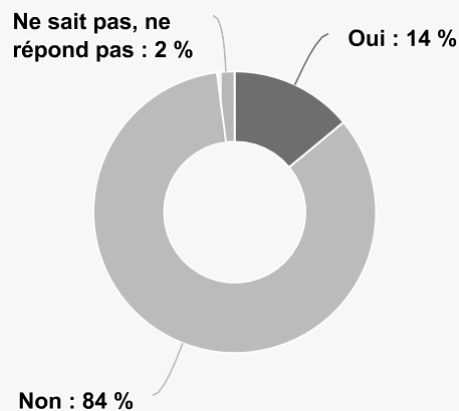
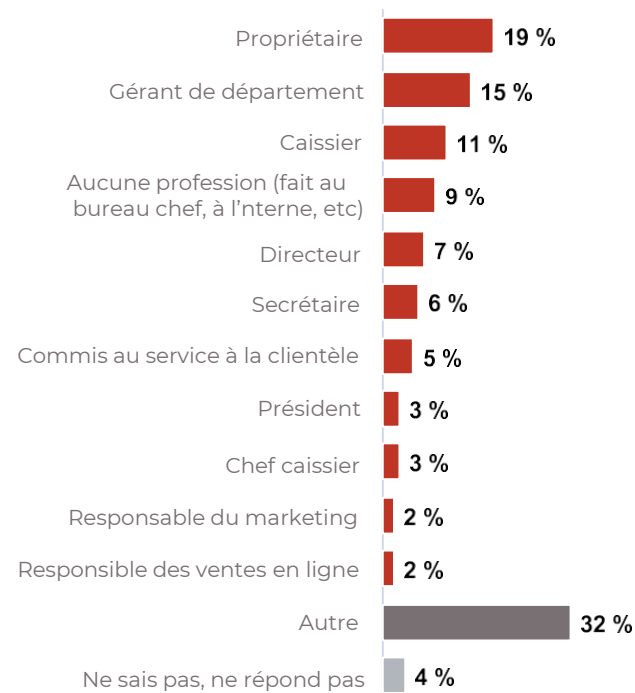


Figure 25. Responsable du service de vente en ligne²



ÉLARGISSEMENT DES TÂCHES DE PLUSIEURS POSTES

Pour la très grande majorité des établissements (84 %), l'offre d'un service de vente en ligne n'a pas créé de nouveaux postes. Ceci a plutôt généré l'élargissement des tâches de certains postes au sein de l'établissement. En effet, dans bien des cas, le responsable du service de vente en ligne est le propriétaire ou le gérant de département (respectivement 19 % et 15 %).

1. Sondage SOM 2019. QH8 L'offre d'un service de vente en ligne a-t-il nécessité la création de nouveaux postes au sein de votre établissement? (Base : tous ceux qui ont un service de vente en ligne, n : 180).

2. Sondage SOM 2019. QH11a Au sein de votre établissement, quelle est la profession de la personne responsable du service de vente en ligne? (Base : tous ceux qui ont un service de vente en ligne et dont le service n'a pas nécessité la création de nouveaux postes, n : 150).



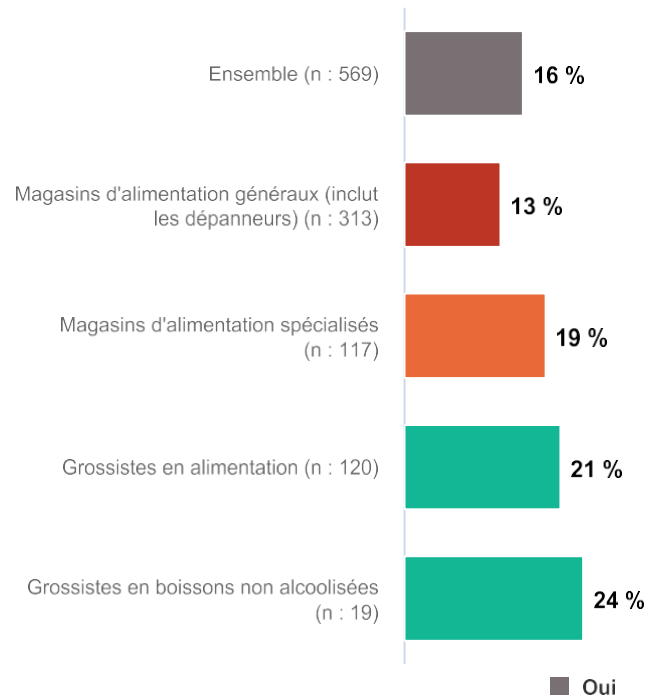
DÉVELOPPEMENT D'UN SERVICE DE VENTE EN LIGNE



DES AVANCÉES DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE À PRÉVOIR

Le virage au commerce électronique dans le secteur risque de s'accroître au cours des trois prochaines années. Il s'agit toutefois d'un développement relativement timide, car seulement 16 % des établissements qui n'offrent pas le service de vente en ligne envisagent de l'offrir au cours des trois prochaines années. Cela devrait être largement suffisant pour répondre à la demande dans le contexte où la vaste majorité des consommateurs continueront de préférer l'expérience en magasin.

Figure 26. Établissement offrira au cours des trois prochaines années un service de ventes en ligne parmi ceux qui ne le font pas déjà¹



1. Sondage SOM 2019. QH12 Au cours des trois prochaines années, est-ce que votre établissement prévoit offrir un service de vente en ligne pour vos clients? (Base : ceux qui n'ont pas de site internet ou pas le service de ventes en ligne, n : 569).



CHAPITRE 4

Répartition et
évolution de la
main-d'œuvre



ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOIS DANS LE SECTEUR AU CANADA



Tableau 14. Évolution du nombre d'employés au Canada, TCAM (2014-2019)¹

SCIAN	Sous-secteur	TCAM
44511	Supermarchés et autres épiceries	-0,3 %
44529	Boulangeries, pâtisseries, confiseries et autres magasins d'alimentation spécialisée	2,1 %
41311	Grossistes de gamme complète d'aliments	2,2 %
41319	Grossistes d'autres gammes spécialisées d'aliments	2,1 %

ÉROSION DU PERSONNEL DANS LES SUPERMARCHÉS

Pendant que les supermarchés perdaient du personnel au cours de la période 2014 à 2019, les magasins d'alimentation spécialisée et les grossistes ont plutôt vu leur personnel augmenter à un rythme intéressant.

1. Rapports d'industrie d'IBIS World, basé sur les données de Statistique Canada.



ÉVOLUTION DE L'EMPLOI DANS LE SECTEUR AU QUÉBEC



L'EMPLOI EN LÉGÈRE PROGRESSION

Dans le secteur du commerce de la l'alimentation, on observe une légère hausse du nombre d'emplois entre 2015 et 2019 (0,3 %). Cette réalité en cache une autre propre aux sous-secteurs : un recul de l'emploi chez les détaillants et une hausse chez les grossistes.

Tableau 15. Évolution du nombre d'emplois dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2015 à 2019¹

SCIAN	Sous-secteur	2015	2016	2017	2018	2019	TCAM
445	Magasins d'alimentation, sans magasins de bière, de vin et de spiritueux (estimation) ²	121 797	119 650	120 105	119 954	120 242	-0,3 %
4451	Épiceries	104 049	101 102	101 886	101 391	100 955	-0,8 %
4131	Grossistes de produits alimentaires	23 743	24 402	24 315	25 306	26 688	3,0 %
4132	Grossistes de boissons, sans grossistes de boissons alcoolisées (estimation) ³	927	875	769	1 003	1 295	8,7 %
Total estimé du commerce de l'alimentation		146 467	144 928	145 189	146 263	148 225	0,3 %

1. Statistique Canada. Tableau 14-10-0202-01 Emploi selon l'industrie, données annuelles.

2. Les données des magasins d'alimentation [445] incluent les magasins de bière, de vin et de spiritueux [4453] qui ne sont pas desservis par le CSMOCA. Afin d'estimer les emplois des magasins d'alimentation desservis par le CSMOCA, un facteur de correction de 95,6 % a été appliqué pour exclure les emplois des magasins de bière, de vin et de spiritueux. Ce facteur de correction est établi en fonction de la répartition des établissements du SCIAN 445 (décembre 2019).

3. Les données des grossistes de boissons [4132] incluent les grossistes de boissons alcoolisées [41322] qui ne sont pas desservis par le CSMOCA. Afin d'estimer les emplois des magasins d'alimentation desservis par le CSMOCA, un facteur de correction de 57,9 % a été appliqué pour exclure les emplois des grossistes de boissons alcoolisées. Ce facteur de correction est établi en fonction de la répartition des établissements du SCIAN 4132 (décembre 2019).



RÉPARTITION RÉGIONALE DES EMPLOIS DANS LE SECTEUR



Tableau 16. Répartition régionale des emplois dans le commerce de l'alimentation selon la population au Québec, 2017^{1,2}

Régions	Emplois chez les détaillants en alimentation	Emplois chez les grossistes en alimentation	Emplois du commerce de l'alimentation	Population ²
Bas-Saint-Laurent	4,9 %	3,5 %	4,7 %	2,4 %
Saguenay-Lac-Saint-Jean	4,6 %	3,9 %	4,5 %	3,3 %
Capitale-Nationale	9,4 %	9,5 %	9,4 %	8,9 %
Mauricie	4,0 %	1,4 %	3,5 %	3,2 %
Estrie	4,1 %	2,5 %	3,8 %	3,9 %
Montréal	20,6 %	35,3 %	23,3 %	23,9 %
Outaouais	5,3 %	3,2 %	4,9 %	4,7 %
Abitibi-Témiscamingue	3,3 %	1,4 %	3,0 %	1,8 %
Côte-Nord et Nord-du-Québec	2,1 %	1,4 %	2,0 %	1,6 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	3,0 %	1,4 %	2,7 %	1,1 %
Chaudière-Appalaches	7,1 %	4,2 %	6,6 %	5,1 %
Laval	3,1 %	4,6 %	3,3 %	5,2 %
Lanaudière	4,7 %	2,1 %	4,2 %	6,1 %
Laurentides	6,6 %	6,0 %	6,5 %	7,3 %
Montérégie	13,5 %	17,3 %	14,2 %	18,6 %
Centre-du-Québec	3,8 %	2,1 %	3,5 %	3,0 %

UNE ÉCONOMIE MOINS DIVERSIFIÉE EN RÉGION

Comparativement au poids démographique des régions, on compte une part plus importante d'emplois chez les détaillants en alimentation dans certaines régions telles que le Bas-Saint-Laurent, le Saguenay-Lac-Saint-Jean, l'Abitibi-Témiscamingue, la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et Chaudière-Appalaches.

Ce constat est souvent le signe d'une économie régionale moins diversifiée.

MONTRÉAL : PÔLE PRINCIPAL DU COMMERCE DE GROS

Avec moins du quart de la population du Québec, Montréal accueille plus du tiers des travailleurs du commerce de gros, ce qui en fait le principal pôle au Québec.

1. MAPAQ, Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec, 2018, chapitre : Portrait synoptique par région.

2. Institut de la statistique du Québec, Estimations de la population et Statistique Canada, Estimations de la population. Février 2020. Adapté par l'Institut de la statistique du Québec (données de 2017).



CHAPITRE 5

Profil de la main-
d'œuvre et conditions
de travail



SEXE DE LA MAIN-D'ŒUVRE



RÉPARTITION HOMMES-FEMMES SIMILAIRE À CELLE DE L'ENSEMBLE DES INDUSTRIES

La répartition des hommes et des femmes dans le secteur équivaut à celle observée pour l'ensemble des industries. Pour ce qui est des grossistes du secteur, les employés masculins y sont en nette majorité, comme c'est le cas d'ailleurs dans le commerce de gros en général.

Tableau 17. Répartition des personnes en emploi selon le sexe¹

SCIAN	Sous-secteur	Femme	Homme
	Ensemble des industries	48 %	52 %
44-45	Commerce de détail	53 %	47 %
4451	Épiceries	51 %	49 %
4452	Magasins d'alimentation spécialisés	54 %	46 %
41	Commerce de gros	33 %	67 %
4131	Grossistes de produits alimentaires	31 %	69 %
4132	Grossistes de boissons ²	33 %	67 %
	Commerce de l'alimentation	48 %	52 %

1. Statistique Canada, Tableaux 98-400-X2016359 Industrie - Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 (425), statistiques du revenu d'emploi (3), plus haut certificat, diplôme ou grade (7), identité autochtone (9), travail pendant l'année de référence (4), âge (5A) et sexe (3) pour la population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé en 2015 et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2015, dans les ménages privés.

2. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



ÂGE DE LA MAIN-D'ŒUVRE

UNE MAIN-D'ŒUVRE JEUNE COMPARATIVEMENT À L'ENSEMBLE DES INDUSTRIES

Alors que dans l'ensemble des industries le segment des 15 à 24 ans représente 15 % des personnes en emploi, cette proportion s'élève à 36 % pour le secteur du commerce de l'alimentation. On note une prédominance de cette tranche d'âge dans les épicereries (43 %), tandis que la proportion est nettement plus faible du côté des grossistes du secteur (12 %), à l'instar du commerce de gros en général.

Tableau 18. Répartition des personnes en emploi selon l'âge¹

SCIAN	Sous-secteur	15 à 24 ans	25 à 54 ans	55 à 64 ans	65 ans ou plus
	Ensemble des industries	15 %	73 %	10 %	2 %
44-45	Commerce de détail	32 %	48 %	15 %	4 %
4451	Épiceries	43 %	41 %	14 %	3 %
4452	Magasins d'alimentation spécialisés	33 %	48 %	15 %	4 %
41	Commerce de gros	9 %	67 %	20 %	5 %
4131	Grossistes de produits alimentaires	12 %	65 %	19 %	4 %
4132	Grossistes de boissons ²	12 %	66 %	20 %	2 %
	Commerce de l'alimentation	36 %	46 %	15 %	3 %

1. Statistique Canada, Tableaux 98-400-X2016359 Industrie - Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 (425), statistiques du revenu d'emploi (3), plus haut certificat, diplôme ou grade (7), identité autochtone (9), travail pendant l'année de référence (4), âge (5A) et sexe (3) pour la population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé en 2015 et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2015, dans les ménages privés.

2. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



NIVEAU DE SCOLARITÉ DE LA MAIN-D'OEUVRE

UNE MAIN-D'ŒUVRE PEU SCOLARISÉE



En comparaison à l'ensemble des industries, le secteur du commerce de l'alimentation compte sur une main-d'œuvre majoritairement peu scolarisée. En effet, la majorité de la main-d'œuvre ne possède aucun diplôme ou détient un diplôme d'études secondaires ou une attestation d'équivalence (60 %). Ce phénomène s'explique par la proportion élevée d'étudiants (qui n'ont pas tous terminé leurs études) au sein de la main-d'œuvre et par le fait que plusieurs métiers du secteur ne nécessitent pas une formation spécifique.

Tableau 19. Répartition des personnes en emploi selon le plus haut diplôme obtenu¹

SCIAN	Sous-secteur	Aucun certificat, diplôme ou grade	Diplôme d'études secondaires ou attestation d'équivalence	Certificat ou diplôme d'apprenti ou d'une école de métiers	Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement non universitaire	Certificat ou diplôme universitaire
	Ensemble des industries	12 %	20 %	20 %	21 %	28 %
44-45	Commerce de détail	18 %	33 %	18 %	19 %	13 %
4451	Épiceries	26 %	38 %	14 %	14 %	8 %
4452	Magasins d'alimentation spécialisés	21 %	31 %	18 %	18 %	12 %
41	Commerce de gros	14 %	25 %	19 %	19 %	24 %
4131	Grossistes de produits alimentaires	21 %	29 %	18 %	15 %	18 %
4132	Grossistes de boissons ²	13 %	27 %	20 %	17 %	22 %
	Commerce de l'alimentation	24 %	36 %	15 %	14 %	10 %

1. Statistique Canada, Tableaux 98-400-X2016359 Industrie - Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 (425), statistiques du revenu d'emploi (3), plus haut certificat, diplôme ou grade (7), identité autochtone (9), travail pendant l'année de référence (4), âge (5A) et sexe (3) pour la population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé en 2015 et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2015, dans les ménages privés.

2. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



REVENU D'EMPLOI MÉDIAN ET MOYEN DE LA MAIN-D'OEUVRE



Tableau 20. Salaire moyen au Canada (2019)¹

SCIAN	Sous-secteur	Salaire annuel moyen	Tarif horaire estimé ²
44511	Supermarchés et autres épiceries	26 140 \$	15,70 \$
44529	Boulangeries, pâtisseries, confiseries et autres magasins d'alimentation spécialisée	29 665 \$	17,80 \$
41311	Grossistes de gamme complète d'aliments	50 612 \$	24,35 \$
41319	Grossistes d'autres gammes spécialisées d'aliments	54 644 \$	26,25 \$

Tableau 21. Répartition du revenu médian et moyen au Québec (2015)³

SCIAN	Sous-secteur	Revenu d'emploi médian	Revenu d'emploi moyen
	Ensemble des industries	34 219 \$	43 203 \$
44-45	Commerce de détail	20 330 \$	28 265 \$
4451	Épiceries	16 587 \$	22 996 \$
4452	Magasins d'alimentation spécialisés	15 988 \$	21 420 \$
41	Commerce de gros	42 100 \$	54 848 \$
4131	Grossistes de produits alimentaires	35 426 \$	43 304 \$
4132	Grossistes de boissons ⁴	49 069 \$	51 755 \$
	Commerce de l'alimentation	20 077 \$	26 525 \$

UNE RÉMUNÉRATION MOINS AVANTAGEUSE QUE DANS LES AUTRES SECTEURS

La rémunération dans le commerce de l'alimentation au Québec est en deçà de la rémunération moyenne et médiane de l'ensemble des industries. C'est avec une rémunération généralement moins avantageuse que doivent composer les entreprises du secteur, faisant ainsi face à d'autant plus d'enjeux d'attraction et de rétention des employés.

