

PAR COURRIEL



La présente donne suite à votre demande d'accès à l'information reçue le 25 mars 2026 pour laquelle vous souhaitez obtenir :

« *toutes les données, les mécanismes d'évaluation ou les indicateurs de performance qui permettront au ministère d'évaluer les répercussions liées à la modification des heures d'ouverture sur la compétitivité des commerces ainsi que sur leur personnel et leur clientèle à la suite de ce projet pilote (que ce soit le projet pilote initial, qui prévoyait un déploiement à Gatineau, à Laval et à Saint-Georges, ou le projet pilote qui est en vigueur depuis le 11 mars 2026).*

Nous souhaitons obtenir, notamment :

- *Les mécanismes prévus pour évaluer l'effet sur le bien-être des travailleurs et travailleuses, comme des sondages ou des études, notamment les indicateurs qui mesureront les effets du projet pilote sur l'équilibre de vie des travailleurs et travailleuses et la persévérance scolaire des jeunes employés;*
- *Les sondages et les études qui ont été menées en 2023, 2024 et 2025 auprès des consommateurs et leur méthodologie afin de justifier la volonté du ministère de procéder à l'élargissement des heures d'ouverture des commerces;*
- *Les critères précis et les indicateurs qui permettront au ministère de juger du succès ou de l'échec du projet pilote qui est en vigueur depuis le 11 mars ou du projet pilote qui avait été lancé à Gatineau Laval et Saint-Georges;*
- *Les indicateurs qui seront utilisés pour mesurer l'impact sur la compétitivité des commerces, notamment la viabilité des commerces de proximité qui ne participent pas au projet pilote, et les raisons de leur non-participation à ce projet pilote;*
- *La consolidation d'un secteur commercial, par exemple les quincailleries, au profit des grandes chaînes de commerces étrangers;*
- *Les effets du projet pilote sur les commerces de proximité de propriété familiale, comme les dépanneurs, les petites épiceries de quartier ou les petites quincailleries locales;*
- *Le mandat et la composition des comités de pilotage régionaux qui devait voir le jour pour évaluer les trois premiers projets pilotes lancés à l'été 2025 dans les villes de Laval, Gatineau et Saint-Georges et, le cas échéant, pour évaluer le projet pilote panquébécois lancé le 11 mars dernier.»*

Conformément à l'article 47 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (chapitre A-2.1) (« la Loi sur l'accès »), nous vous informons que le ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie détient des documents quant à votre requête. Vous trouverez ci-joints ceux pouvant vous être transmis.

Toutefois, d'autres documents ne sont pas accessibles. En effet, nous ne divulguons pas de document destiné au ministre délégué à l'Économie ou à son cabinet ou étant sous la forme d'ébauches, de brouillons ou de même nature. Nous invoquons à l'appui de notre décision les articles 9 et 34 de la Loi sur l'accès.

Si vous désirez contester cette décision, il vous est possible de le faire auprès de la Commission de l'accès à l'information. Vous trouverez ci-joint une note explicative concernant l'exercice de ce recours.

Je vous prie de recevoir, [REDACTED] l'expression de mes sentiments distingués.

Claudia Lacoste
Responsable de l'accès aux documents

AVIS DE RECOURS

Suite à une décision rendue en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

RÉVISION

a) Pouvoir

L'article 135 de la loi prévoit qu'une personne, dont la demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels, peut demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision.

La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

Québec

525, boulevard René-Lévesque Est, bureau 2.36
Québec (Québec)
G1R 5S9
Téléphone : 418 528-7741
Télécopieur : 418 529-3102

Montréal

500, boulevard René-Lévesque Ouest, bur. 18.200
Montréal (Québec)
H2Z 1W7
Téléphone : 514 873-4016
Télécopieur : 514 844-6170

b) Motifs

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

c) Délais

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).

APPEL DEVANT LA COUR DU QUÉBEC

a) Pouvoir

L'article 147 de la loi stipule qu'une personne directement intéressée peut porter la décision de la Commission d'accès à l'information en appel devant trois juges de la Cour provinciale, sur toute question de droit ou de compétence. Cet appel ne peut toutefois être porté qu'avec la permission d'un juge de la Cour provinciale. Ce juge accorde la permission s'il est d'avis qu'il s'agit d'une question qui devrait être examinée en appel.

b) Délais et frais

L'article 149 prévoit que la requête pour permission d'appeler doit être déposée au greffe de la Cour provinciale, à Montréal ou à Québec, dans les 30 jours de la décision, après avis aux parties et à la Commission d'accès à l'information. Les frais de cette demande sont à la discrétion du juge.

c) Procédure

L'appel est formé, selon l'article 150 de la loi, par dépôt auprès de la Commission d'accès à l'information d'un avis à cet effet signifié aux parties dans les 10 jours qui suivent la date de la décision qui l'autorise. Le dépôt de cet avis tient lieu de signification à la Commission d'accès à l'information.

Liste des articles invoqués de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels

9. Toute personne qui en fait la demande a droit d'accès aux documents d'un organisme public. Ce droit ne s'étend pas aux notes personnelles inscrites sur un document, ni aux esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature.

1982, c. 30, a. 9.

34. Un document du bureau d'un membre de l'Assemblée nationale ou un document produit pour le compte de ce membre par les services de l'Assemblée n'est pas accessible à moins que le membre ne le juge opportun.

Il en est de même d'un document du cabinet du président de l'Assemblée, d'un membre de celle-ci visé dans le premier alinéa de l'article 124.1 de la Loi sur l'Assemblée nationale (chapitre A-23.1) ou d'un ministre visé dans l'article 11.5 de la Loi sur l'exécutif (chapitre E-18), ainsi que d'un document du cabinet ou du bureau d'un membre d'un organisme municipal ou scolaire.

1982, c. 30, a. 34; 1982, c. 62, a. 143; 1983, c. 55, a. 132; 1984, c. 47, a. 1.

Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
Comité de suivi des projet-pilotes

Rôle des comités :

- Promouvoir et informer les commerçants touchés par le projet pilote;
- Promouvoir le projet pilote auprès de la population;
- Veiller au bon déroulement du projet pilote sous sa responsabilité;
- Sonder l'opinion des commerçants touchés par le projet pilote sur les résultats du projet pilote;
- Appuyer et conseiller la DPDL dans la rédaction des rapports intérimaires et finaux du projet pilote;
- Promouvoir les conclusions du rapport dans le public.

Membres du comité de suivi projet pilote à l'échelle du Québec

- Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
- Conseil québécois du commerce de détail
- Conseil canadien du commerce de détail
- Association des détaillants en alimentation
- Fédération canadienne de l'entreprise indépendante
- Regroupement des sociétés de développement commercial du Québec
- Association des sociétés de développement commercial de Montréal

Comité de suivi de Gatineau

- Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
- Vision centre-ville de Gatineau
- Chambre de commerce de Gatineau
- ID Gatineau
- Service du développement économique de la Ville de Gatineau
- Association des commerçants Jacques-Cartier Gréber
- Regroupement des gens d'affaires de la Basse-Lièvre
- Association des gens d'affaires et des professionnels du Vieux-Gatineau

Comité de suivi de Laval

- Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
- Service du développement économique de la Ville de Laval
- Chambre de commerce et d'industrie de Laval (Prox-Commerce)
- Carrefour Laval

Comité de suivi de Saint-Georges

- Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie
- Chambre de commerce de Saint-Georges
- Conseil économique de Beauce
- MRC Chaudière-Sartigan

Horaire d'ouverture des commerces

Pour le compte du MEIE

Juin 2023

「 de la vie aux idées

「 CROP 」

Méthodologie

Collecte des données

La collecte des données s'est déroulée entre le **18 mai** et le **2 juin 2023** par le biais d'un panel web.

Au total, 1 588 Québécois ont été sondés en français et en anglais.

Pondération et caractère représentatif de l'échantillon

La pondération a été basée sur le sexe, l'âge, la région et la scolarité, d'après les données les plus récentes de Statistique Canada sur les Québécois.

Notons que, compte tenu du caractère non probabiliste de l'échantillon, le calcul de la marge d'erreur ne s'applique pas.

Comment lire les données

Il est possible que la somme des résultats présentés n'égalise pas toujours 100 % puisqu'il s'agit de pourcentages arrondis.