Par ailleurs, l'écart de rémunération entre les détaillants et les grossistes est considérable. Il s'explique en partie par du personnel exerçant des fonctions très différentes. Par exemple, les grossistes emploient peu ou pas du tout d'individus pour des postes de caissier et emballeur, dont le salaire est modeste.

1. Rapports d'industrie d'IBIS World, basé sur les données de Statistique Canada.

2. En supposant un horaire de 32 heures en moyenne par semaine pour les détaillants et 40 heures pour les grossistes.

3. Statistique Canada, Tableaux 98-400-X2016359 Industrie - Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 (425), statistiques du revenu d'emploi (3), plus haut certificat, diplôme ou grade (7), identité autochtone (9), travail pendant l'année de référence (4), âge (5A) et sexe (3) pour la population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé en 2015 et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2015, dans les ménages privés.

4. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



STATUT D'EMPLOI



PLUS DU QUART DES EMPLOYÉS TRAVAILLENT À TEMPS PARTIEL

Dans l'ensemble des industries, 13 % des employés travaillent à temps partiel. Cette proportion s'élève à 27 % au sein du commerce de l'alimentation. On remarque qu'il s'agit d'une réalité plus marquée chez les détaillants en alimentation et encore davantage chez les épiceries où le tiers des employés ont un statut d'emplois à temps partiel. Le portrait est différent chez les grossistes, où la quasi-totalité des employés travaillent à temps plein.

Tableau 22. Répartition des personnes en emploi durant toute l'année selon le statut d'emploi¹

SCIAN	Sous-secteur	Temps plein	Temps partiel
	Ensemble des industries	87 %	13 %
44-45	Commerce de détail	74 %	26 %
4451	Épiceries	67 %	33 %
4452	Magasins d'alimentation spécialisés	73 %	27 %
41	Commerce de gros	95 %	5 %
4131	Grossistes de produits alimentaires	93 %	7 %
4132	Grossistes de boissons ²	96 %	4 %
	Commerce de l'alimentation	73 %	27 %

1. Statistique Canada, Tableaux 98-400-X2016359 Industrie - Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2012 (425), statistiques du revenu d'emploi (3), plus haut certificat, diplôme ou grade (7), identité autochtone (9), travail pendant l'année de référence (4), âge (5A) et sexe (3) pour la population âgée de 15 ans et plus ayant travaillé en 2015 et ayant déclaré un revenu d'emploi en 2015, dans les ménages privés.

2. Les grossistes-marchands de boissons alcoolisées [41322] sont inclus dans les données présentées.



ÉVOLUTION DE LA RÉMUNÉRATION

Figure 27. Évolution du salaire hebdomadaire en dollar courant dans le commerce de l'alimentation au Québec, 2015 à 2019¹

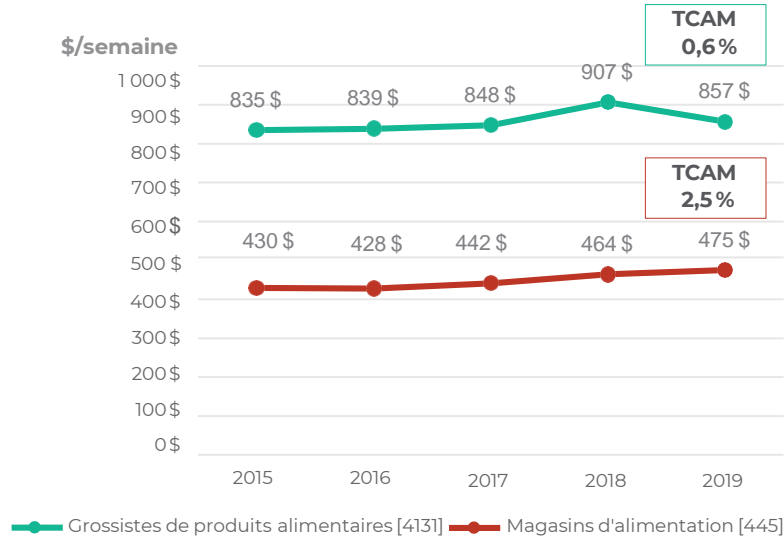
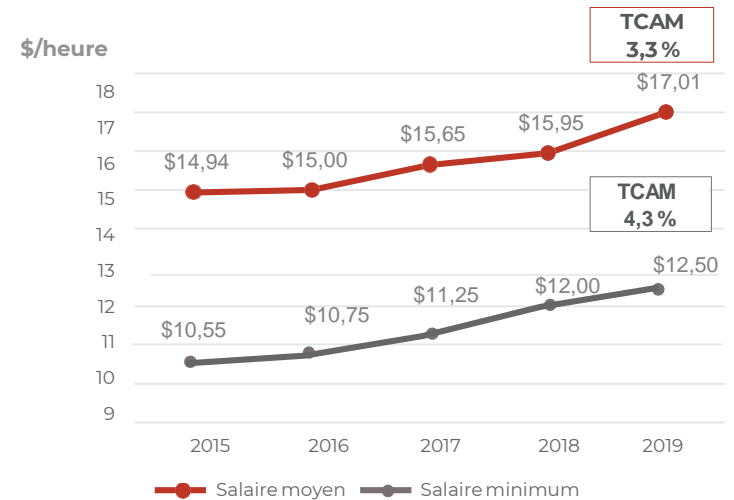


Figure 28. Évolution du taux horaire en dollar courant du secteur du détail de l'alimentation, 2015 à 2019^{2,3}



LÉGÈRE AUGMENTATION DE LA RÉMUNÉRATION DES TRAVAILLEURS DE L'ALIMENTATION

De 2015 à 2019, le salaire hebdomadaire des employés des magasins d'alimentation (445) a augmenté de 2,5 % tandis que celui des employés des grossistes de produits alimentaires (4131) a enregistré une légère hausse de 0,6 %.

Par ailleurs, notons que le taux horaire moyen du secteur du détail de l'alimentation croît moins rapidement que le salaire minimum (3,3 % vs 4,3 %).

L'augmentation annuelle plus élevée du taux horaire par rapport au salaire hebdomadaire dans le commerce de détail semble indiquer que l'employé moyen travaille moins d'heures par semaine en moyenne.

1. Statistique Canada, Tableau 14-10-0204-01 Rémunération hebdomadaire moyenne selon l'industrie, données annuelles (en dollar courant). Les données des magasins d'alimentation incluent les magasins de bière, de vie et de spiritueux [4453]. Les données des grossistes de boissons non alcoolisées [41321] ne sont pas incluses dans le graphique, car elles ne sont pas disponibles.

2. Statistique Canada, Tableau 14-10-0206-01 Rémunération horaire moyenne des salariés rémunérés à l'heure, selon l'industrie, données annuelles. Les données du secteur du détail de l'alimentation incluent les magasins de bière, de vie et de spiritueux [4453].

3. CNESST. 2016. « Historique du salaire minimum ». <https://www.cnt.gouv.qc.ca/salaire-paie-et-travail/salaire/historique-du-salaire-minimum/> consulté le 17 octobre 2019.

A photograph of two business professionals in a meeting. A woman in a light blue button-down shirt is seated at a wooden desk with a laptop, her hands resting on the keyboard. A man in a white shirt and tie is leaning over her, holding a tablet computer. The background is a blurred office setting with white lockers.

CHAPITRE 6

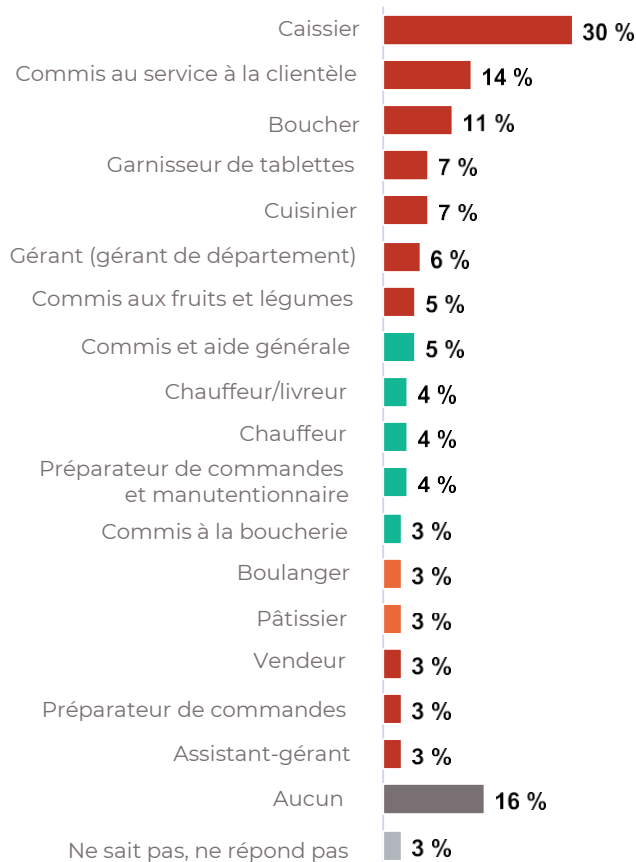
Recrutement
et rétention



PRINCIPAUX POSTES OÙ DES EMPLOUCHES SONT PRÉVUES



Figure 29. Principaux postes pour lesquels des embauches sont prévues au cours des 3 prochaines années¹



LES EMPLOYÉS DÉDIÉS AU SERVICE À LA CLIENTÈLE SERONT EN FORTE DEMANDE

Au cours des trois prochaines années, les besoins en main-d'œuvre seront variés. On remarque toutefois un besoin prédominant des postes de caissier et de commis au service à la clientèle.

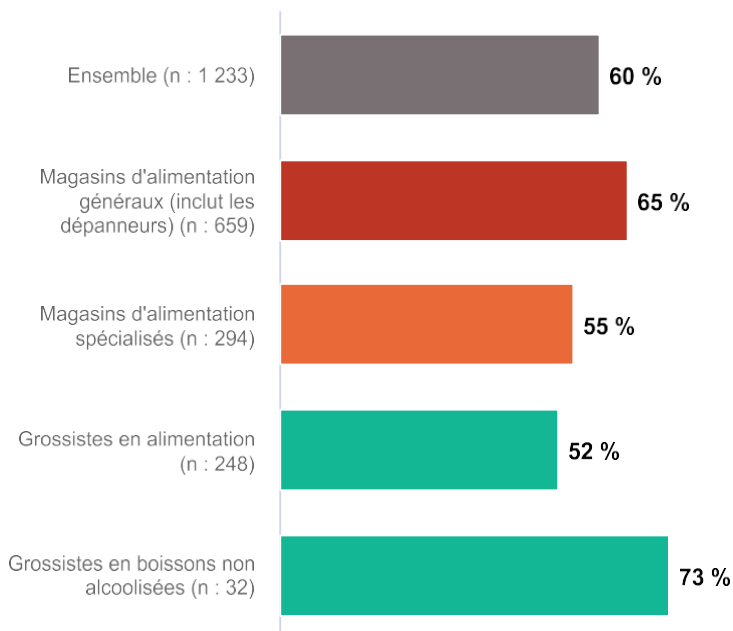
Si l'on compare les besoins exprimés par les employeurs à la part occupée par les différents postes au sein de la main d'œuvre, on constate que les besoins pour les bouchers sont particulièrement élevés, ce qui indique généralement une main-d'œuvre vieillissante ou un taux de roulement élevé.

1. Sondage SOM 2019. QC4a Au cours des 3 prochaines années, quels sont les 3 principaux postes pour lesquels vous aurez des besoins en main-d'œuvre? (Base : tous, n : 752). Seules les principales réponses sont présentées, soit < 2%.



DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

Figure 30. Proportion des embauches prévues pour lesquelles au moins un poste sera difficile à combler¹



PLUSIEURS DIFFICULTÉS PRÉVUES

Les employeurs voient la situation du recrutement avec lucidité. En effet, ces derniers prévoient des difficultés d'embauche pour au moins un poste dans la majorité des embauches prévues. Par exemple, si un établissement prévoit des difficultés pour recruter au moins un des postes de caissier, ce poste est comptabilisé comme un poste avec présence de difficulté d'embauche. Dans le diagramme ci-dessus, on voit que la majorité (60 %) des situations d'embauche vont donner lieu à au moins un poste difficile à combler. Les employeurs prévoient des difficultés plus aiguës pour les postes de commis à la charcuterie, de boucher et de poissonnier. On prévoit un peu moins de difficulté pour les postes les plus demandés soit ceux de caissier et de garnisseur de tablettes. Pour les bouchers et les caissiers, la commande est de taille. En effet, on a besoin de remplacer plus du tiers de la main-d'œuvre actuelle sur une période de trois ans.

Tableau 23. Niveau de difficulté de recrutement pour les embauches prévues dans le secteur

Postes	Niveau de difficulté de recrutement pour les postes où l'on prévoit des embauches	Nombre de postes en demande (sur trois ans) ²
Commis à la charcuterie (n : 23)	91%	970
Boucher (n : 126)	87%	2 385
Poissonnier (n : 16)*	82%	495
Chauffeur/livreur (n : 35)	73%	900
Commis aux fruits et légumes (n : 52)	72%	1 720
Commis au prêt-à-manger (n : 17)*	70%	630
Cuisinier (n : 64)	68%	1 185
Boulangier (n : 19)*	63%	490
Caissier (n : 221)	63%	12 595
Chauffeur (n : 42)	62%	940
Garnisseur de tablettes (n : 66)	61%	3 325

*Résultats à interpréter avec prudence en raison du faible nombre de réponses à cette question (<30).

1. Sondage SOM 2019. QC6a, QC6b et QC6c Envisagez-vous des difficultés à pourvoir le poste de...? (Base : situations d'embauche prévues, n : 1 233).

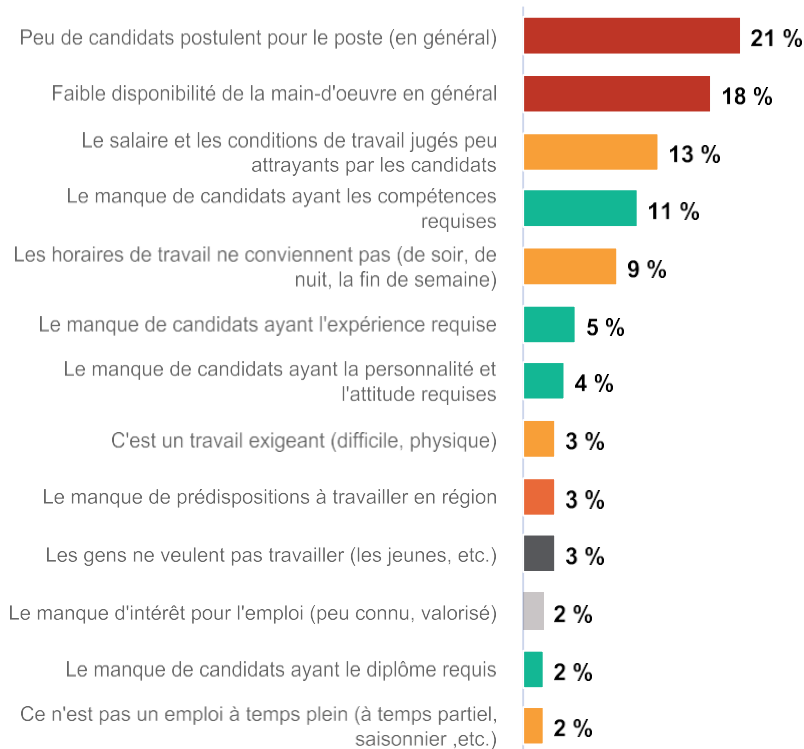
2. Sondage SOM 2019. QC5a, QC5b et QC5c De combien de... aurez-vous besoin au cours des 3 prochaines années? (Base : situations d'embauche prévues sans la non-réponse, n : 1 158).



RAISONS DES DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT



Figure 31. Principales raisons des difficultés de recrutement pour les éventuelles embauches¹



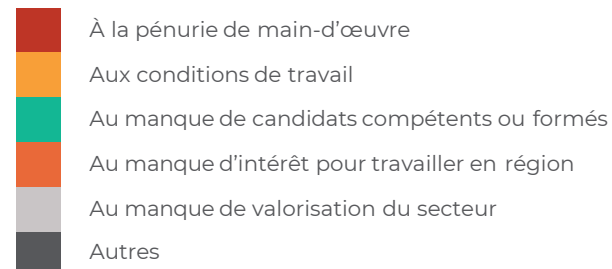
PÉNURIE DE MAIN-D'ŒUVRE, SALAIRE ET CONDITIONS DE TRAVAIL CAUSENT DES DIFFICULTÉS

Les principales raisons des difficultés de recrutement concernent la faible quantité des candidatures reçues pour les postes ou la faible disponibilité de la main-d'œuvre.