Lorsque pertinentes, les différences de résultats entre sous-groupes sont indiquées comme suit :

- **EN BLEU** pour les résultats **plus élevés**
- **EN ROUGE** pour les résultats **plus bas**



Constats et recommandations

┌ de la vie aux idées

CONSTATS ET RECOMMANDATIONS

Réduire les heures d'ouverture des commerces non-essentiels ne ferait pas diminuer les chiffres d'affaires

- Devant des portes closes, la grande majorité des Québécois (66 %) préfère attendre le prochain jour d'ouverture du commerce.
- Évidemment, cette affirmation garde sa pleine signification si tous les commerces d'un même secteur sont fermés. Autrement, près d'un Québécois sur cinq (17 %) aurait tendance à rechercher un commerce concurrent ouvert à proximité.
- Ceux qui seraient le plus sensibles aux heures d'ouverture réduites sont ceux qui font **régulièrement** des achats par Internet (une fois par semaine ou plus). Ces consommateurs, qui ont déjà le réflexe d'acheter sur Internet, risquent moins de se retrouver dans la situation hypothétique où nous les avons placés, c'est-à-dire de se buter à des portes closes.
- Acheter en ligne comporte de nombreux avantages (principalement le fait de ne pas devoir se déplacer), et l'accessibilité hors des heures d'ouverture des magasins n'en fait pas vraiment (3 %) partie.

CONSTATS ET RECOMMANDATIONS

Heures réduites: pistes de solution

- Nous avons testé cinq possibilités de fermeture auprès des Québécois. Aucune ne dérange beaucoup une forte proportion de répondants.
- Le dimanche serait probablement la journée la moins bien reçue parmi les propositions.
- Les heures réduites en début de semaine, ou même une fermeture complète pour une journée, seraient bien accueillies. Les Québécois comprennent la difficulté de recruter du personnel.

CONSTATS ET RECOMMANDATIONS

Les exceptions actuelles: justifiées ou non ?

- Les exemptions accordées aux commerces dits « essentiels » sont perçues comme étant justifiées (entre 79 % et 92 %) pour les épiceries, les dépanneurs, les pharmacies et les stations-service.
- Cependant, pour la SAQ, cette proportion chute à moins d'un Québécois sur trois (31 %).
- Les grandes surfaces vs les marchés d'alimentation : les Québécois sont divisés sur la question alors que 44 % sont en accord avec une plus grande souplesse et qu'un autre 44 % préfère le *statu quo*.
- L'exception basée sur la superficie des marchés d'alimentation est un concept difficile à saisir et à appliquer. C'est probablement pourquoi une majorité de Québécois (61 %) serait en accord avec les heures d'ouverture synchronisées.
- Les exceptions pour les zones touristiques et événements spéciaux sont logiques et recueillent le soutien de 91 % des répondants.

CONSTATS ET RECOMMANDATIONS

Heures d'ouverture prolongées des commerces non-essentiels : aucun gain commercial en vue

- Il serait illusoire de croire à une potentielle hausse significative des ventes en prolongeant les heures d'ouvertures.
- D'abord, seuls 10 % à 12 % des répondants affirment qu'il serait très probable qu'ils magasinent et fassent des achats lors des périodes étendues proposées. Et nous savons d'expérience que les probabilités déclarées d'achat doivent être fortement pondérées à la baisse; tous ne passent pas de la parole aux actes.
- Ce résultat pondéré se retrouve donc nettement sous la barre des 10 %. En outre, il est composé principalement de ceux qui achètent déjà fréquemment via Internet. Ainsi, on est réellement en droit de douter d'une augmentation des chiffres d'affaires. Au mieux, on observerait un déplacement des moments d'achat pour certains.
- Dans le cas spécifique des commerces destinés à des clientèles adultes, les Québécois sont divisés en trois tiers sur la question : accord, désaccord et indifférence. Notons que l'intensité du désaccord est légèrement supérieure à celle de l'accord pour des heures prolongées.

CONSTATS ET RECOMMANDATIONS

Une déréglementation complète ?

Une déréglementation complète des heures d'ouverture serait potentiellement plus acceptable que certaines exceptions à la loi (actuelles ou proposées). Elle n'est cependant certainement pas LA SOLUTION alors que 39 % rejettent fermement l'idée et une majorité considère que la plupart des éléments de la loi sont utiles. C'est ce qui se produit quand les citoyens ont de la difficulté à comprendre et à accepter les détails d'une loi.

Les commerçants vs les consommateurs

Au final, les questions entourant les heures d'ouverture des commerces affecteront davantage les commerçants que les consommateurs. Il est donc important de ne pas être aveuglé par les « désirs » de certains consommateurs qui ne font face à aucune implication financière liée aux heures d'ouverture prolongées.

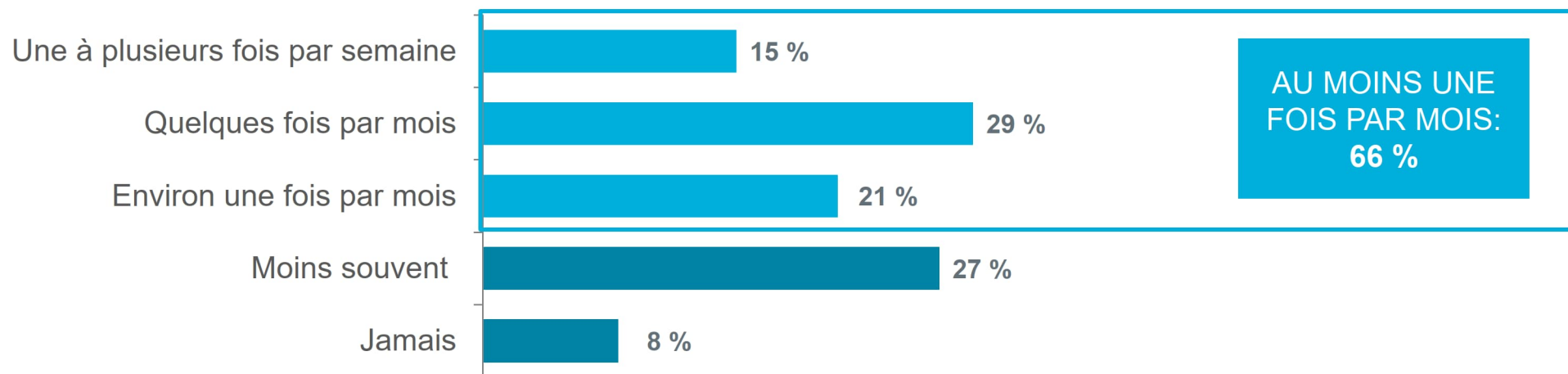
Achats en ligne

de la vie aux idées

Fréquence d'achat sur Internet

base: tous les répondants, n=1 588

Deux Québécois sur trois achètent des produits sur Internet au moins une fois par mois. Une proportion non négligeable (15 %) le fait au moins une fois par semaine. Les 18-34 ans, ceux qui résident à Montréal, les foyers avec enfants et ceux dont le revenu familial est plus élevé (80K \$+) ont tous davantage intégré cette pratique d'achat en ligne dans leurs habitudes. Ces résultats sont en tous points similaires à ceux recueillis en février 2021 pour le compte du Panier Bleu. La principale conclusion est que le comportement d'achat en ligne des Québécois est relativement stable depuis deux ans.

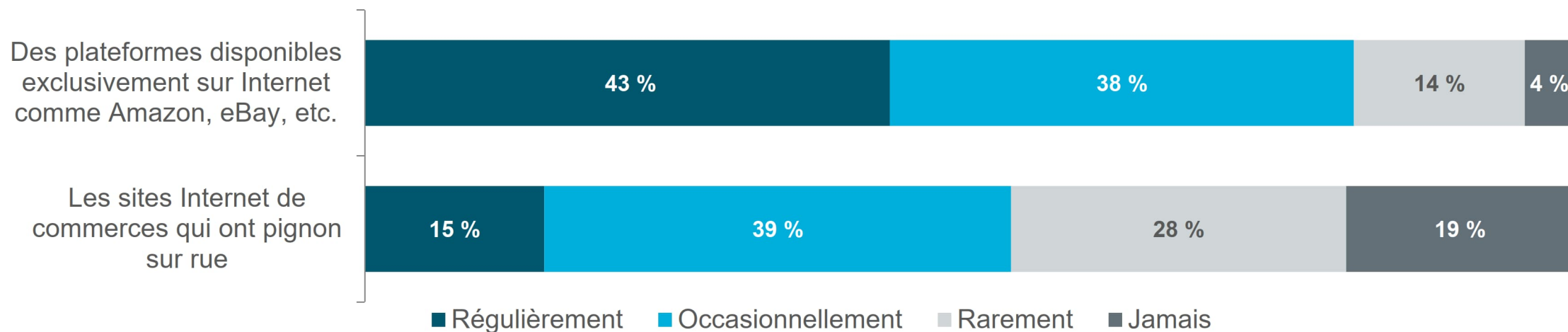


(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION				FOYER		REVENU		
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	SANS ENFANT	AVEC ENFANT(S)	- 40K \$	40-80K \$	80K \$+
	n= 1 588	368	497	723	568	228	300	492	1206	382	335	535	626
UNE À PLUSIEURS FOIS PAR SEMAINE	15	32	17	4	18	15	11	13	11	27	8	13	23

Type de plateformes d'achat en ligne

base: répondants qui achètent en ligne au moins « moins souvent », n=1 473

Les plateformes spécialisées en commerce électronique et accessibles exclusivement en ligne sont beaucoup plus populaires que les sites Internet de commerces ayant pignon sur rue.
Ces derniers sont plus populaires auprès des plus jeunes (18-34 ans).



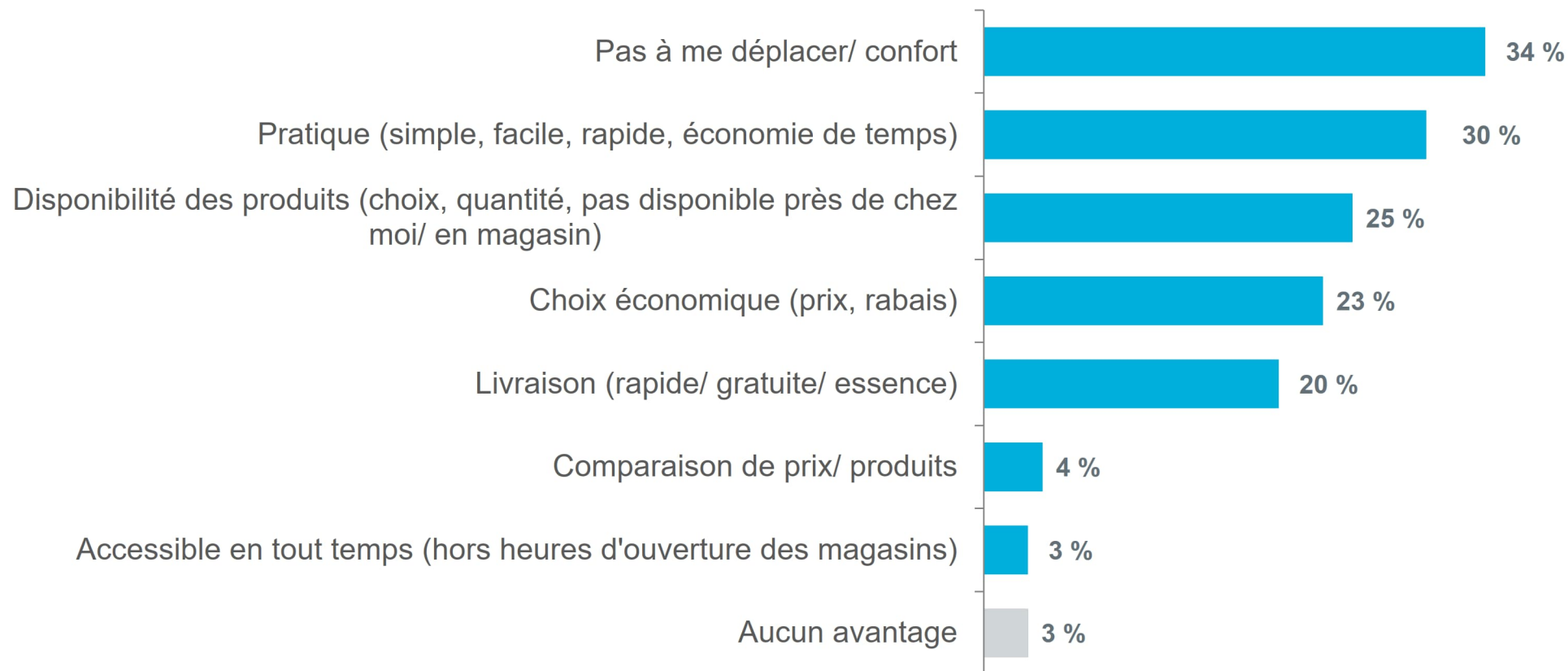
(%) RÉGULIÈREMENT	TOTAL	ÂGE			RÉGION				FOYER		REVENU		
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	SANS ENFANT	AVEC ENFANT(S)	- 40K \$	40-80K \$	80K \$+
	n= 1473	359	483	631	536	218	279	440	1099	374	288	493	608
Plateformes disponibles exclusivement sur Internet	43	55	52	29	46	45	36	41	39	56	33	37	56
Sites Internet de commerces qui ont pignon sur rue	15	22	14	10	15	14	12	16	12	22	11	15	17

Principaux avantages d'acheter en ligne (1/2)

base: répondants qui achètent en ligne au moins « moins souvent », n=1 473

Les Québécois apprécient acheter en ligne parce que c'est confortable et pratique.

L'hypothèse que des heures d'ouvertures réduites des commerces résultera un déplacement significatif des achats vers les plateformes en ligne semble être une chimère. On ne compte d'ailleurs que 3 % de ceux qui achètent en ligne qui mentionnent les heures d'ouverture comme un avantage du web.



Principaux avantages d'acheter en ligne (2/2)

base: répondants qui achètent en ligne au moins « moins souvent », n=1 473

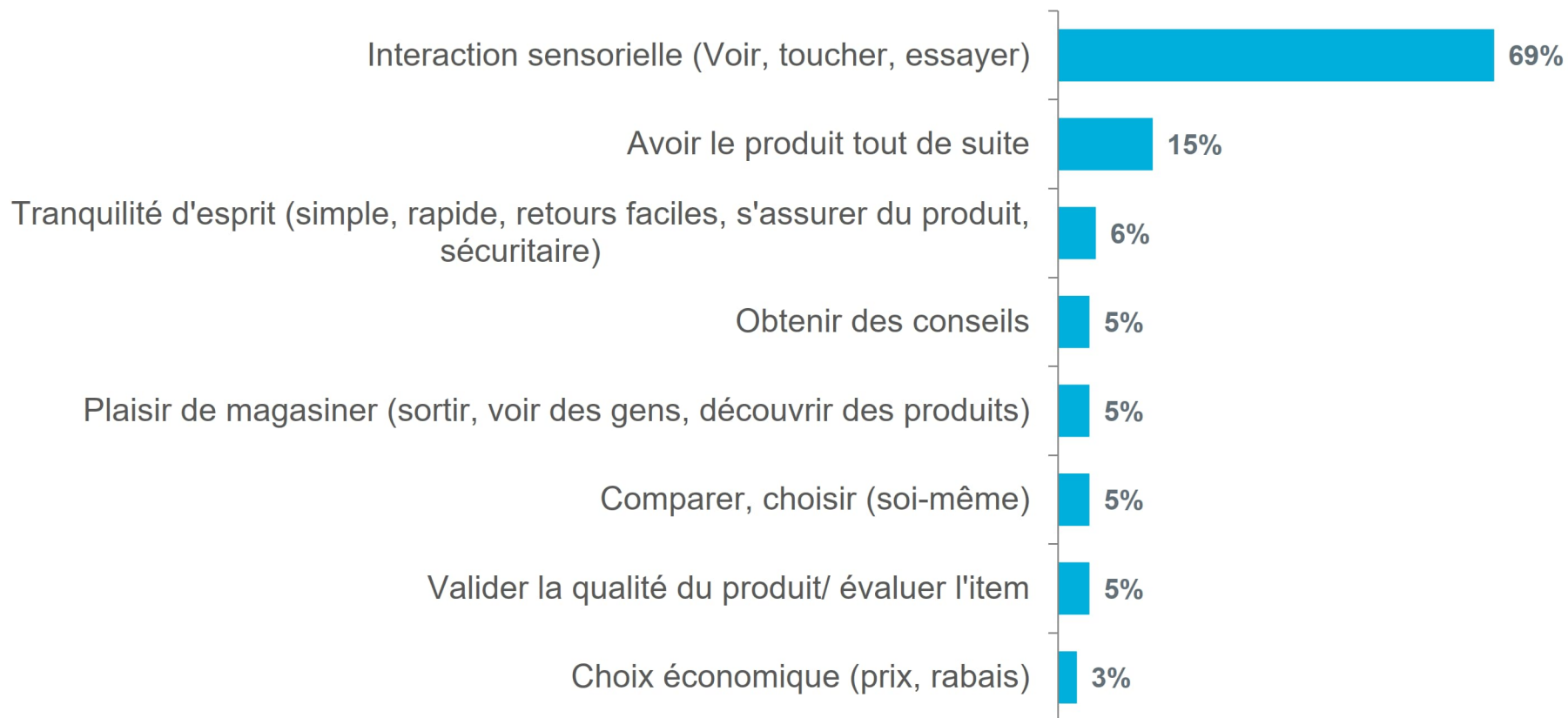
L'aspect pratique des achats en ligne touche plus les jeunes (18-34 ans), les résidents de la RMR de Montréal et les acheteurs les plus fréquents, alors que la disponibilité des produits et le prix sont des arguments davantage nommés par les plus âgés et ceux résidant hors des grands centres urbains.