Le salaire et les conditions de travail jugés peu attrayants et le manque de compétence des candidats jouent également un rôle important dans ces difficultés de recrutement.

Selon les intervenants interrogés, les magasins en alimentation reçoivent peu ou pas du tout de curriculum vitae pour les postes de boucher, de poissonnier et de boulanger. Le manque d'intérêt pour ces emplois s'expliquerait par les bas salaires, les tâches physiques et exigeantes, de même que le fait de devoir manipuler les aliments (découpe d'animal et de poisson). Les horaires atypiques sont aussi critiqués (ex. : quarts de soir, de fin de semaine et tôt le matin dans le cas d'un boulanger).

Raisons liées...



1. Sondage SOM 2019. QC7a, QC7b et QC7c Pourquoi envisagez-vous des difficultés de recrutement pour ce poste? (base : situations d'embauche prévues où l'on prévoit des difficultés, n : 791). Seules les principales réponses sont présentées, soit > 1 %.



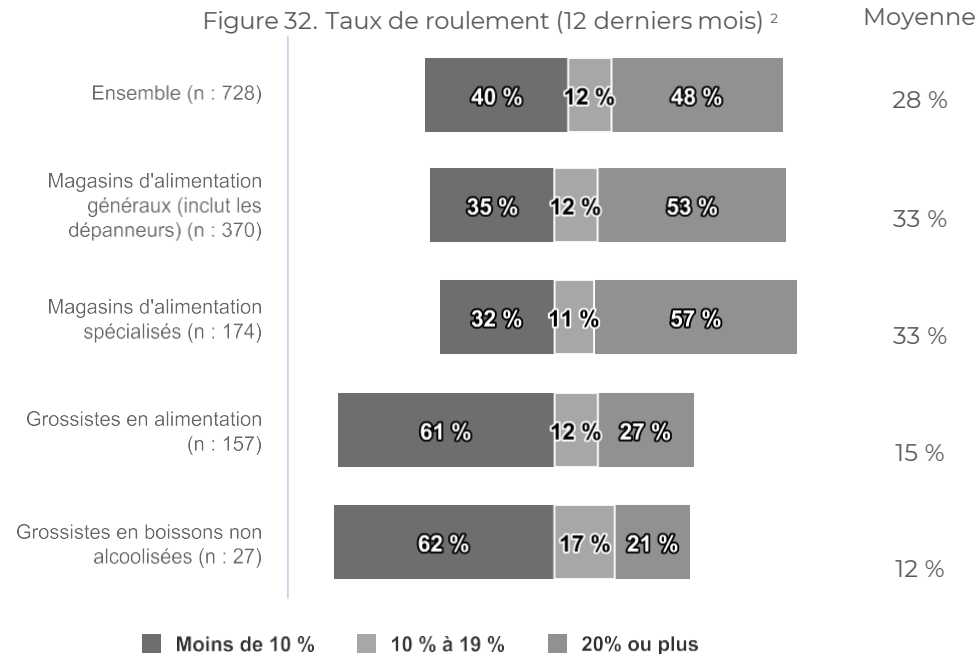
TAUX DE ROULEMENT



TAUX DE ROULEMENT SUPÉRIEUR À LA MOYENNE

La majorité des établissements du secteur ont un taux de roulement de 10 % et plus, ce qui se situe au-dessus du taux de roulement moyen mesuré par la firme de ressources humaines Proxima Centauri¹. L'enquête réalisée en 2018 auprès de plus de 800 entreprises révèle que 58 % des entreprises ont un taux de roulement inférieur à 10 %.

Le taux de roulement moyen par établissement mesuré par SOM est de 28 %. Il est plus élevé chez les magasins d'alimentation (33 %) et moins élevé chez les grossistes en alimentation et en boissons non alcoolisées (respectivement 15 % et 12 %).



1. Gestion Proxima Centauri, Enquête sur l'attraction et le recrutement au Québec en 2018, juin 2019.

2. Sondage SOM 2019. QC8B1 Au cours des 12 derniers mois, combien d'employés ont quitté l'établissement de façon permanente, incluant les départs volontaires et involontaires? Quel a été le nombre maximal d'employés au cours des 12 derniers mois en incluant tous les cadres et dirigeants? (base : tous excluant la non-réponse, n : 728)



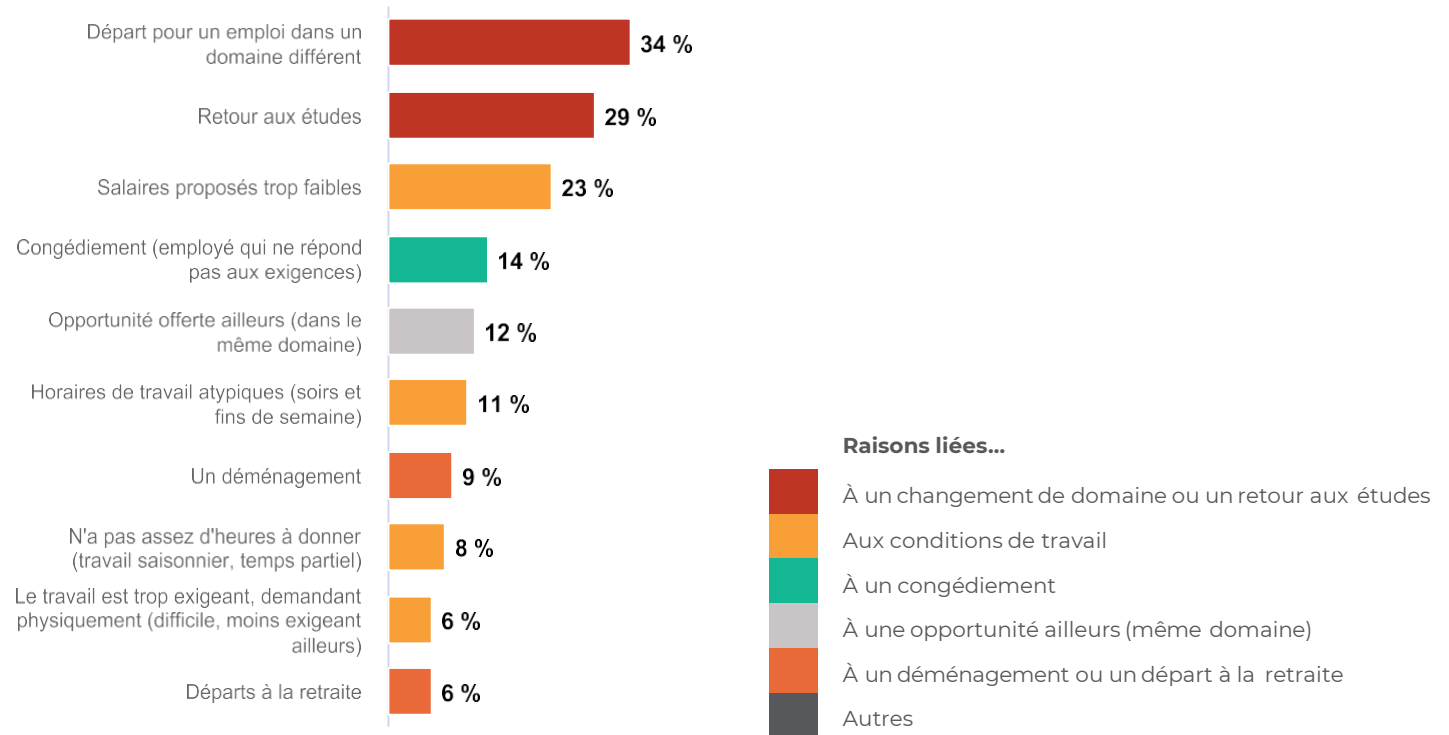
CAUSES DES DÉPARTS



CHANGEMENT DE DOMAINE OU LE RETOUR AUX ÉTUDES

Les principales raisons évoquées pour lesquelles les employés quittent l'établissement de façon définitive sont : le départ pour un emploi dans un autre domaine ou le retour aux études (respectivement 35 % et 29 %). Plusieurs évoquent aussi que les salaires offerts sont trop faibles (23 %).

Figure 33. Principales raisons pour lesquelles les employés quittent l'entreprise de façon permanente¹



1. Sondage SOM 2019. QC9a Selon vous, pour quelles principales raisons les employés quittent-ils votre établissement de façon permanente? (base : tous ceux qui ont eu des départs au cours des 12 derniers mois, n : 526) Seules les principales réponses sont présentées.



RÉTENTION DES JEUNES EMPLOYÉS



DIFFICILE DE RETENIR LES JEUNES DANS DES EMPLOIS NON SPÉCIALISÉS

Selon plusieurs intervenants, un des principaux défis des magasins d'alimentation et des magasins spécialisés est de retenir les jeunes pour les postes de caissier et de commis de département à temps partiel.

Les horaires de soir et de fin de semaine, le peu de congés, le travail avec la clientèle, les bas salaires, le manque d'intégration et la quantité d'offres d'emplois disponibles sur le marché sont des raisons souvent évoquées pour expliquer les difficultés à retenir les jeunes.

« Les gens choisissent une formation en fonction des conditions et du salaire. C'est plus payant travailler à la SAQ ou dans un service de garde. Dans notre secteur, c'est aussi un travail exigeant physiquement. Donc, on a beaucoup d'étudiants pour pourvoir nos postes.

Les jeunes ne restent pas. Ils vont changer pour quelques sous de l'heure de plus.

Ils n'ont pas de sentiment d'appartenance, quand ça ne fait plus ils partent. Ils ont du choix dans les emplois. Ils ne veulent pas faire beaucoup d'heures, ils sont indépendants. C'est exigeant aussi de satisfaire le client. Ce n'est pas fait pour tout le monde. »



FAIRE PREUVE DE CRÉATIVITÉ POUR LA RÉTENTION DE MAIN-D'ŒUVRE



Dans un tel contexte, les entreprises tentent diverses approches pour retenir leurs employés. Voici des exemples de mesures qui semblent assez bien fonctionner selon certains intervenants du secteur :

- La reconnaissance des employés
- Une ambiance de travail agréable
- Des activités sociales
- La flexibilité des horaires
- L'embauche d'un plus grand nombre d'employés à temps partiel
- La hausse du salaire
- L'organisation de tirages de semaines de congé ou de prix
- L'embauche d'une directrice des ressources humaines
- Un programme d'intégration et de parrainage à l'embauche





CHAPITRE 7

Formation de la
main-d'oeuvre



DIPLÔMÉS DES PROGRAMMES DE FORMATIONS LIÉS AU SECTEUR

UN DÉCLIN DES DIPLÔMÉS DANS LA MAJORITÉ DES PROGRAMMES



On compte 9 principaux programmes de formation liés au commerce de l'alimentation. Cinq de ces 9 programmes ont connu un déclin de leur nombre de diplômés depuis 2015. D'ailleurs, notons que les établissements sondés estiment qu'ils auront besoin de près de 2 500 bouchers au cours des trois prochaines années. Or, le nombre de diplômés au programme de formation de Boucherie de détail poursuit son déclin (-12 %) et sera loin de suffire à la demande.

Tableau 24. Évolution du nombre de diplômés des programmes de formation liés au commerce de l'alimentation^{1,2,3}

Type de diplôme	Type de formation	Programme	2015	2016	2017	2018	TCAM
ASP	Professionnelle	Cuisine du marché	114	126	126	141*	7 %
DEP	Professionnelle	Boucherie de détail	267	238	218	184*	-12 %
DEP	Professionnelle	Boulangerie	113	122	86	124*	3 %
DEP	Professionnelle	Cuisine	1 361	1 227	1 233	1 111*	-7 %
DEP	Professionnelle	Pâtisserie	515	485	407	406*	-8 %
AEC	Technique	Gestion de commerces	40	15	64*	ND	26 %
DEC	Technique	Gestion de commerces	863	911	837*	ND	-2 %
Attestation Universitaire	Universitaire	Agroéconomie et distribution alimentaire	0	0	1	2*	--
Certificat	Universitaire	Commerce de détail	17	14	1	ND	--

*Données provisoires.

1. MÉES, TSEP, DGSEG, DIS, Portail informationnel, système Charlemagne. [données au 7 février 2019].

2. MÉES, TSEP, DGSEG, DIS, Portail informationnel, SYSEC. [données au 23 février 2019].

3. MÉES, TSEP, DGSEG, DIS, Portail informationnel, système GDEU [données au 10 mai 2019].



INSERTION PROFESSIONNELLE DES DIPLÔMÉS

DES DÉBOUCHÉS DANS LE DOMAINE DE FORMATION



La majorité des diplômés des programmes de formation professionnelle occupent un emploi. Cet emploi est généralement à temps plein et lié à leur formation. Comparativement à leur filière respective, les programmes de DEP et DEC liés au commerce de l'alimentation impliquent une moins longue période de recherche d'emploi pour les diplômés qui travaillent maintenant à temps plein. Par contre, la rémunération est moins avantageuse que pour la moyenne des programmes de DEP et DEC.

Tableau 25. Statistiques sur l'insertion professionnelle des DEP et DEC liés au commerce de l'alimentation^{1,2}

	Boucherie de détail	Boulangerie	Cuisine	Cuisine de marché	Pâtisserie	Vente-conseil	Filière DEP	Gestion de commerces	Filière DEC
En emploi	82 %	51 %	73 %	74 %	69 %	69 %	74 %	32 %	59 %
À la recherche d'un emploi	7 %	18 %	5 %	0 %	4 %	8 %	10 %	2 %	4 %
Aux études	9 %	26 %	17 %	22 %	21 %	18 %	12 %	64 %	35 %
Taux de chômage	8 %	26 %	7 %	0 %	6 %	10 %	12 %	6 %	7 %
Proportion des diplômés dont l'emploi est à temps plein	88 %	91 %	84 %	92 %	80 %	84 %	85 %	78 %	79 %
Diplômés en emploi et à temps plein									
Salaire hebdomadaire brut moyen (\$)	558 \$	546 \$	603 \$	583 \$	511 \$	675 \$	724 \$	651 \$	712 \$
En lien avec la formation	80 %	82 %	81 %	91 %	66 %	72 %	75 %	68 %	79 %
Durée de la recherche (semaines)	1	3	2	1	2	3	4	6	7

1. Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, La relance au collégial en formation technique. Tableau 5 Situation des personnes titulaires d'un diplôme d'études collégial (DEC) pour la formation technique, par programme et selon le sexe, pour l'ensemble du Québec, au 31 mars 2016.

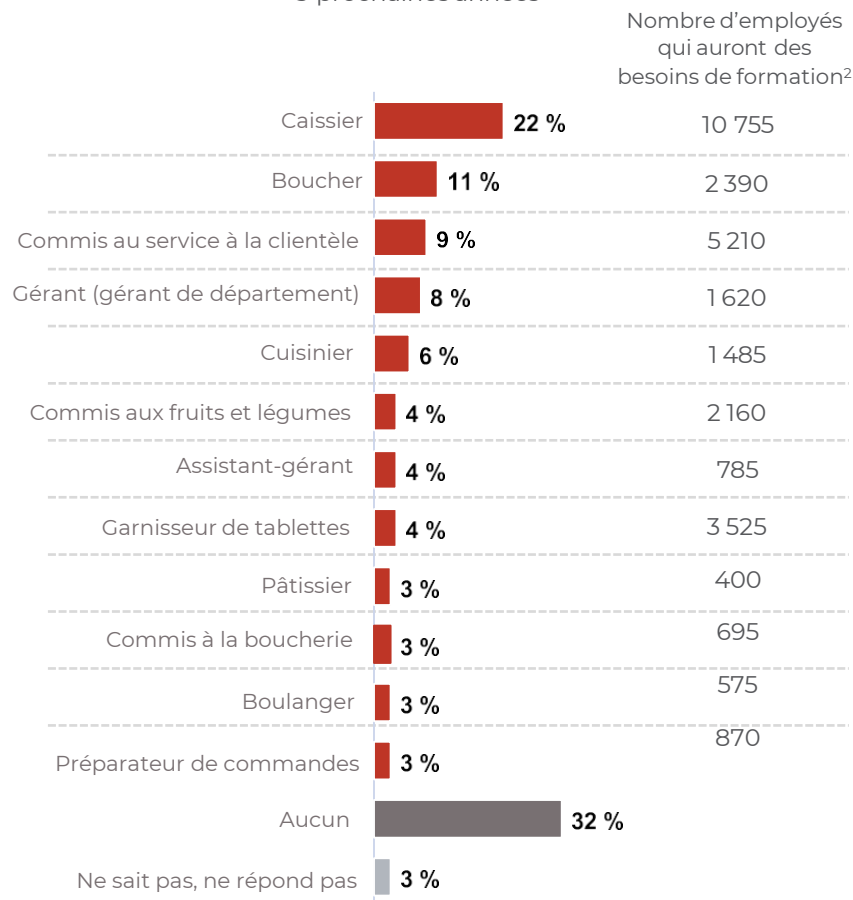
2. Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, La relance au secondaire en formation professionnelle. Tableau 5 Situation des personnes diplômées de l'enseignement secondaire professionnel, par programme et selon le sexe, pour l'ensemble du Québec, au 31 mars 2015.