(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION				ACHATS EN LIGNE		
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	1X/SEM +	1 À QUELQUES FOIS /MOIS	MOINS SOUVENT
	n= 1473	359	483	631	536	218	279	440	232	809	432
Pas à me déplacer / confort	34	34	33	34	36	32	35	29	34	35	32
Pratique (simple, facile, rapide, économie de temps)	30	41	33	22	36	28	24	24	47	31	20
Disponibilité des produits (choix, quantité, pas disponible près de chez moi / en magasin)	25	22	23	29	21	32	29	29	19	26	26
Choix économique (prix, rabais)	23	18	20	28	20	25	24	26	18	25	22
Livraison (rapide/gratuite/essence)	20	14	23	21	21	13	18	20	17	24	12
Comparaison de prix/ produits	4	6	6	2	5	3	4	4	5	5	2
Accessible en tout temps (hors heures d'ouverture des magasins)	3	1	4	2	3	1	3	2	5	3	2
Aucun avantage	3	1	1	5	2	2	5	2	0	0	8

Principaux avantages d'acheter en magasin (1/2)

base: tous les répondants, n=1 588

**Le fait de voir, toucher, essayer le produit est de loin l'argument principal pour acheter en magasin.
L'instantanéité, c'est-à-dire le fait de pouvoir repartir immédiatement avec le produit, est la seconde raison évoquée.**



Principaux avantages d'acheter en magasin (2/2)

base: tous les répondants, n=1 588

Le besoin de voir, toucher, essayer le produit augmente avec l'âge.

L'impatience de son côté se manifeste plus chez les 25-54 ans, une population plus active avec des responsabilités familiales et professionnelles.

(%)	TOTAL	ÂGE				RÉGION			
		18-24	25-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR
	n= 1588	133	235	497	723	568	228	300	492
Interaction sensorielle (Voir, toucher, essayer)	69	44	58	68	78	70	70	71	65
Avoir le produit tout de suite	15	12	22	17	10	14	14	13	17
Tranquilité d'esprit (simple, rapide, retours faciles, s'assurer du produit, sécuritaire)	6	12	8	5	4	7	5	4	4
Obtenir des conseils	5	4	6	5	6	5	6	5	6
Plaisir de magasiner (sortir, voir des gens, découvrir des produits)	5	5	4	5	5	5	3	5	5
Comparer, choisir (soi-même)	5	4	6	4	5	5	5	3	4
Valider la qualité du produit/ évaluer l'item	5	14	6	5	3	6	3	6	4
Choix économique (prix, rabais)	3	8	4	3	2	4	2	3	2

Réaction lorsque le commerce « non-essentiel » est fermé

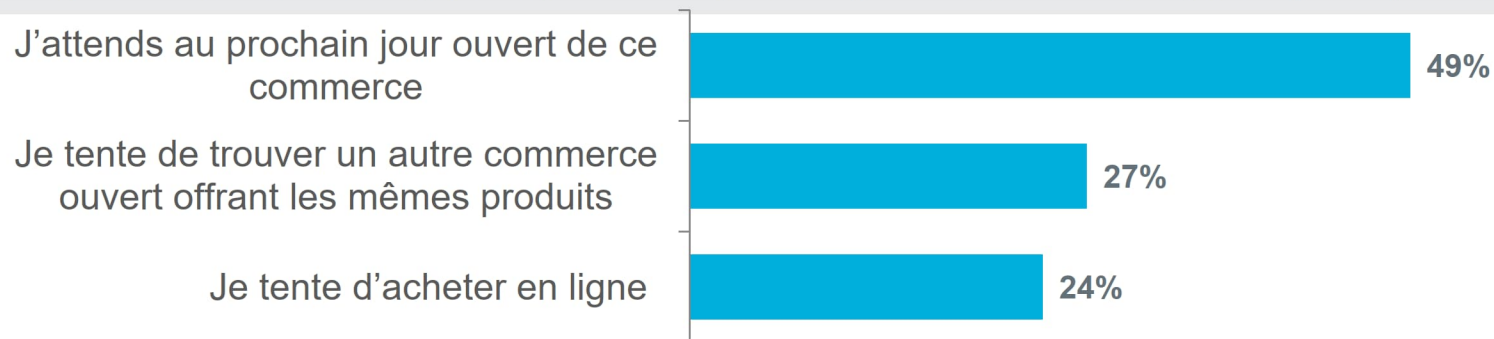
base: tous les répondants, n=1 588

Une personne sur quatre (24 %) prétend qu'elle se tournerait vers un achat en ligne si elle se butait à des portes closes.

À l'opposé, une personne sur deux (49 %) restera fidèle au commerce et attendra, alors que l'autre personne sur quatre (27 %) choisira un commerce compétiteur.

C'est donc dire que les commerces physiques représentent une compétition plus importante que la vente en ligne lorsqu'un commerce est fermé.

Enfin, et c'est probablement la chose la plus importante, ceux qui choisissent de se tourner vers les achats en ligne sont essentiellement ceux qui magasinent déjà en ligne régulièrement. Autrement dit, personne ne « commencera pas à magasiner sur Internet » parce que son commerce préféré est fermé un lundi soir.

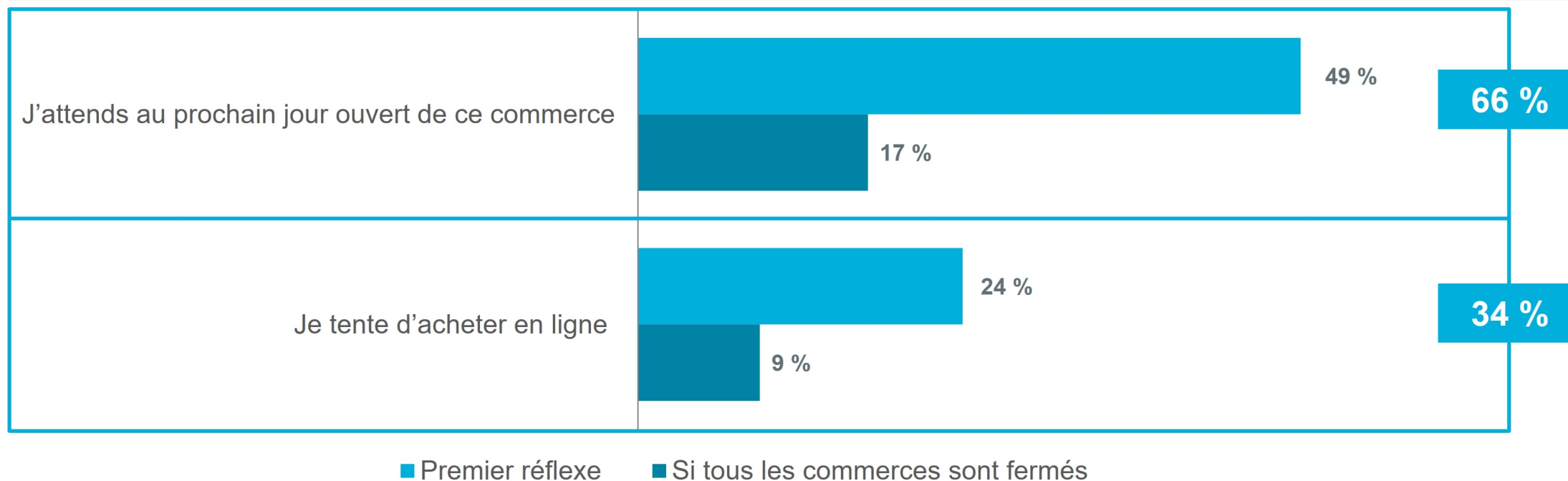


Réaction	TOTAL	ÂGE			RÉGION				FOYER		REVENU			ACHATS EN LIGNE		
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	SANS ENFANT	AVEC ENFANT(S)	-40K \$	40-80K \$	80K \$+	1 À 1X/SEM +	MOINS QUELQUES FOIS / MOIS	MOINS SOUVENT / JAMAIS
	n= 1588	368	497	723	568	228	300	492	1206	382	335	535	626	232	809	547
J'attends au prochain jour ouvert de ce commerce	49	33	41	64	46	49	56	51	53	37	56	52	43	22	45	67
Je tente de trouver un autre commerce ouvert offrant les mêmes produits	27	26	28	26	25	29	25	29	27	27	25	26	27	23	26	29
Je tente d'acheter en ligne	24	41	31	10	29	22	19	20	20	36	19	22	29	56	29	4

Réaction lorsque tous les magasins sont fermés

base: tous les répondants, n= 1 588. La question a été posée uniquement aux répondants qui tenteraient de trouver un autre commerce ouvert offrant les mêmes produits si le commerce où ils souhaitent acheter est fermé, n=425

Si tous les magasins étaient fermés (par exemple, lors d'un jour férié, la nuit ou un soir de weekend), deux Québécois sur trois attendraient au prochain jour ouvert pour aller dans le commerce voulu.



A woman with long hair, wearing a white t-shirt and jeans, is looking at a pair of shoes on a shelf in a clothing store. The scene is bathed in a blue light. The shelves are filled with various styles of shoes, including sneakers and casual shoes. A white horizontal line is positioned below the main title.

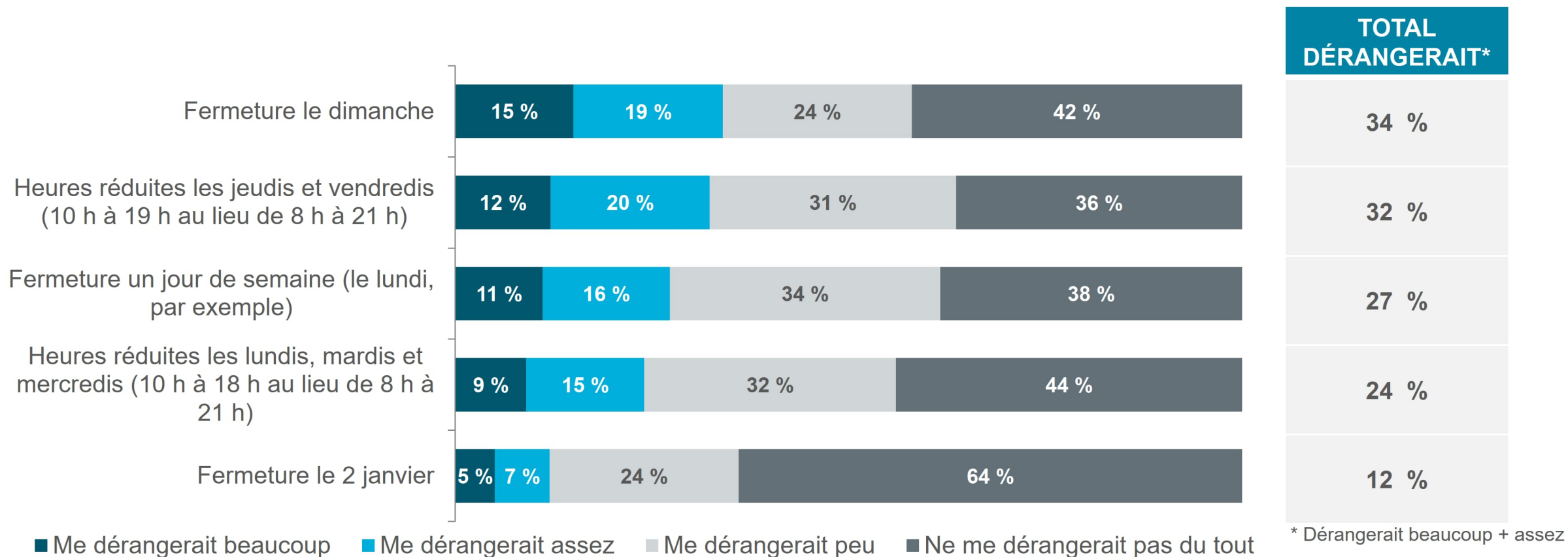
Fermetures les plus dérangementantes

└ de la vie aux idées

Impact de la réduction des heures d'ouverture des commerces « non-essentiels » (1/2)

base: tous les répondants, n=1 588

On remarque qu'au moins les deux tiers de la population seraient confortables avec chacune des propositions d'heures réduites, le dimanche étant évidemment le « moment le plus dérangeant ». Et c'est une minorité (15 % et moins) qui se dirait vraiment « dérangée » par ces heures réduites. En outre, il est important de mentionner que certains commerces (salon de coiffure, boucherie, etc.) ont déjà adopté des heures d'ouverture réduites (fermeture les lundis et mardis par exemple) et que les Québécois s'y sont habitués très facilement.



Impact de la réduction des heures d'ouverture des commerces « non-essentiels » (2/2)

base: tous les répondants, n=1 588

Peu importe l'option évaluée, une fermeture des commerces dérange moins avec l'âge. Les fermetures sont plus contrariantes pour les résidents de la RMR de Montréal et pour la population active. Mentionnons au passage que cette question propose « de retirer quelque chose ». Il est donc normal d'observer une certaine réticence, surtout chez les plus jeunes.

(%) TOTAL DÉRANGERAIT (BEAUCOUP + ASSEZ)	ÂGE			RÉGION				SITUATION		
	TOTAL	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	POP ACTIVE	POP INACTIVE
n=	1588	368	497	723	568	228	300	492	1116	472
Fermeture le dimanche	34	55	42	16	41	35	27	24	41	16
Heures réduites les jeudis et vendredis (10 h à 19 h au lieu de 8 h à 21 h)	32	45	44	17	38	36	28	23	39	16
Fermeture un jour de semaine (le lundi, par exemple)	27	41	32	16	30	26	23	24	31	18
Heures réduites les lundis, mardis et mercredis (10 h à 18 h au lieu de 8 h à 21 h)	24	38	31	11	27	26	24	17	29	11
Fermeture le 2 janvier	12	20	15	5	14	11	10	9	15	5



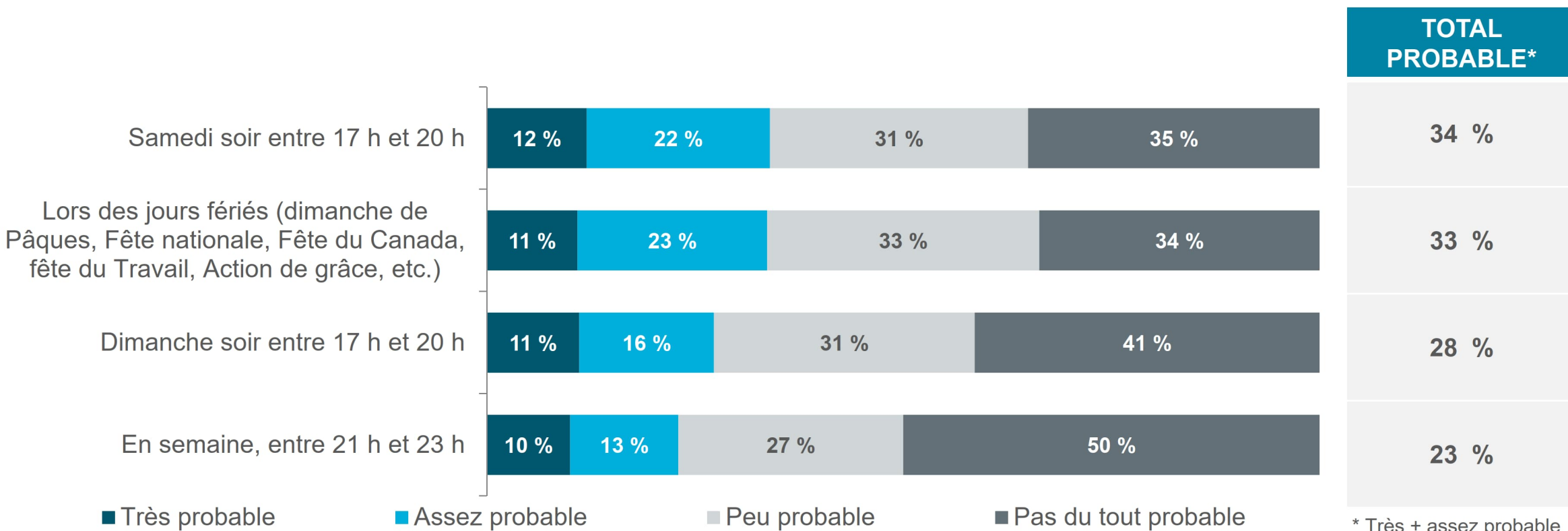
Ouvertures des commerces

de la vie aux idées

Probabilité de fréquenter les commerces « non-essentiels » s'ils étaient ouverts aux heures suivantes (1/2)