BESOINS DE FORMATION



Figure 34. Postes qui auront des besoins de formation au cours des 3 prochaines années¹



D'IMPORTANTES BESOINS DE FORMATION

La majorité des établissements prévoient de la formation pour au moins un poste au cours des trois prochaines années (68 %), pour un total de près de 42 000 employés à former, tous postes confondus.

Les employeurs sondés estiment que près de 11 000 caissiers devront être formés au cours des trois prochaines années et plus de 5 000 commis au service à la clientèle.

1. Sondage SOM 2019. QD1a, QD1 et QD1 Au cours des 3 prochaines années, quels sont les 3 principaux postes pour lesquels il y aura des besoins de formation? (Base : tous, n : 752). Seules les principales réponses sont présentées, soit < 2 %.

2. Sondage SOM 2019. QD2a, QD2b et QD2c Au cours des 3 prochaines années... combien d'employés auront des besoins de formation pour le poste de...? (Base : tous, n : 752).



THÈMES DE FORMATION SOUHAITÉS PAR LES EMPLOYEURS



UNE FORMATION SUR LES CAISSES LIBRE-SERVICE ET LES PRISES DE COMMANDE SUR TABLETTE



Avec l'arrivée des caisses libre-service et l'utilisation de tablettes pour les commandes en ligne, les magasins ont davantage besoin de former leur personnel sur ces nouvelles technologies, une tendance qui s'accroîtra dans l'avenir selon les intervenants du secteur.

UNE FORMATION SUR LES FRUITS ET LÉGUMES MISE À JOUR ET PLUS ADAPTÉE AUX DISTRIBUTEURS

Il y aurait certaines lacunes au chapitre de la formation sur les fruits et légumes actuellement offerte dans les magasins et entrepôts de distribution. Avec l'arrivée de nouveaux produits et la tendance vers le bio et le local, la formation actuelle sur les fruits et légumes est jugée désuète par plusieurs intervenants du secteur. Ils proposent de la bonifier en y intégrant des notions sur l'origine des produits, le type d'agriculture (locale et biologique), des notions de manipulation et de conservation, la valeur nutritive (aliments frais et congelés) ainsi que les insecticides utilisés lors de la production.

Tableau 26. Thèmes de formation selon les postes pour lesquels des besoins sont identifiés¹

Formation...	Caissier (n : 158)	Commis au service à la clientèle (n : 62)	Boucher (n : 122)	Garnisseur de tablettes (n : 34)	Cuisinier (n : 59)	Gérant (n : 62)	Commis aux fruits et légumes (n : 45)	Préparateur de commandes (n : 26)
Sur l'utilisation d'une caisse	57 %	6 %					2 %	
En cuisine (cuisson, recette, etc.)		2 %	3 %		16 %		5 %	
En service à la clientèle	9 %	27 %	1 %	7 %			6 %	
En connaissance des produits	7 %	14 %		19 %	18 %	6 %	9 %	3 %
En découpage de la viande			41 %					
En salubrité (des aliments, hygiène et salubrité du MAPAQ)		3 %	4 %	4 %	18 %	44 %	4 %	
En gestion de personnel	1 %					6 %		
De boucherie			26 %					1 %
Sur les méthodes de travail (normes, etc.)	3 %			5 %	32 %		2 %	2 %
Sur la vente de loterie	10 %	6 %						

Besoin élevé (≥ 25 % des mentions)

Besoin modéré (≥ 10 % et < 25 % des mentions) Besoin plus

Faible (< 10 % des mentions)

1. Sondage SOM 2019. QD3a, QD3b et D3c Quel est votre principal besoin de formation pour le poste de...? (Base : tous les postes ayant des besoins de formation, n : 989).



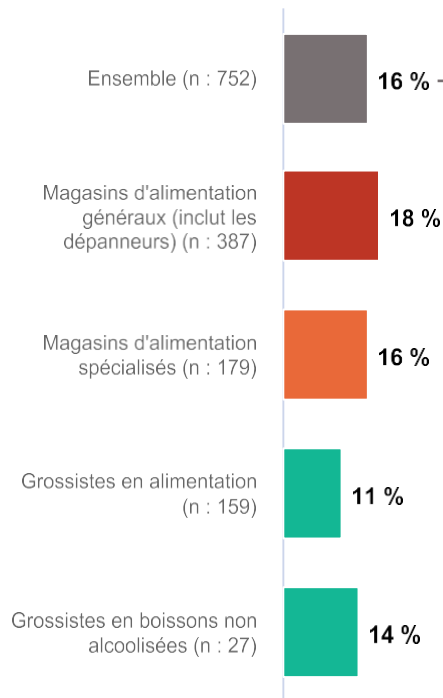
CHAPITRE 8

À propos du
CSMOCA



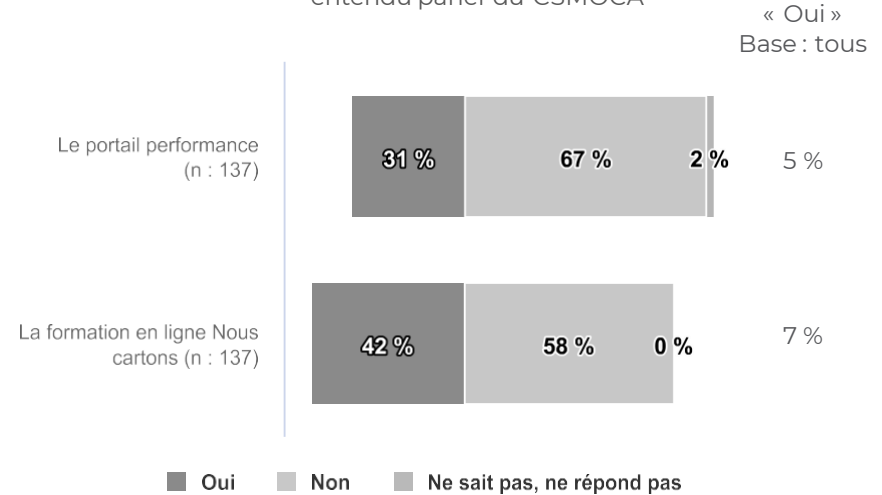
NOTORIÉTÉ DU CSMOCA ET DES OUTILS

Figure 35. Établissements qui ont déjà entendu parler du CSMOCA¹



En 2012, le taux de notoriété était de 15 %.

Figure 36. Notoriété des outils parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA²



TAUX DE NOTORIÉTÉ STABLE DEPUIS 2012

Plus d'un établissement sur dix du commerce de l'alimentation a déjà entendu parler de son comité sectoriel, taux qui est demeuré stable depuis 2012 (respectivement 16 % et 15 %). De façon générale, les établissements qui comptent plus d'employés sont plus nombreux à déjà avoir entendu parler du comité (35 % chez les entreprises de 100 employés ou plus). À l'opposé, les plus petites entreprises connaissent moins le CSMOCA.

En ce qui concerne les outils du CSMOCA, parmi ceux qui connaissent le CSMOCA, la formation en ligne « Nous cartons » est connue par environ quatre établissements sur dix tandis que le Portail performance est connu par trois établissements sur dix.

1. Sondage SOM 2019. QG1 Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu parler du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? (base : tous, n : 752)

2. Sondage SOM 2019. QG2 et QG3 Avez-vous déjà entendu parler des outils suivants offerts par le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? (base : ceux qui ont déjà entendu parlé du CSMOCA, n : 137)



SITE WEB ET OUTILS DU CSMOCA



Rappel

Figure 37. Établissements qui ont déjà entendu parler du CSMOCA¹

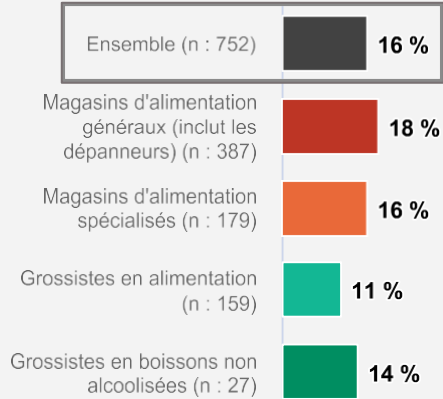


Figure 38. Utilisation des outils et/ou formations en ligne parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA³

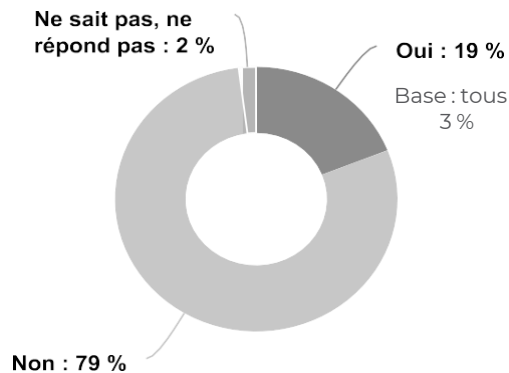


Figure 39. Consultation du site web parmi ceux qui ont déjà entendu parler du CSMOCA²



DES OUTILS À GRAND POTENTIEL

Deux établissements sur cinq qui connaissent le CSMOCA ont déjà consulté le site web et seulement un sur cinq a déjà utilisé les outils ou les formations offertes en ligne (respectivement 41 % et 19 %). Or, étant donné que la notoriété du comité est relativement faible, l'impact de ces outils sur l'ensemble du secteur pourrait être augmenté. En effet, dans le secteur en général, seulement 7 % des établissements du secteur ont déjà consulté le site web et 3 % ont utilisé les outils ou les formations.

1. Sondage SOM 2019. QG1 Avant aujourd'hui, aviez-vous déjà entendu parler du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? (base : tous, n : 752)

2. Sondage SOM 2019. QG4 Avez-vous déjà visité le site web du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? (base : ceux qui ont déjà entendu parlé du CSMOCA, n : 137)

3. Sondage SOM 2019. QG5 Au cours des trois dernières années, avez-vous utilisé les outils et/ou formations en ligne offertes par le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? (base : ceux qui ont déjà entendu parlé du CSMOCA, n : 137)



ATTENTES ENVERS LE COMITÉ

Attentes liées au mandat du CSMOCA : Valoriser le secteur, bonifier et faire connaître les formations actuelles et travailler de concert avec d'autres organisations



VALORISATION DU SECTEUR

- Faire connaître le secteur, les professions et les possibilités d'y faire carrière
- Mettre l'accent sur les augmentations progressives du salaire plutôt que sur le salaire à l'entrée
- Présenter dans des capsules vidéo, des exemples de progression de carrière, comme un emballeur devenu propriétaire ou directeur de magasin
- Miser sur les forces du secteur : secteur stable (il y aura toujours un besoin de se nourrir), normes d'hygiène élevées, travail d'équipe, implication dans la communauté, travail en contact avec les gens



COLLABORER AVEC D'AUTRES INSTANCES OU ORGANISMES POUR FACILITER LE RECRUTEMENT

- Collaborer avec les instances gouvernementales ou d'autres organismes pour élargir le programme de travailleurs étrangers agricoles à celui du commerce de l'alimentation
- Collaborer avec les instances gouvernementales ou d'autres organismes pour réduire les heures d'ouverture des magasins (ex. le dimanche comme actuellement en temps de crise)



ATTENTES ENVERS LE COMITÉ (SUITE)



BONIFIER ET FAIRE CONNAÎTRE LES FORMATIONS

- Faire davantage connaître les formations existantes, particulièrement auprès des commerces de proximité et spécialisés qui n'ont pas accès à des programmes de formation comme ceux offerts par le siège social des grandes chaînes d'alimentation
- Continuer d'organiser des conférences de partage d'expérience et de bons coups
- Mettre à jour et bonifier la formation sur les fruits et légumes pour qu'elle soit davantage adaptée aux grossistes et distributeurs (ex. en entrepôt, manipulation et conservation)
- Faire des conférences sur les bonnes habitudes de conciliation travail-famille

Nouvelles formations à élaborer

Formation sur...

- Les tendances en termes de consommation alimentaire (ex. aliments santé, bio, sans gluten, etc.)
- Les bonnes pratiques de recrutement et de rétention
- Le vin en épicerie et dépanneur et sa mise en marché
- La gestion intergénérationnelle et multiculturelle
- Les pratiques environnementales comme l'emballage et l'utilisation des contenants réutilisables pour les aliments en vrac
- Les normes de salubrité



CHAPITRE 9

Projections et
analyse
prospective



Figure 40. Évolution de la population et des ménages, Québec (en millions de \$)¹

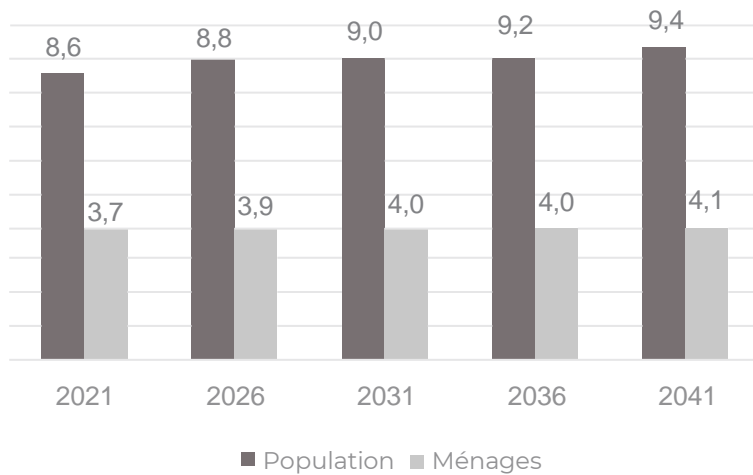
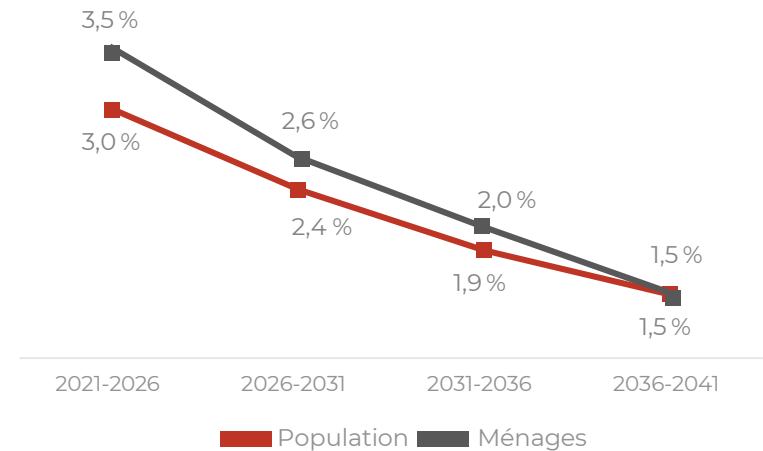


Figure 41. Taux de croissance de la population et des ménages, Québec¹



RALENTISSEMENT DU TAUX DE CROISSANCE DE LA POPULATION ET DES MÉNAGES

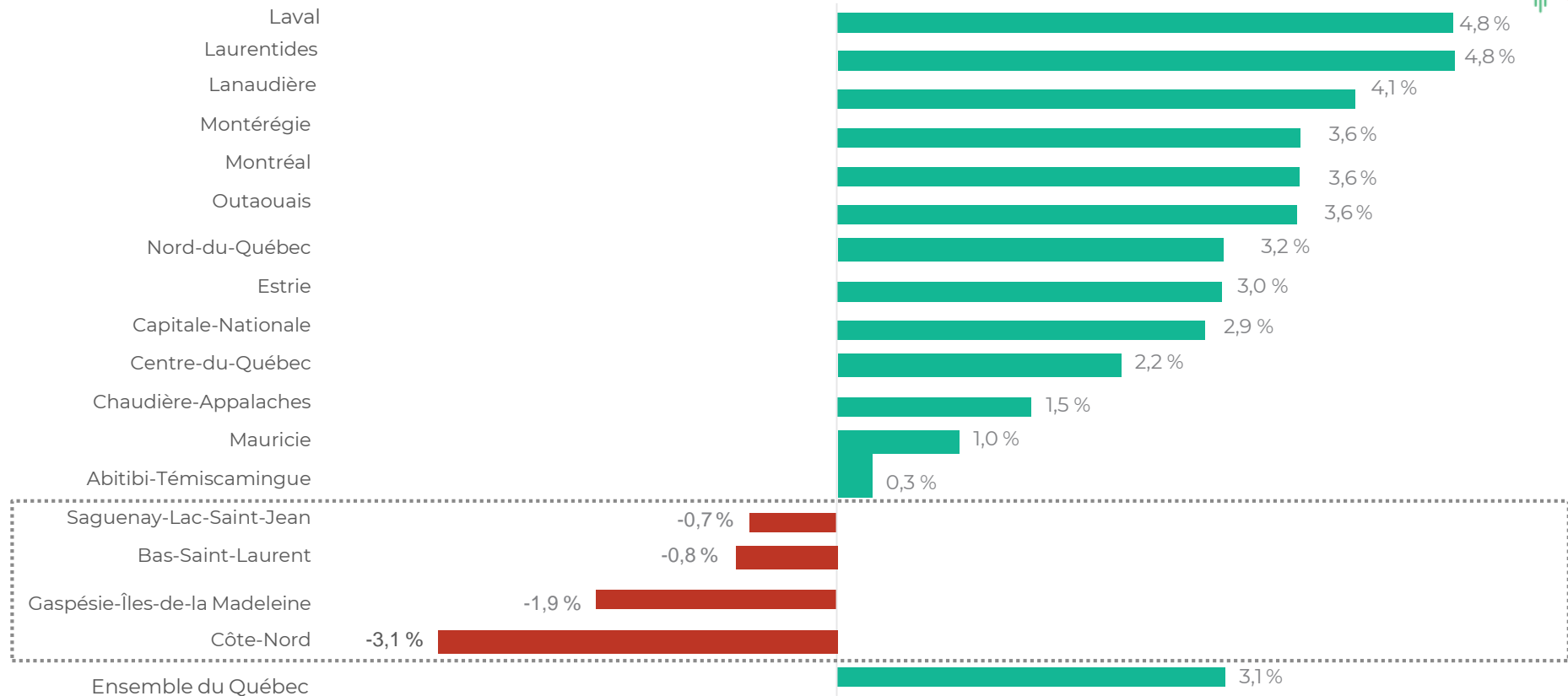
Selon les prévisions de l'ISQ, les taux de croissance de la population et des ménages connaîtront une légère baisse jusqu'en 2041. En effet, il passerait de 3,0 % en 2021-2026 à 1,5 % en 2036-2041 pour la population et de 3,5 % en 2021-2026 à 1,5 % en 2036-2041 pour les ménages. Cela étant dit, au cours de cette période, il devrait néanmoins y avoir une croissance démographique ininterrompue, soit un phénomène qui devrait stimuler les dépenses de consommation.

1. Institut de la statistique du Québec. Perspectives démographiques du Québec et des régions, 2016-2066. Édition 2019



POPULATION ET MÉNAGES

Figure 42. Variation de la population par région administrative entre 2021 et 2026¹



Pour la période de 2021 à 2026, la grande majorité des régions administratives vont connaître un taux de croissance positif de la population, variant entre 1 % et 5 %, à l'exception de l'Abitibi-Témiscamingue (0 %), le Saguenay-Lac-Saint-Jean (-1 %), le Bas-Saint-Laurent (-1 %), Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine (-2 %) et la Côte-Nord (-3 %), qui connaîtront une stabilité ou une décroissance de la population.

1. Institut de la statistique du Québec. Perspectives démographiques du Québec et des régions, 2016-2066. Édition 2019.



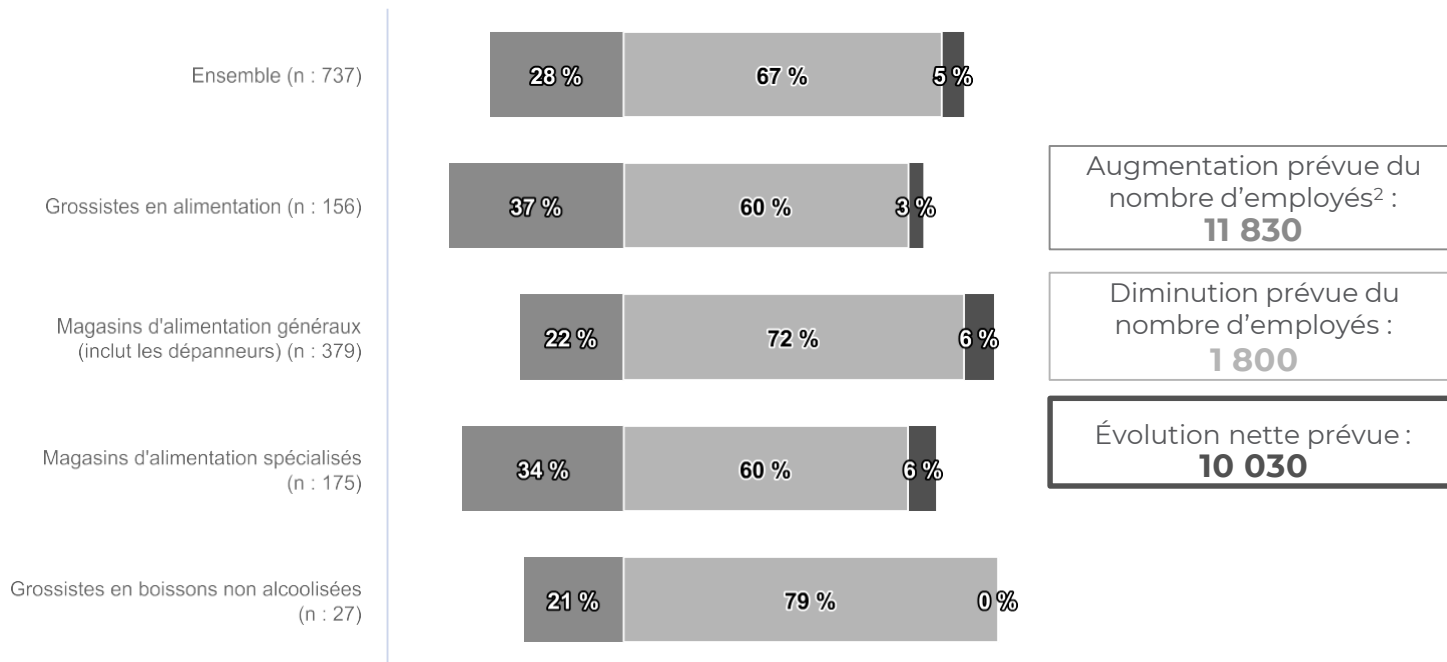
ÉVOLUTION PRÉVUE DU PERSONNEL

MAIN-D'ŒUVRE STABLE POUR LA MAJORITÉ DES ENTREPRISES

Bien que la majorité des établissements du secteur prévoient que leur personnel demeurera stable au cours des trois prochaines années, il n'en demeure pas moins que près du quart estiment qu'elles verront leur personnel augmenter. La hausse nette prévue représente environ 10 000 employés pour le secteur. Ceci correspondrait à une hausse du bassin d'employés actuel de l'ordre de 7 %, ce qui est très optimiste considérant la hausse réelle observée entre 2015 et 2019.



Figure 43. Évolution du personnel au cours des trois prochaines années¹



1. Sondage SOM 2019. QC1 Au cours des 3 prochaines années, prévoyez-vous que votre personnel au Québec va...? (Base : tous excluant la non-réponse, n : 737).

2. Sondage SOM 2019 QC2 et QC3 De combien d'employés environ au cours des 3 prochaines années? (Base : tous, n : 752).

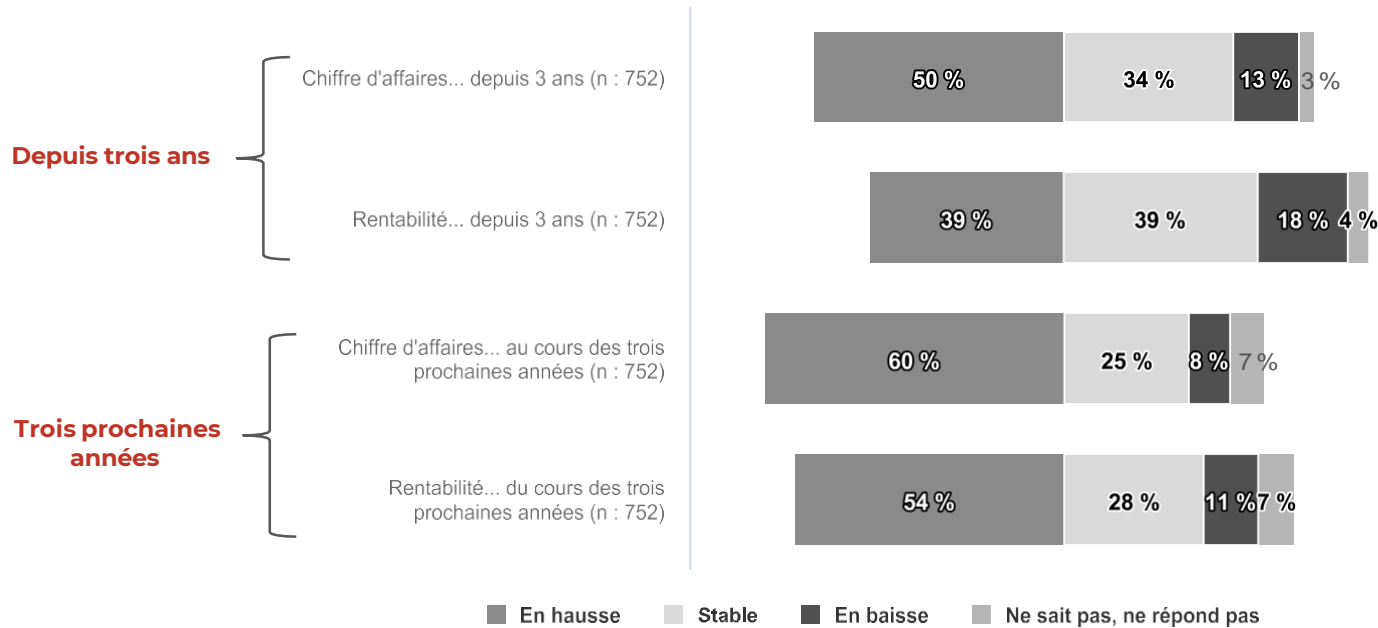


L'OPTIMISME RÈGNE



La plupart des employeurs sondés affirment que les revenus et la rentabilité ont progressé ou sont restés stables au cours des dernières années. Ils sont encore plus optimistes par rapport à ces indicateurs financiers pour les années à venir. La tendance est donc favorable.

Figure 44. Prévisions du chiffre d'affaires et de la rentabilité¹



1. Sondage SOM 2019. QH2 Depuis trois ans, votre chiffre d'affaires est-il..., QH3 Depuis trois ans, votre rentabilité est-elle..., QH4 Au cours des trois prochaines années, votre chiffre d'affaires sera-t-il..., QH5 Au cours des trois prochaines années, votre rentabilité sera-t-elle... (Oui si H2=«en hausse» et H3=«en hausse» et H4=«en hausse» et H5=«en hausse») (base : tous, n : 752)



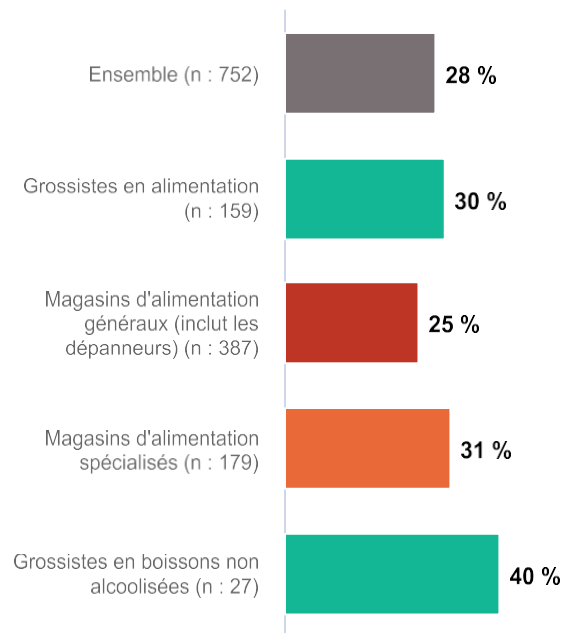
INDICE DE PERFORMANCE FINANCIÈRE



UN BASSIN NON NÉGLIGEABLE D'ENTREPRISES EN BONNE SANTÉ FINANCIÈRE

Sur une période de six ans (les trois dernières années et les trois prochaines), plus du quart des établissements déclarent ou prévoient une croissance ininterrompue de leur chiffre d'affaires et de leur rentabilité. La situation est particulièrement encourageante pour les grossistes en boissons non alcoolisées. Notons que la proportion d'entreprises en bonne santé financière augmente avec la taille et est plus élevée chez ceux qui offrent la vente en ligne (37 %). Au contraire, elle est moins élevée sur l'île de Montréal (18 %).

Figure 45. Indice de performance financière¹



Cet indicateur de performance est composé des évolutions récentes et prévues déclarées du chiffre d'affaires et de la rentabilité. Il est donc déterminé à partir des réponses aux quatre questions suivantes :

- Évolution du chiffre d'affaires depuis 3 ans
- Évolution de la rentabilité depuis 3 ans
- Évolution prévue du chiffre d'affaires d'ici 3 ans
- Évolution prévue de la rentabilité d'ici 3 ans

Dans le diagramme, les entreprises ayant répondu « en hausse » aux quatre questions sont classées dans « oui », alors que celles qui ont répondu « stable » ou « en baisse » pour au moins une des quatre questions sont classées dans « non ».

1. Sondage SOM 2019. QH2 Depuis trois ans, votre chiffre d'affaires est-il..., QH3 Depuis trois ans, votre rentabilité est-elle..., QH4 Au cours des trois prochaines années, votre chiffre d'affaires sera-t-il..., QH5 Au cours des trois prochaines années, votre rentabilité sera-t-elle... (Oui si H2=«en hausse» et H3=«en hausse» et H4=«en hausse» et H5=«en hausse») (base : tous, n : 752)



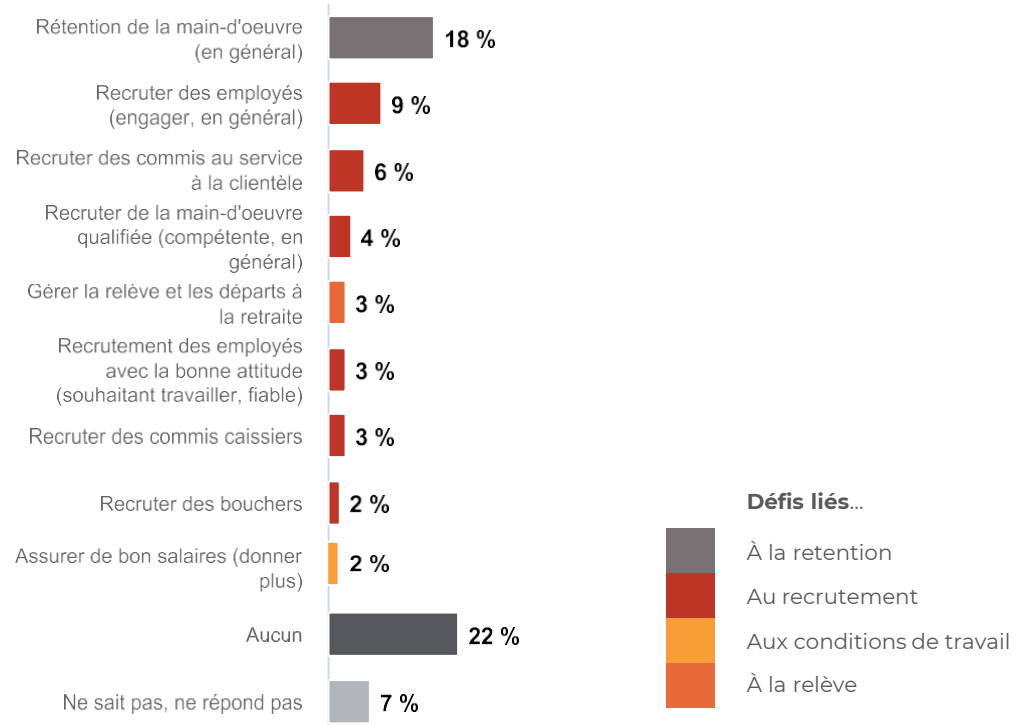
PRINCIPAUX DÉFIS DE MAIN-D'ŒUVRE



RÉTENTION ET RECRUTEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE : LE NERF DE LA GUERRE

Près d'un établissement sur cinq estime que le principal défi en matière de main-d'œuvre au cours des trois prochaines années sera la rétention du personnel (18 %). Le recrutement des employés en général est également mentionné par un employeur sur dix (9 %), tandis que le recrutement de postes spécifiques est aussi nommé : commis au service à la clientèle, commis caissier, boucher, etc. (respectivement 6 %, 3 % et 2 %).

Figure 46. Défis de main-d'œuvre au cours des trois prochaines années¹



1. Sondage SOM 2019. QFla Au cours des trois prochaines années, quel sera le principal enjeu ou défi pour votre établissement en matière de main d'œuvre? (base : tous, n : 752) Seules les principales réponses sont présentées, soit < 1%.



PRINCIPAUX DÉFIS DE MAIN-D'ŒUVRE (SUITE)

ENJEU DE RELÈVE POUR LES PROPRIÉTAIRES D'ÉPICERIE ET LES BOUCHERS EN RÉGION AINSI QUE POUR LES EMPLOIS EN DISTRIBUTION



Dans les magasins d'alimentation, les postes de gérants, superviseurs et directeurs se pourvoient généralement à l'interne, en faisant progresser les commis de département.

En région, on observe un enjeu de relève particulièrement pour les propriétaires d'épicerie et les bouchers. Comme les jeunes ont tendance à quitter les régions, la main-d'œuvre pour prendre la relève de ces postes devient de plus en plus rare.

En distribution, le problème est surtout le manque d'intérêt et de connaissance pour ce sous-secteur. Les postes d'entrée, comme le préparateur de commandes, sont moins populaires en raison de l'environnement de travail (tâches physiques, répétitives, dans un climat froid) et des horaires de soir et de nuit. Les postes de plus haut niveau, qui se font plus rares, sont généralement pourvus à l'interne en faisant progresser les acheteurs.