base: tous les répondants, n=1 588

La probabilité que les Québécois fréquentent les commerces « non-essentiels » aux heures d'ouverture étendues proposées est très faible. En outre, en termes de probabilité comportementale, il est essentiel de pondérer les résultats. Ainsi, nous pouvons affirmer avec certitude que la proportion de Québécois qui, à court terme, fréquenterait un commerce à ces heures est de moins de 10 %.



Probabilité de fréquenter les commerces « non-essentiels » s'ils étaient ouverts aux heures suivantes (2/2)

base: tous les répondants, n=1 588

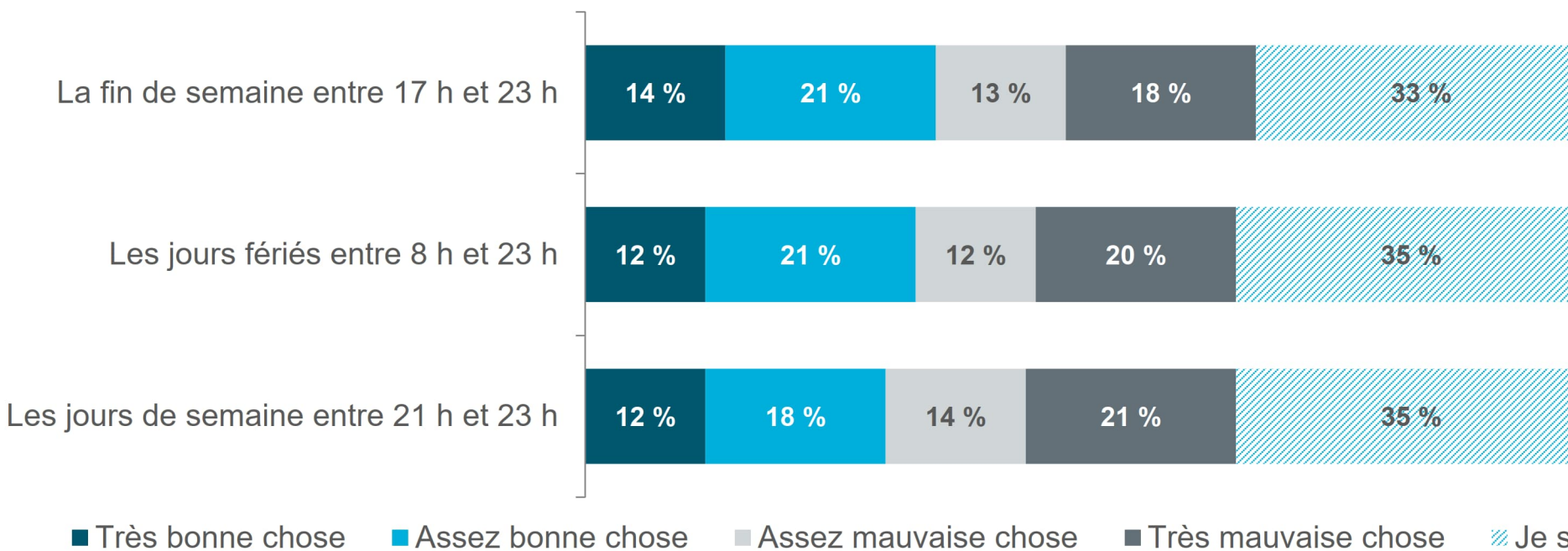
La probabilité de fréquenter les commerces « non-essentiels » s'ils étaient ouverts à de nouvelles périodes diminue avec l'âge, mais aussi avec la fréquence des achats en ligne. Ainsi, ceux qui souhaitent le plus des heures d'ouverture prolongées sont ceux qui fréquentent le moins les commerces physiques et les plus jeunes pour lesquels réclamer davantage est une seconde nature.

(%) TOTAL PROBABLE (TRÈS + ASSEZ)	ÂGE				RÉGION				SITUATION		ACHATS EN LIGNE		
	TOTAL	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	POP ACTIVE	POP INACTIVE	1 À 1X/SEM +	QUÉLQUES FOIS /MOIS	MOINS SOUVENT/ JAMAIS
	n=												
Samedi soir entre 17 h et 20 h	34	61	42	13	39	37	27	28	41	17	67	36	17
Lors des jours fériés (<i>dimanche de Pâques, Fête nationale, Fête du Canada, fête du Travail, Action de grâce, etc.</i>)	33	54	43	14	40	33	26	24	40	16	65	32	21
Dimanche soir entre 17 h et 20 h	28	54	33	10	32	29	26	21	34	12	61	28	13
En semaine, entre 21 h et 23 h	23	42	29	8	26	24	19	18	28	11	50	22	12

Opinion à l'égard d'une permission d'heures prolongées pour les commerces s'adressant aux clientèles adultes (1/2)

base: tous les répondants, n=1 588

Les Québécois sont divisés, peu importe le moment évoqué: Le premier tiers est indifférent. Le second tiers croit qu'il s'agit d'une bonne chose. Le dernier tiers est d'avis que c'est une mauvaise chose. Remarquons toutefois que les Québécois qui sont en défaveur de ces permissions sont plus sévères dans leur évaluation (très mauvaise chose: 19 % à 21 %) que ceux qui sont en faveur de cette idée (très bonne chose: 12 % à 14 %).



TOTAL	
BONNE CHOSE*	MAUVAISE CHOSE**
35 %	32 %
32 %	33 %
30 %	35 %

* Très + assez bonne chose
 **Très + assez mauvaise chose

Opinion à l'égard d'une permission d'heures prolongées pour les commerces s'adressant aux clientèles adultes (2/2)

base: tous les répondants, n=1 588

Les plus âgés et, dans une moindre mesure les Québécois résidant hors des centres urbains (hors RMR), sont plus défavorables au prolongement des heures d'ouverture de commerces s'adressant aux clientèles adultes.

(%) TOTAL MAUVAISE CHOSE (TRÈS + ASSEZ)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR
	n= 1588	368	497	723	568	228	300	492
La fin de semaine entre 17 h et 23 h	32	20	28	42	31	27	32	36
Les jours fériés entre 8 h et 23 h	33	21	29	42	30	29	35	37
Les jours de semaine entre 21 h et 23 h	35	23	32	44	34	32	36	38

A group of four people (two men and two women) are running through a parking garage, pushing shopping carts. They are celebrating, with confetti falling around them and flags attached to the carts. The scene is lit with a strong blue color grade. The background shows a concrete wall with graffiti and several bicycles parked in the distance.