« Les jeunes quittent les régions, donc il n'y a pas de relève pour les propriétaires de magasin. Donc, on y va par notre réseau de contacts. On va encourager ceux qui ont déjà un magasin d'en acheter un deuxième, ou de déménager dans une autre région et l'acheter.

Pour les bouchers, on encourage la formation à l'interne ou on informe les jeunes de notre entourage pour qu'ils se forment comme boucher, mais les jeunes veulent étudier à l'université, pas devenir boucher.

Dans la distribution, les jeunes arrivent comme acheteur, ou sont formés en logistique aux HEC. Ils ne connaissent pas l'agriculture. Cela devrait être ajouté au programme, comme le fait que les fruits et légumes sont périssables! Il faut être capable de détecter ce qui est bon et pas bon, quoi faire dans les cas de sécheresse, ouragan, gel, ça ne prend pas les mêmes soins. Les jeunes doivent être envoyés sur le terrain pour comprendre la ferme du producteur et le travail en entrepôt.

Les jeunes choisissent rarement de travailler dans un petit entrepôt, dans un environnement froid. Ils préfèrent la mise en marché dans une grande entreprise comme Danone, mais il faut leur vendre l'idée de travailler pour de plus petits joueurs, près de la nature, apprendre plein de choses sur le terrain. »





PRINCIPAUX DÉFIS DE MAIN-D'ŒUVRE (SUITE)

SOLUTION ENVISAGÉE AUX DÉFIS : LE RECOURS À UNE MAIN-D'ŒUVRE ÉLOIGNÉE DU MARCHÉ DU TRAVAIL

Les entreprises se tournent de plus en plus vers des :

- Organismes d'aide à l'embauche d'immigrants;
- Retraités qui veulent faire un retour au travail à temps partiel;
- Gens avec un handicap physique;
- Personnes en réinsertion sociale.

Bien que cela exige davantage de formation, d'intégration et d'encadrement, ces personnes s'intègrent bien, sont travaillantes et demeurent longtemps avec l'entreprise. Plusieurs y voient donc une solution intéressante.



« On n'a pas le choix de charmer nos jeunes, leur donner des fois leur dimanche, les écouter et répondre à leur demande.

À l'embauche, on n'a pas le temps d'intégrer les nouveaux. Ils finissent par avoir un inconfort et c'est souvent l'horaire. Donc, ils partent. C'est pour cela que j'ai préparé un plan d'intégration pour expliquer les valeurs, les attentes, les règles, la santé et la sécurité au travail.

J'ai instauré un programme de parrainage. Pendant 2 semaines, j'ai un employé qui accompagne le nouveau dans son travail. Il apprend les tâches de son poste et ça lui permet de connaître un collègue et avoir une personne à se référer ensuite. Ça aide énormément.

Je dois me tourner vers une autre main-d'œuvre comme les travailleurs immigrants et les personnes de 55 ans et plus. Même si ça me demande une tout autre approche d'intégration, de gestion et d'encadrement, ça vaut la peine. »





AUTRES ENJEUX IDENTIFIÉS

RÉGLEMENTATION ET DISPONIBILITÉ DES PRODUITS

La réglementation entourant l'environnement et les normes de salubrité préoccupent certains intervenants. Selon eux, il sera important que les normes gouvernementales soient clairement établies et communiquées aux commerces concernant la responsabilité quant à la salubrité des emballages, comme l'utilisation des sacs et des contenants réutilisables.

Un autre enjeu demeure la disponibilité des produits. Les commerces doivent s'assurer que les produits demandés, notamment ceux en rabais, soient toujours disponibles en magasin.

« Les clients veulent des bons prix, nous posent des questions sur les produits. On doit être toujours en avance sur les tendances. Les employés doivent être bien formés pour répondre aux clients.

On ne peut pas se permettre d'être « back order », sinon le client va aller ailleurs.

Il faut que le MAPAQ soit clair dans ses normes. Qui va prendre la responsabilité si un consommateur par exemple nous donne un plat réutilisable pas propre et qu'il devient malade? Les gens nous apportent des sacs sales! C'est difficile à contrôler. »





RECOMMANDATIONS



CONSTATS

RECOMMANDATIONS

TENDANCES SECTORIELLES

1. Les revenus du commerce de détail et de gros au Québec ont connu une croissance soutenue au cours de la période étudiée. La croissance a été plus modeste pour les supermarchés et épiceries à l'échelle canadienne.



La bonne performance économique du secteur est certainement une bonne nouvelle qui mérite d'être diffusée. Le CSMOCA peut jouer un rôle de premier plan dans les efforts de communication.

2. Grâce à la belle progression du commerce de gros (hausse de plus de 3 000 emplois), le secteur du commerce de l'alimentation dans son ensemble a gagné environ 1 500 emplois au cours de la période (entre 2015 et 2019). De leur côté, les magasins d'alimentation en ont perdu environ 1 500.



La progression de l'emploi dans le secteur, même modeste, mérite également d'être communiquée. Ce type d'information lance le message à la main-d'œuvre potentielle que le secteur est stable et propice à l'emploi.

3. Les produits biologiques sont en forte demande au pays, particulièrement les fruits et légumes frais. Ce phénomène sera amplifié par l'engouement pour les produits locaux, dans la foulée de la crise de la COVID-19.



Le CSMOCA pourrait bonifier son offre de formation afin de permettre aux Détaillants de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs en matière de produits biologiques.

RÉALISÉ!



CONSTATS

RECOMMANDATIONS

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- | | | |
|---|--|---|
| 4. La rémunération dans le secteur demeure moins avantageuse que ce que les travailleurs peuvent obtenir dans d'autres secteurs de l'économie. Les employeurs font face d'ailleurs à d'importants enjeux de recrutement. | | Le CSMOCA pourrait mettre de l'avant des outils sur les mesures non économiques qui peuvent être mises en place afin de d'améliorer le recrutement et la rétention des employés. |
| 5. Avec un taux de roulement global moyen de 28 %, les employeurs font face à des défis de taille en matière de rétention. Par ailleurs, on observe un exode sectoriel important, en raison notamment des conditions de travail moins avantageuses. | | Le CSMOCA pourrait davantage mettre de l'avant les outils déjà développés pour améliorer la rétention que sont le coffre « Gérez vos employés » et le calculateur de taux de roulement. Des outils liés à la marque employeur pourrait être d'une grande valeur ajoutée dans un secteur aux prises avec tant de défis à ce chapitre. |
| 6. Malgré les tendances alimentaires changeantes des Québécois, les besoins pour la profession de boucher seront considérables au cours des prochaines années et on peut prévoir un déficit de main-d'œuvre à ce chapitre | | Le CSMOCA contribue à faire connaître les métiers pour lesquels des besoins criants sont prévisibles, incluant la profession de boucher. Des efforts en ce sens doivent être maintenus. |
| 7. Les postes de caissier, commis au service à la clientèle et boucher seront au cœur des besoins de formation prévus pour les prochaines années dans le secteur. Seulement pour ces postes, près de 20 000 employés seront à former. Dans la majorité des cas, les besoins de formation ont trait à des notions de base liées au métier. | | Les compétences liées au Service Client prennent une nouvelle importance dans le développement des compétences du futur pour un Québec prospère et inclusif. Alors que la formation « Commis 101 » aborde déjà des notions de service à la clientèle, le CSMOCA pourrait envisager d'ajouter des outils spécifiques sur le service à la clientèle dans son offre. |
| 8. Pour les aider à faire face à tous ces défis, à peine le quart des établissements du secteur ont un département ou une direction des ressources humaines au sein de leur établissement. | | Comme la notoriété des comités sectoriels et du CSMOCA reste modeste, les interventions des comités s'en trouvent limitées. Des budgets promotionnels supplémentaires pourraient être envisagés afin de mieux faire connaître le comité sectoriel par les plus petites entreprises du secteur. |



RECOMMANDATIONS (SUITE)

CONSTATS

COMMERCE ÉLECTRONIQUE

9. Moins du quart des établissements du secteur offrent à leurs clients de passer des commandes en ligne. Bien que ce service a connu un regain de popularité depuis le début de la pandémie (13 % de nouveaux utilisateurs), la majorité des nouveaux utilisateurs de ce service prévoient opter surtout pour l'achat en magasin après la pandémie.



Le CSMOCA doit accompagner les employeurs dans leur transformation numérique en communiquant clairement les besoins du secteur pour des travailleurs informatiques (ex.: webmestre, spécialiste en commerce électronique, etc.) et en offrant une formation sur les meilleures pratiques en lien avec le processus de commandes en ligne (de la prise de commande, en passant par l'assemblage et la livraison chez le client).

RÉALISÉ !

csmoca.org/covid-19/

CONTEXTE ACTUEL DE LA COVID-19

10. La crise de la COVID-19 a déjà bouleversé la manière dont les établissements gèrent leur magasin. En effet, diverses mesures d'hygiène et de distanciation sociale ont été mises en place et seront en constante évolution dans l'avenir.



Le CSMOCA doit jouer un rôle de premier plan dans la diffusion d'informations et de formations sur les meilleures pratiques en matière d'hygiène et de distanciation sociale en magasin.

RÉALISÉ !

csmoca.org/mesures-sanitaires-2/



SYNTHÈSE DES RECOMMANDATIONS

Étant donné que certains constats peuvent donner lieu à plus d'une recommandation, la matrice ci-dessous présente les différentes correspondances entre constats et recommandations.

Résumé du constat	Recommandations				
	Augmenter la notoriété du CSMOCA	Offrir des formations (les sujets varient selon le constat)	Valoriser le secteur	Valoriser les métiers (les métiers varient selon le constat)	Informers les employeurs sur les mesures non économiques
1. Croissance des revenus du secteur			X		
2. Hausse du nombre d'emplois			X		
3. Augmentation de la demande pour les produits biologiques		X			
4. Rémunération inférieure à celle des autres secteurs de l'économie			X		X
5. Taux de roulement élevé		X	X	X	X
6. Demande élevée pour le métier de boucher				X	
7. Besoins de formation considérables pour les notions de base en lien avec les métiers de caissier, commis au service à la clientèle et boucher		X			
8. Faible proportion d'établissements dotés d'une direction des ressources humaines	X	X			
9. Progression prévisible du commerce électronique		X		X	
10. Mises en place de mesures en magasin en lien avec la crise de la COVID-19		X			



CHAPITRE 10

Impacts de la covid-19
sur les détaillants

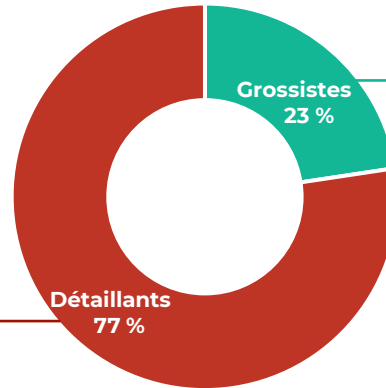


TYPES D'ÉTABLISSEMENT

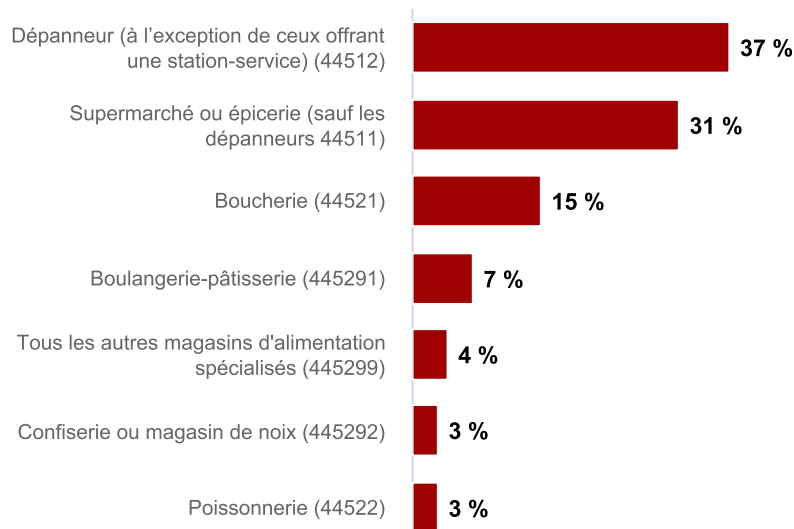
UNE MAJORITÉ DE DÉPANNEURS ET D'ÉPICERIES

Comme c'était le cas avant la pandémie, les commerces de détail de l'alimentation représentent les trois quarts des établissements avec employés de l'ensemble du secteur desservi par le CSMOCA. À eux seuls, les dépanneurs et les épicerie représentent un peu plus de la moitié des établissements couverts par le comité sectoriel (77 % x 68 %).

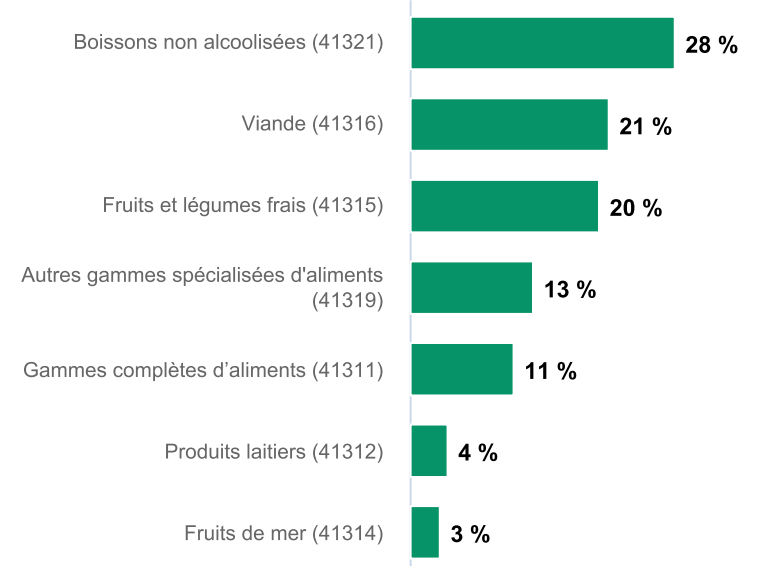
Type d'établissement¹



Type de détaillant²



Type de grossiste³



1. QA1A Quel type d'établissement êtes-vous? (Base : tous, n : 150)

2. QA1B Quel type de détaillant (ou de magasin d'alimentation spécialisé) êtes-vous principalement? (Base : détaillants, n : 114)

3. QA1C Quels types de produits offrez-vous principalement? (Base : grossistes, n : 36)



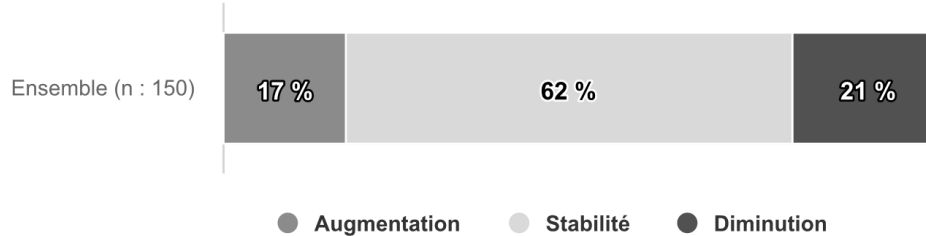
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOYÉS LORS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

UN BASSIN D'EMPLOYÉS STABLE

Près des deux cinquièmes des entreprises québécoises (39 %) ont mis à pied au moins un employé de mars à août 2020¹. Dans la dernière année, cette proportion se chiffre à un cinquième pour le secteur du commerce de l'alimentation (21 %), où le bassin global d'employés a été plutôt stable entre le début de la pandémie et février 2021.

Si on a parlé d'explosion des ventes pendant la pandémie, les commerces ont dû y faire face sensiblement avec le même bassin d'employés, souvent en leur accordant des primes. Si l'on se fie aux résultats financiers publiés par les grandes chaînes d'alimentation, le « boom » des ventes a été plus important que le coût des primes et des mesures sanitaires.

Évolution du nombre d'employés au cours de la dernière année²



	Nombre d'emplois estimé en 2019 (selon Statistique Canada)	Nombre d'emplois estimé en février 2021 (SOM)	TCAM
Ensemble	148 225	146 070	- 0,7 %
Détaillants	120 242	118 395	- 0,8 %
Grossistes	27 983	27 675	- 0,6 %

1. Institut de la Statistique du Québec. Répercussions de la pandémie de COVID-19 sur les entreprises du Québec en août 2020. <https://statistique.quebec.ca/fr/produit/publication/repercussions-pandemie-covid-19-entreprises-quebec-aout-2020>

2. QEVOL Évolution B1 (nombre d'employés février 2021) moins B2 (nombre d'employés février 2020) Base : tous.

(QB1 Combien avez-vous d'employés présentement au sein de votre établissement?, QB2 Juste avant la pandémie, soit en février 2020, combien aviez-vous d'employés au sein de votre établissement?)



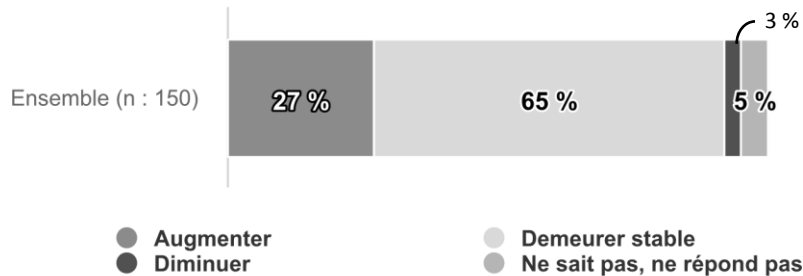
ÉVOLUTION DU NOMBRE D'EMPLOYÉS POUR LES 3 PROCHAINES ANNÉES

UNE AUGMENTATION PRÉVUE DU BASSIN DE MAIN-D'OEUVRE

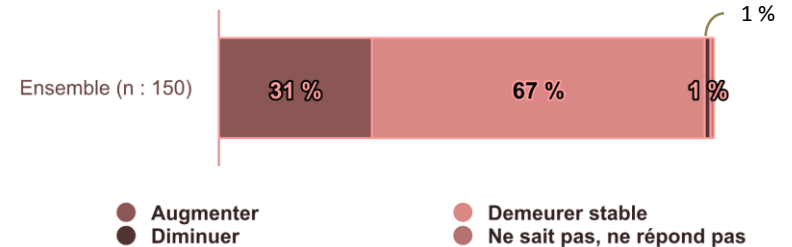
Globalement, le secteur s'attend à une augmentation de 11 250 employés sur un horizon de trois ans, ce qui représente une croissance potentielle de 8 % par rapport au bassin de main d'œuvre actuel. À raison d'environ 3 750 nouveaux employés (variation nette) par année, ce rythme attendu est nettement au-dessus de la réalité observée au Québec au cours des dernières années, alors que l'augmentation annuelle se situe généralement entre 1 000 et 2 000 nouveaux employés par an, et même moins certaines années. Notons que près de la moitié de la croissance attendue provient des grossistes alors que le bassin de main d'œuvre de ces derniers représente à peine 20 % du total sectoriel.

Si la pandémie a eu un impact, c'est d'augmenter un peu les prévisions relatives au bassin de main d'œuvre. En effet, lors du diagnostic 2019, on estimait l'augmentation nette à environ 10 000 sur un horizon de trois ans (comparativement à 11 250 en février 2021).

Évolution du nombre d'employés au cours des 3 prochaines années¹
(Réponses données en 2019)



Évolution du nombre d'employés au cours des 3 prochaines Années² (Réponses données en février 2021)



	Augmentation prévue de...	Diminution prévue de...	Variation nette
Ensemble	11 725	475	11 250
Détaillants	6 180	345	5 835
Grossistes	5 545	130	5 415

1. QC119295F Prévoyait à l'automne 2019 que le personnel allait... Base : tous, n : 150, Diagnostic sectoriel du commerce de l'alimentation, SOM, mai 2020.
 2. QC1 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 : 150.
 QC2 De combien d'employés environ au cours des 3 prochaines années? Base : ceux qui prévoient une augmentation du nombre d'employés, n : 46. QC3 De combien d'employés environ au cours des 3 prochaines années? Base : ceux qui prévoient une diminution du nombre d'employés, n : 3.



TAUX DE ROULEMENT

UN TAUX DE ROULEMENT SIMILAIRE À 2019

Avec un peu plus de 30 000 départs en 2020, on estime le taux de roulement moyen par entreprise à 27 %, soit un taux équivalent à celui observé dans le cadre du diagnostic sectoriel réalisé à l'automne 2019. Le taux de roulement est toutefois plus élevé chez les grossistes en comparaison avec le diagnostic (29 % contre 15 %). Il faut interpréter les résultats émanant des grossistes avec prudence, car ils sont basés sur seulement 35 répondants.

Départs et taux de roulement par type d'établissement¹

	Nombre de départs 2020	Taux de roulement 2020	Taux de roulement 2019
Ensemble (n : 147)	31 135	27 %	28 %
Détaillants (n : 112)	25 655	26 %	33 %
Grossistes (n : 35)	5 815	29 %	15 %

1. QC11 Au cours des 12 derniers mois, combien d'employés ont quitté l'établissement de façon permanente, incluant les départs volontaires et involontaires? (ex. départs involontaires : mises à pied, abolition de poste, etc.) Base : tous excluant la non-réponse.



POSTES VACANTS

UN TAUX DE POSTE VACANT SUPÉRIEUR À LA MOYENNE QUÉBÉCOISE

On estime à environ 8 225 le nombre de postes vacants au sein du secteur au moment du sondage (février 2021), soit un taux de postes vacants 5,3 %, supérieur à ce que l'on observe au Québec (généralement autour de 3,5 %¹). Ce taux plus élevé peut s'expliquer notamment par les conditions de rémunération moins attractives qui prévalent au sein de la plupart des commerces de l'alimentation par rapport à d'autres secteurs de l'économie. Il peut aussi être attribuable à la croissance des ventes pendant la pandémie, qui stimule les besoins pour une main d'œuvre additionnelle. Notons que 30 % des postes vacants sont du côté des grossistes, qui emploient pourtant un peu moins de 20 % de la main d'œuvre.

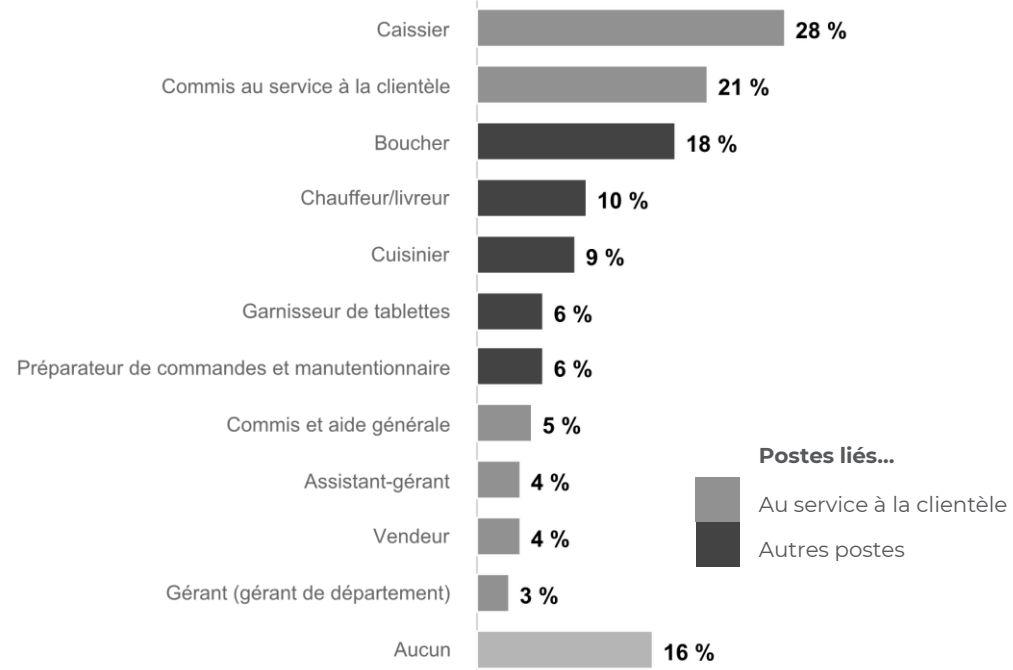
Les principaux postes pour lesquels les employeurs ont des besoins en main-d'œuvre sont principalement des emplois liés au service à la clientèle.

Nombre de postes vacants par type d'établissement²

	Nombre de postes vacants (février 2021)	Taux de postes vacants
Ensemble (n : 149)	8 225	5,3 %
Détaillants (n : 113)	5 750	4,6 %
Grossistes (n : 36)	2 475	8,2 %

1. Statistique Canada. Tableau 14-10-0325-01 Postes vacants, employés salariés, taux de postes vacants et moyenne du salaire offert selon les provinces et territoires, données trimestrielles non désaisonnalisées.
2. QC4 Combien avez-vous de postes vacants présentement à l'établissement où j'appelle (tous postes confondus)? Base : tous excluant la non-réponse, n : 149.
3. QC5ar Quels sont les 3 principaux postes pour lesquels vous avez des besoins en main-d'œuvre? Base : tous, n : 150.

10 principaux postes pour lesquels il y a un besoin en main-d'œuvre³





NOUVELLES EXIGENCES EN LIEN AVEC LA COVID-19

Principales nouvelles exigences liées aux 10 principaux postes à pourvoir¹

10 principaux postes à pourvoir	Principales nouvelles exigences
Caissier (n : 39)	Port d'équipement de protection (21 %) Application des consignes sanitaires (11 %)
Commis au service à la clientèle (n : 30)	Application des consignes sanitaires (13 %)
Boucher (n : 32)	Avoir l'expérience nécessaire (les qualifications requises; 9 %)
Chauffeur/livreur (n : 14)	Port d'équipement de protection (14 %) Nettoyage des aires de travail (hygiène, désinfectant; 14 %) Avoir des disponibilités supplémentaires (soir et fin de semaine; 11 %) Avoir de bonnes capacités cognitives (comprendre les consignes; 11 %)
Cuisinier (n : 14)	Avoir des disponibilités supplémentaires (soir et fin de semaine; 13 %)
Garnisseur de tablettes (n : 12)	Application des consignes sanitaires (6 %) Nettoyage des aires de travail (hygiène, désinfectant; 6 %) Avoir des disponibilités supplémentaires (soir et fin de semaine; 6 %)
Préparateur de commandes et manutentionnaires (n : 11)	Être en bonne forme physique (capacité à soulever des charges; 9 %)
Commis et aide générale (n : 8)	Application des consignes sanitaires (20 %) Être en bonne forme physique (capacité à soulever des charges; 13 %) Obtenir un résultats négatif à un test de COVID-19 (13 %)
Vendeur (n : 6)	Port d'équipement de protection (19 %) Lavage des mains (19 %) Respecter la distanciation sociale (19 %) Application des consignes sanitaires (18 %)
Assistant-gérant (n : 11)	Suivre une formation offerte par l'employeur (16 %) Avoir une bonne attitude (15 %)
Gérant (gérant de département) (n : 7)	Avoir l'expérience nécessaire (les qualifications requises; 22 %) Être fiable (digne de confiance, honnête; 22 %) Nettoyage des aires de travail (hygiène, désinfectant; 12 %) Avoir des compétences en matière de technologie (internet, vente en ligne; 12 %) Faire preuve de leadership (12 %)

1. QC6.1a, C7.1a et C8.1a Quelles nouvelles exigences en lien avec la COVID-19 avez-vous pour les postes de [...] à combler ?

Exigences liées...



Aux consignes sanitaires

Aux aptitudes, capacités ou à la disponibilité



NOUVELLES EXIGENCES EN LIEN AVEC LA COVID-19 (SUITE)

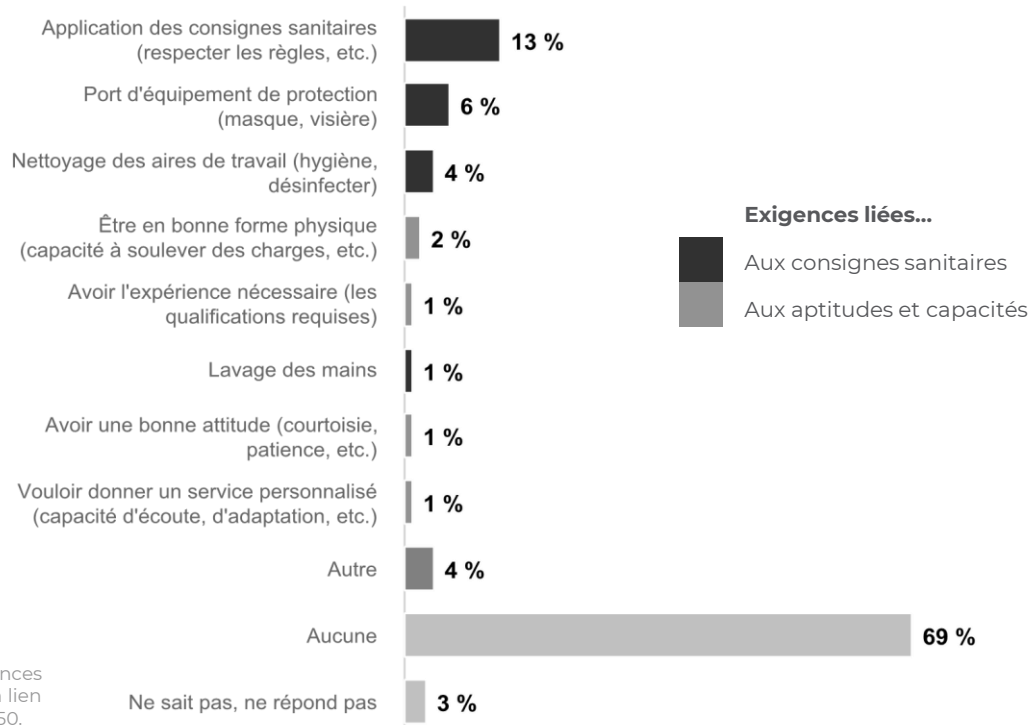
LE RESPECT ET LA MISE EN APPLICATION DES CONSIGNES SANITAIRES

La page précédente présente les 10 principaux postes pour lesquels les employeurs ont des besoins de main-d'œuvre et les nouvelles exigences propres à chaque poste découlant de la COVID-19. Les exigences liées aux consignes sanitaires, la disponibilité accrue et la bonne forme physique sont au cœur des attentes à l'égard des employés.

Pour l'ensemble du personnel déjà à l'emploi, on constate également que les nouvelles exigences concernent principalement les consignes sanitaires. Par exemple, 13 % des répondants soulignent l'application des consignes sanitaires de manière générale. Dans une moins mesure, d'autres évoquent l'importance du port d'équipement de protection, le nettoyage des plans de travail ou le lavage des mains.

Nouvelles exigences pour le personnel en lien avec la COVID-19¹

Plusieurs mentions possibles



1. QCT0ar Quelles nouvelles exigences avez-vous pour votre personnel en lien avec la COVID-19? Base : tous, n : 150.

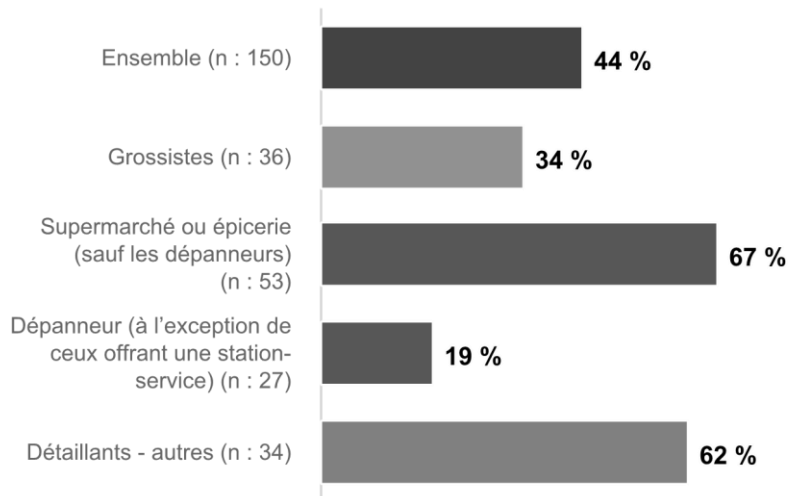


DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT

DES DIFFICULTÉS PRÉVUES

Parmi les 3 principaux postes pour lesquels les employeurs ont des besoins en main-d'œuvre, 44 % envisagent des difficultés à pourvoir au moins un de ces postes. Cette difficulté à recruter semble être plus critique pour les supermarchés, les épiceries et les autres détaillants en alimentation (sauf les dépanneurs). En analysant les difficultés à pourvoir chacun des postes cités le plus fréquemment, on constate que le recrutement semble plus difficile pour les postes de gestion (assistant-gérant et gérant), les bouchers et les cuisiniers.

Prévoit des difficultés pour au moins un des 3 postes à pourvoir¹
% oui



Prévoit des difficultés pour les 10 principaux postes à pourvoir²

10 principaux postes à pourvoir	Envisage des difficultés à pourvoir le poste % oui
Assistant-gérant (n : 11)	100 %
Gérant (gérant de département) (n : 7)	100 %
Boucher (n : 32)	84 %
Cuisinier (n : 14)	65 %
Chauffeur/livreur (n : 14)	52 %
Commis au service à la clientèle (n : 30)	48 %
Vendeur (n : 6)	45 %
Commis et aide générale (n : 8)	30 %
Garnisseur de tablettes (n : 12)	27 %
Caissier (n : 39)	24 %
Préparateur de commandes et manutentionnaires (n : 11)	17 %

Postes liés...

- Au service à la clientèle
- Autres postes

1. QC6r Envisagez-vous des difficultés à pourvoir ces postes? .
2. QC6.2, C7.2 et C8.2 Envisagez-vous des difficultés à pourvoir ces postes de ...?