Traitements spéciaux et exceptions

└ de la vie aux idées

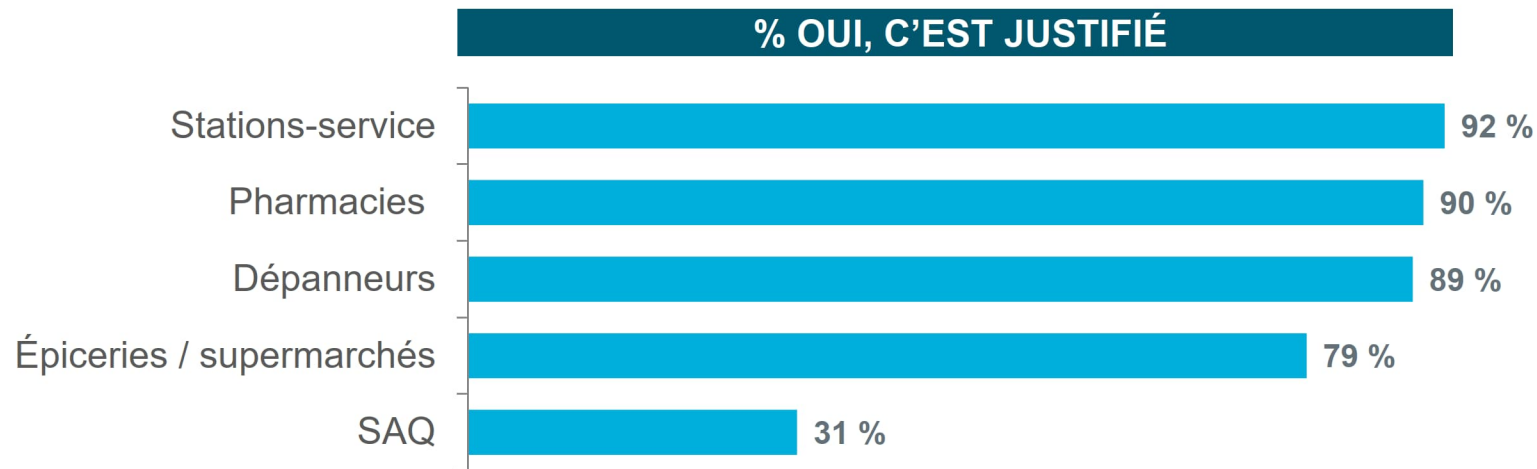
Perceptions à l'égard de l'ouverture prolongée des types de commerces suivants

base: tous les répondants, n=1 588

La forte majorité des Québécois trouve justifié que les stations-service, pharmacies et dépanneurs bénéficient d'exemptions qui leur permettent d'avoir des heures d'ouverture plus élargies que les commerces « non-essentiels ».

Les épiceries / supermarchés obtiennent un résultat légèrement inférieur mais tout de même très élevé.

Pour la SAQ, ce n'est que 31 % de la population qui est d'avis qu'elle devrait bénéficier du même traitement de faveur.



(%) JUSTIFIÉ	TOTAL	SEXE		ÂGE			RÉGION				SITUATION	
		H	F	18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	POP ACTIVE	POP INACTIVE
	n= 1 588	708	880	368	497	723	568	228	300	492	1116	472
SAQ	31	35	27	47	35	19	34	33	27	25	35	21

Opinion quant à la prolongation des heures d'ouverture des magasins de grande surface au même titre que les marchés d'alimentation (1/2)

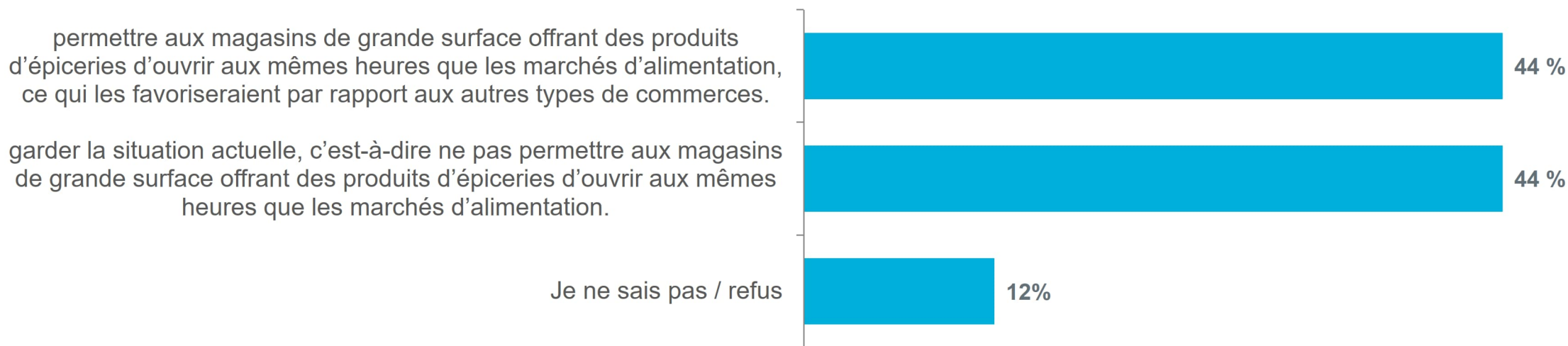
base: tous les répondants, n=1 588

À l'heure actuelle au Québec, les marchés d'alimentation font partie des commerces essentiels qui bénéficient d'heures d'ouverture prolongées (p. ex. : les fins de semaine après 17 h). Certains magasins de grande surface vendent aussi des produits alimentaires (Walmart, Costco, Dollarama, etc.) mais ne sont pas considérés comme des commerces essentiels, car ils vendent principalement d'autres produits (vêtements, livres, téléviseurs, etc.).

Si le gouvernement permettait à ces magasins de grande surface d'ouvrir selon les mêmes horaires que les épicerie, cela signifierait qu'ils pourraient également vendre leurs produits non-essentiels pendant ces périodes et ainsi faire concurrence à des commerces qui, eux, seraient fermés (magasins de vêtements, d'électronique, librairies, etc.).

Selon vous, est-ce que le gouvernement devrait...

Les Québécois sont très divisés sur la question !



Opinion quant à la prolongation des heures d'ouverture des magasins de grande surface au même titre que les marchés d'alimentation (2/2)

base: tous les répondants, n=1 588

À l'heure actuelle au Québec, les marchés d'alimentation font partie des commerces essentiels qui bénéficient d'heures d'ouverture prolongées (p. ex. : les fins de semaine après 17 h). Certains magasins de grande surface vendent aussi des produits alimentaires (Walmart, Costco, Dollarama, etc.) mais ne sont pas considérés comme des commerces essentiels, car ils vendent principalement d'autres produits (vêtements, livres, téléviseurs, etc.). Si le gouvernement permettait à ces magasins de grande surface d'ouvrir selon les mêmes horaires que les épicerie, cela signifierait qu'ils pourraient également vendre leurs produits non-essentiels pendant ces périodes et ainsi faire concurrence à des commerces qui, eux, seraient fermés (magasins de vêtements, d'électronique, librairies, etc.). **Selon vous, est-ce que le gouvernement devrait...**

La population âgée de moins de 55 ans, les résidents de la RMR de Montréal et de la RMR de Québec, la population active et ceux qui ont des enfants au foyer penchent davantage pour permettre aux magasins de grande surface d'ouvrir.

À l'opposé, les personnes âgées de 55 ans et plus, ceux qui résident à l'extérieur des deux grandes RMR, la population inactive et les foyers sans enfant préfèrent le statu quo.

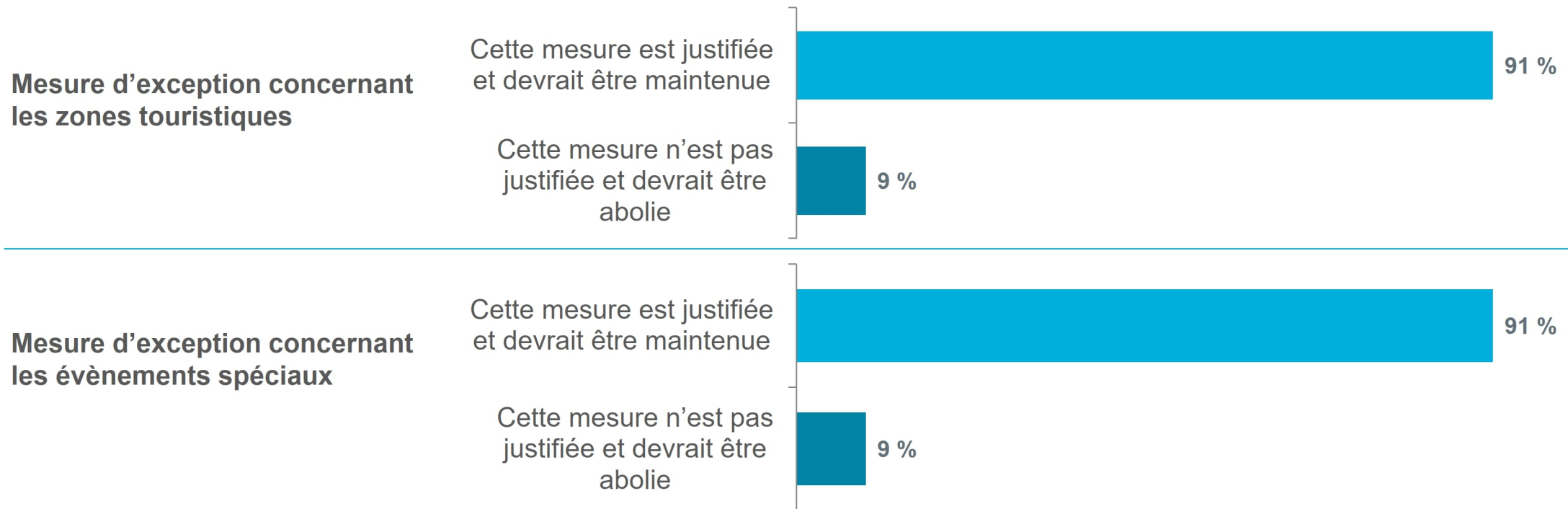
Notons qu'il n'y a aucune différence notable selon le revenu.

(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION				SITUATION		FOYER	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	POP ACTIVE	POP INACTIVE	SANS ENFANT	AVEC ENFANT(S)
n=	1588	368	497	723	568	228	300	492	1116	472	1206	382
permettre aux magasins de grande surface offrant des produits d'épicerie d'ouvrir aux mêmes heures que les marchés d'alimentation, (...) commerces.	44	68	55	23	48	48	37	40	52	27	37	65
garder la situation actuelle, c'est-à-dire ne pas permettre aux magasins de grande (...) d'alimentation.	44	22	37	61	43	41	45	45	40	53	49	29
Je ne sais pas/ refus	12	10	8	16	9	11	17	15	9	19	14	6

Perceptions à l'égard de deux mesures d'exception (zones touristiques et lors d'un événement spécial)

base: tous les répondants, n=1 588

Les Québécois s'entendent sur ce point: les deux mesures d'exception évaluées sont justifiées.



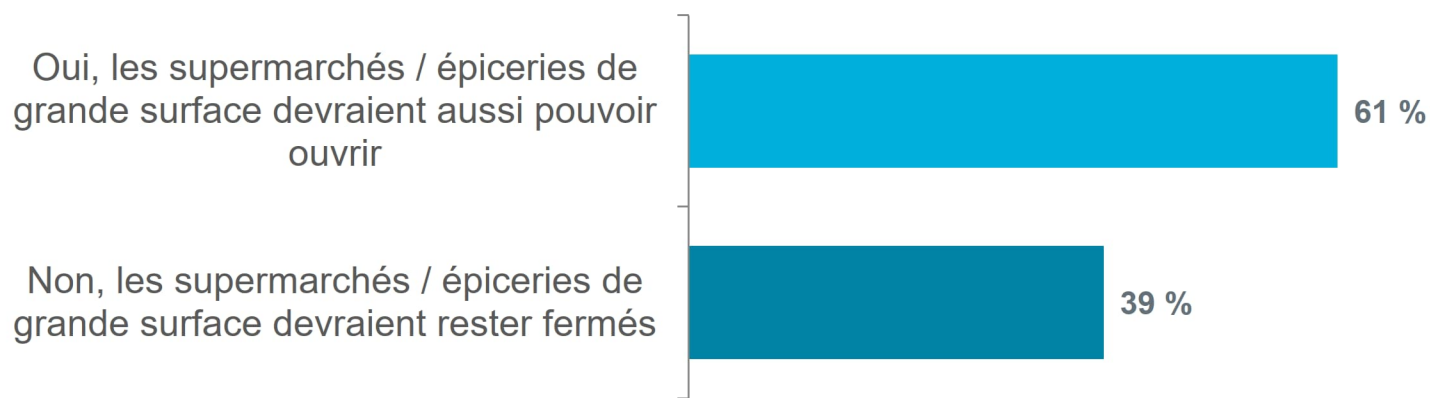
Q10. Présentement, tous les types de commerces situés dans des zones touristiques (p. ex. : le Vieux-Québec, le Vieux-Montréal, le Village de Tremblant) peuvent ouvrir plus tard ou plus tôt afin de s'adapter à la présence de touristes et de mieux les servir. À votre avis, est-ce que cette mesure...

Q11. Présentement, lors d'un événement spécial (p. ex. : festival, événement touristique ou communautaire), tous les types de commerces à proximité de l'événement peuvent ouvrir plus tard ou plus tôt pour bénéficier d'une plus grande affluence des passants. À votre avis, est-ce que cette mesure...

Perceptions à l'égard de l'ouverture des supermarchés / épiceries de grande surface lors de jours fériés

base: tous les répondants, n=1 588

Près de deux Québécois sur trois (61 %) croient que les supermarchés / épiceries de grande surface devraient, eux aussi, pouvoir ouvrir lors des jours fériés. La population âgée de moins de 55 ans, les résidents de la RMR de Montréal et de la RMR de Québec, la population active et ceux qui ont des enfants au foyer penchent davantage pour permettre aux magasins de grande surface d'ouvrir. Notons qu'il n'y a aucune différence notable selon le revenu.



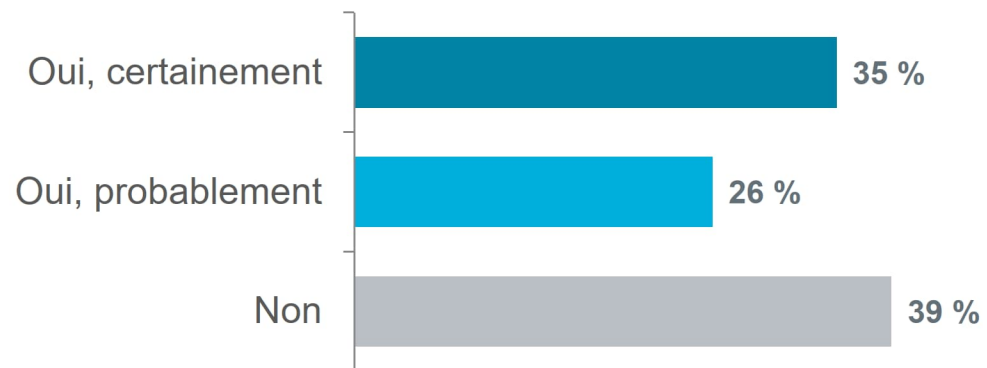
(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION				SITUATION		FOYER	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR	POP ACTIVE	POP INACTIVE	SANS ENFANT	AVEC ENFANT(S)
	n= 1588	368	497	723	568	228	300	492	1116	472	1206	382
Oui	61	79	74	42	65	68	55	55	67	47	56	77
Non	39	21	26	58	35	32	45	45	33	53	44	23

Opinion à l'égard de l'ouverture, sans aucune restriction, de tous les commerces au Québec

base: tous les répondants, n=1 588

Encore ici, les Québécois sont divisés sur la question.

Les 18-54 ans et les résidents de la RMR de Québec sont « certainement » plus favorables à laisser le libre choix aux commerces, alors que les plus âgés (55 ans +) sont davantage contre l'idée.



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AUTRES RMR	HORS RMR
	1588	368	497	723	568	228	300	492
Oui, certainement	35	50	43	19	36	41	29	31
Oui, probablement	26	29	27	24	26	26	28	27
Non	39	21	29	57	38	33	43	42



Profil des répondants

└ de la vie aux idées

Profil des répondants

Base : tous les répondants, 1 588

	TOTAL
SEXE	n= 1 588
Hommes	49 %
Femmes	51 %
REVENU-MÉNAGE	
Moins de 40K \$	23 %
40 à 79K \$	33 %
80K \$ et plus	38 %
Je préfère ne pas répondre	6 %
OCCUPATION	
Travailleur(se) temps plein	55 %
Travailleur(se) temps partiel	13 %
Chômeur(se)	2 %
À la maison	3 %
Retraité(e)	24 %
Étudiant(e)	3 %

	TOTAL
RÉGION	n= 1 588
Île de Montréal	21 %
Rive-Sud de Montréal	13 %
Rive-Nord de Montréal	16 %
Québec RMR	10 %
Reste du Québec	28 %
ÂGE	
18-34 ans	25 %
35-54 ans	32 %
55 ans et plus	44 %
SCOLARITÉ	
Secondaire ou moins	35 %
Collège	44 %
Université	22 %



MONTRÉAL (QUÉBEC)

T 514 849-8086

WWW.CROP.CA

「
de la vie aux idées

「
C R O P
」