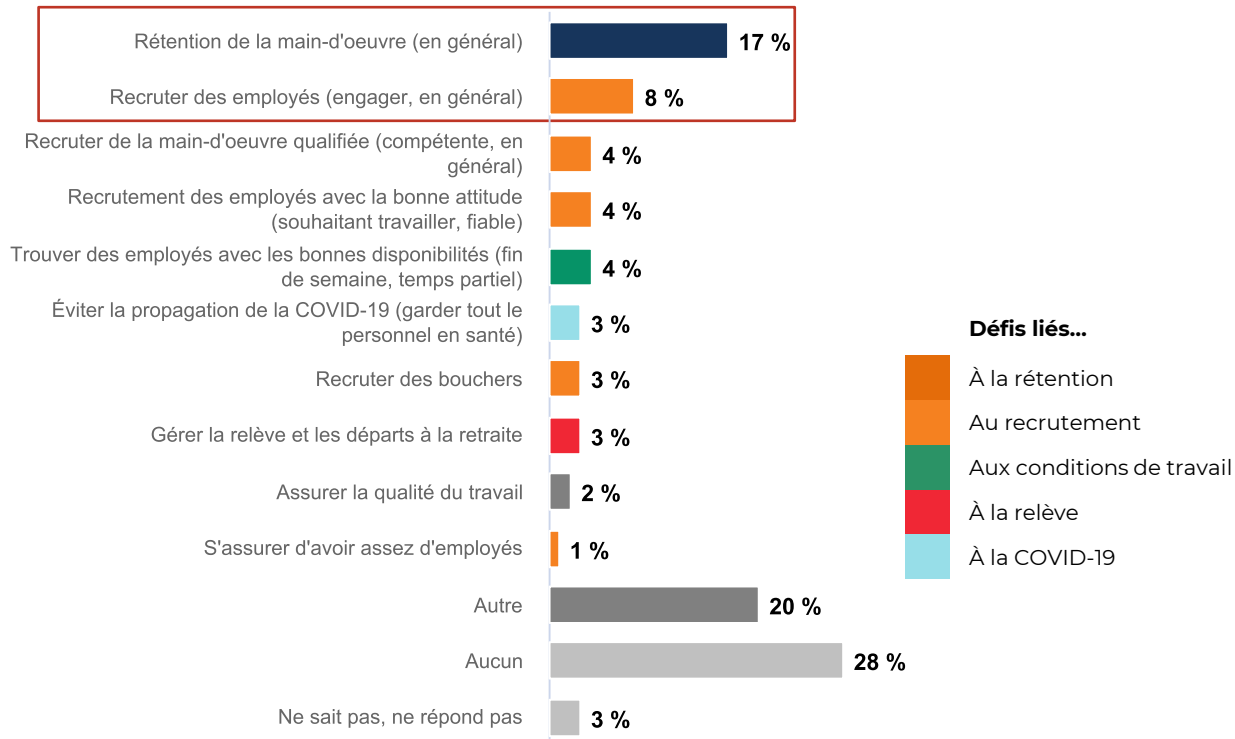


PRINCIPAUX DÉFIS EN MATIÈRE DE MAIN-D'ŒUVRE

RÉTENTION ET RECRUTEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE, TOUJOURS LE NERF DE LA GUERRE

Les deux principaux enjeux les plus mentionnés sont les mêmes que ceux mesurés lors du diagnostic sectoriel, c'est-à-dire la rétention de la main-d'œuvre (17 %) et le recrutement des employés (8 %). Les défis liés à la COVID-19 sont incontournables mais très peu d'employeurs les identifient comme l'enjeu principal.

Principaux enjeux ou défi en matière de main-d'œuvre¹



1. QFlar En 2021, quel sera le principal enjeu ou défi pour votre établissement en matière de main-d'œuvre? Base : tous, n : 150.

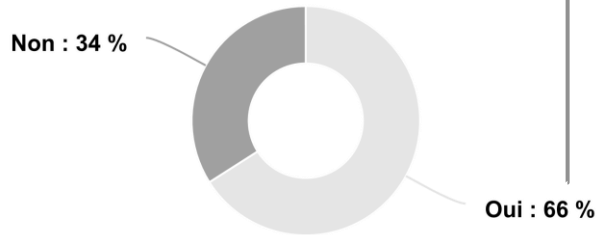


AJUSTEMENTS AUX CONDITIONS DE TRAVAIL

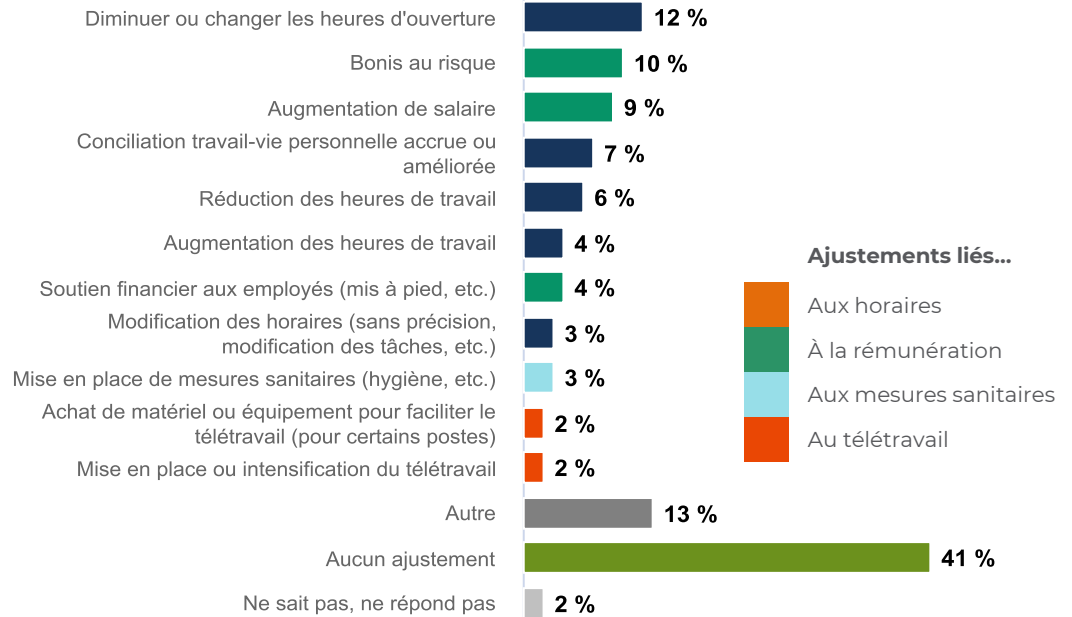
AJUSTEMENT DES HORAIRES DE TRAVAIL ET DE LA RÉMUNÉRATION

De manière spontanée, les deux tiers des employeurs considèrent avoir apporté des modifications aux conditions de travail dans le contexte pandémique. Or, lorsqu'il était question de préciser les ajustements exacts mis en œuvre, on constate que 43 % affirment n'avoir apporté aucun changement en particulier ou ne sont pas en mesure de préciser ce qu'ils ont fait. De façon plus réaliste, on estime donc à 38 % la proportion des établissements du secteur qui ont ajusté leurs conditions de travail. Les changements les plus fréquents concernent les heures d'ouverture, les horaires et la rémunération. Dans une moindre mesure, on note aussi la mise œuvre des mesures sanitaires et le télétravail.

A apporté certains ajustements aux conditions de travail dans le contexte de la COVID-19¹



Ajustements apportés² (Plusieurs mentions possibles)



1. QCOVID1 Avez-vous apporté certains ajustements à vos conditions de travail dans le contexte de la COVID-19? Base : tous, n : 150.

2. QCOVID2AR Quels ajustements à vos conditions de travail avez-vous apportés dans le contexte de la COVID-19 à l'exception des mesures sanitaires? Base : ceux qui ont apporté des changements, n : 105.

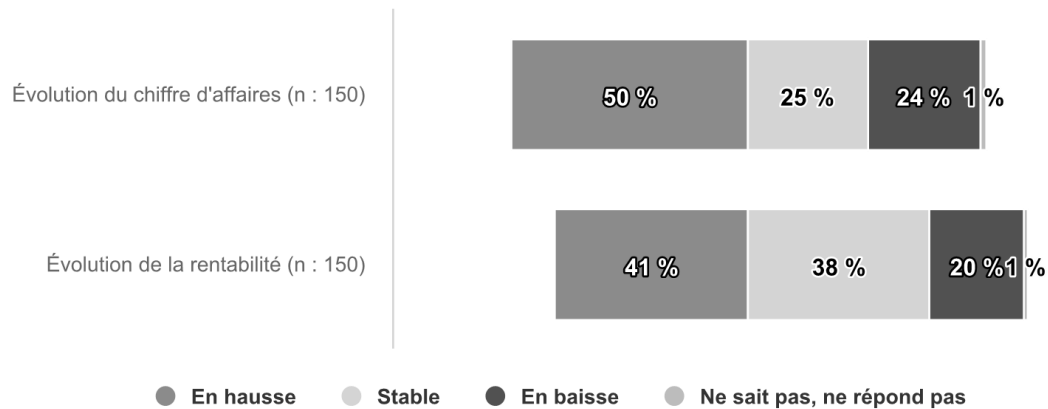


ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LA RENTABILITÉ

UNE VISION PLUTÔT OPTIMISTE

La plupart des employeurs estiment qu'en 2021, le chiffre d'affaires et la rentabilité progresseront ou resteront stables comparativement à avant la pandémie (2019). Bien que plusieurs soient optimistes, environ un employeur sur cinq voit l'avenir de manière plutôt pessimiste et prévoit que le chiffre d'affaires ou la rentabilité sera en baisse (respectivement 24 % et 20 %). Le pessimisme augmente dans les établissements de moins de 5 employés, qui n'ont sûrement pas les moyens d'offrir autant de possibilités à leurs clients que les grandes chaînes (ex. : commerce en ligne).

Évolution du chiffre d'affaires et de la rentabilité en 2021 par rapport à 2019¹



1. QCOVID3 Par rapport à avant la pandémie (2019), diriez-vous que votre chiffre d'affaires en 2021 sera...? QCOVID4 Par rapport à avant la pandémie (2019), diriez-vous que votre rentabilité en 2021 sera...? Base : tous.



ANNEXE 1



LISTE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES AUX ENTREVUES INDIVIDUELLES



VOICI LA LISTE DES ENTREPRISES PARTICIPANTES AUX ENTREVUES INDIVIDUELLES :

- Association des marchands dépanneurs épiciers du Québec
- Association québécoise de la distribution de fruits et légumes
- Boucherie Clément Jacques
- Conseil canadien du commerce de détail – Alimentation
- Courchesne Larose
- Dépanneurs Forget
- Épiciers unis Metro-Richelieu inc.
- IGA Famille Reid Boursier
- IGA Rodrigue et Filles
- J G Rive-Sud Fruits et Légumes
- La Fabrique Arhoma
- Les marchés Lambert et frères inc.
- Les marchés Pépin inc.
- Mamie Clafoutis
- Metro
- Metro Marquis
- Metro Plus Fournier
- Metro St-Grégoire à Bécancour
- Provigo
- Sobeys
- Travailleurs et Travailleuses Unis de l'Alimentation et du Commerce (TUAC-501)
- TUAC 500

Mandat réalisé par : 

Avec l'aide financière de :



ANNEXE 2

Impacts de la covid-19
sur les détaillants



PLAN DE SONDAGE

Population cible

Établissements québécois dont le secteur d'activité principal fait partie d'un des quatre sous-secteurs suivants et qui ont répondu au diagnostic sectoriel (SOM, 2019) :

- 4451 Épiceries
- 4452 Magasins d'alimentation spécialisés
- 4131 Grossistes-marchands de produits alimentaires
- 41321 Grossistes-marchands de boissons non alcoolisées

Base de sondage

Pour le présent sondage, l'échantillon utilisé était composé d'entreprises ayant répondu au diagnostic sectoriel réalisé en 2019 par SOM. L'échantillon de ce diagnostic sectoriel provenait du CS MOCA.

Plan d'échantillonnage

Échantillonnage aléatoire stratifié non proportionnel aux entreprises des quatre sous-secteurs par taille (nombre d'employés). La page suivante présente le plan d'échantillonnage.



MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

Type d'établissement	Nombre d'employés	Nombre obtenu	Nombre visé
Épiceries	Moins de 5 employés	27	27
	5 à 19 employés	15	15
	20 à 49 employés	13	12
	50 à 99 employés	9	10
	100 à 199 employés	10	8
	200 à 499 employés	1	1
Magasins d'alimentation spécialisée	Moins de 5 employés	16	18
	5 à 19 employés	13	14
	20 à 49 employés	6	6
	50 à 99 employés	0	1
	100 à 199 employés	0	0
	200 à 499 employés	0	0
Grossistes marchands de produits alimentaires	Moins de 5 employés	8	9
	5 à 19 employés	12	11
	20 à 49 employés	6	6
	50 à 99 employés	3	2
	100 à 199 employés	2	2
	200 à 499 employés	1	1
Grossistes distributeurs de boissons non alcoolisées	Moins de 5 employés	3	3
	5 à 19 employés	4	2
	20 à 49 employés	1	1
	50 à 99 employés	0	0
	100 à 199 employés	0	0
	200 à 499 employés	0	0



QUESTIONNAIRE Le questionnaire a été élaboré par SOM, en collaboration avec le client, puis révisé et programmé par SOM.

Les entrevues ont été réalisées en français.

La durée moyenne des entrevues s'est établie à 10,5 minutes.

Le questionnaire a été testé auprès de 10 répondants les 17 et 18 février 2021.

La version finale du questionnaire est présentée en annexe.

COLLECTE Période de collecte

Du 17 février au 2 mars 2021.

Mode de collecte

- Entrevues téléphoniques assistées par ordinateur.
- Gestion informatisée des numéros de téléphone.
- Gestion de l'échantillon visant des objectifs de taux de réponse supérieurs.
- Maximum de 23 appels lors de rendez-vous et de 20 appels pour les autres contacts.

Résultats administratifs de la collecte

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse est de 54 %.



MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS Ensemble

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE

A) ÉCHANTILLON DE DÉPART	309	F) Numéros non joints (C1 + C2 + C4)	6
B) NUMÉROS NON VALIDES	10	G) Numéros joints (A - F)	303
B1) Hors service	7	H) Numéros joints non valides (B)	10
B2) Résidentiel	1	I) Numéros joints valides (G - H)	293
B3) Hors strate	0	J) Estimation du nombre de numéros non joints valides (F X I ÷ G)	6
B4) Télécopieur	2	K) Estimation du nombre total de numéros valides (I + J)	299
B5) Duplicata	0		
C) UNITÉS NON JOINTES (NON RÉSOLUES)	23		
C1) Pas de réponse	5		
C2) Ligne occupée	0	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ DE SOM (TRE)	
C3) Répondeur	17	Non-réponse estimée (C3 + D2 + J + D1) ÷ K	31,4 %
C4) Ligne en dérangement	1	Refus ((D3 + D4 + D5 + D6) ÷ K)	14,7 %
D) UNITÉS JOINTES NON RÉPONDANTES	115	TAUX DE RÉPONSE ESTIMÉ (E1 + E2 + E3) ÷ K	53,9 %
D1) Incapacité, maladie, problème de langue	0		
D2) Répondant sélectionné pas disponible	71		
D3) Refus de l'entreprise	16	TAUX DE RÉPONSE DE L'ARIM*	
D4) Refus de la personne	19	Taux de réponse (E ÷ (C + D + E))	53,8 %
D5) Refus sur cellulaire	8		
D6) Incomplet	1		
E) UNITÉS JOINTES RÉPONDANTES	161		
E1) Autres langues	2		
E2) Non-admissibles	9		
E3) Entrevues complétées	150		

*La légère différence entre les deux taux de réponse tient au fait que le taux de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM) suppose que tous les numéros non joints sont valides alors que le taux SOM suppose plutôt qu'il y a la même proportion de numéros valides parmi les non joints que parmi ceux qui ont été joints.



MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

PONDÉRATION ET TRAITEMENT Les données ont été pondérées en extrapolant, pour chaque type d'établissement, au nombre total d'entreprises selon la taille.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR Les marges d'erreur présentées à la page suivante tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 126 ($150 \div 1,187$).

Le tableau de la page suivante affiche les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.



MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Ensemble	Types d'établissement			
		Grossistes	Supermarché ou épicerie (sauf les dépanneurs)	Dépanneurs (à l'exception de ceux offrant une station-service)	Détaillants - autres
NOMBRE D'ENTREVUES	150	36	53	27	34
EFFET DE PLAN	1,187	1,269	1,035	1,057	0,988
PROPORTION :					
99 % ou 1 %	1,7 %	3,7 %	2,7 %	3,9 %	3,3 %
95 % ou 5 %	3,8 %	8,0 %	6,0 %	8,5 %	7,3 %
90 % ou 10 %	5,2 %	11,0 %	8,2 %	11,6 %	10,0 %
80 % ou 20 %	7,0 %	14,7 %	11,0 %	15,5 %	13,4 %
70 % ou 30 %	8,0 %	16,9 %	12,5 %	17,8 %	15,3 %
60 % ou 40 %	8,5 %	18,0 %	13,4 %	19,0 %	16,4 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	8,7 %	18,4 %	13,7 %	19,4 %	16,7 %

* La marge d'erreur varie selon la valeur de la proportion estimée : elle est plus grande lorsque la proportion est voisine de 50 % et plus petite à mesure que la proportion s'éloigne de 50 %.