

PROVIGO

CET – 2M
C.P. – P.L. 57
**Heures et jours d'admission
dans les établissements
commerciaux**

MÉMOIRE

*présenté
à la
Commission de l'économie et du travail*

Sur le projet de loi n° 57

*Loi modifiant la Loi sur les heures
et les jours d'admission
dans les établissements commerciaux*

*par
Provigo inc.,
Membre du groupe Loblaw*

Québec, le 6 décembre 2006

Notre entreprise

- Provigo inc. est l'un des trois plus importants détaillants en alimentation au Québec.
- Son siège social, qui regroupe tout près de 1 000 personnes, est situé au 400, avenue Sainte-Croix dans l'arrondissement Ville Saint-Laurent à Montréal.
- Provigo inc. est une filiale de *Les Compagnies Loblaw limitée*.
- Provigo inc., avec ses marchands franchisés et associés, procure de l'emploi à près de 30 000 personnes au Québec, ce qui représente une masse salariale de plus de 500 millions de dollars.
- Provigo inc. s'est donné un vaste éventail de bannières, présentes dans toutes les régions du Québec, avec un réseau de plus de 450 magasins : Provigo, L'intermarché, Axep, Maxi, Maxi & Cie et Loblaws.
- Ses magasins rejoignent plusieurs millions de consommateurs chaque semaine.
- Ses bannières remplissent une mission spécifique, de façon à bien se démarquer dans le marché mais surtout de façon à ce que l'entreprise puisse toujours mieux répondre aux besoins des consommateurs. Avec des concepts d'escompte (Maxi et Maxi & Cie) et des concepts de supermarchés conventionnels présentant une offre très vaste (Loblaws) et d'autres, axés davantage sur la proximité et la convivialité (Provigo, L'intermarché et Axep).

- Quatre centres de distribution, à la fine pointe de la technologie, avec plus de 240 remorques et 115 tracteurs qui parcourent plus de 12 millions de km chaque année afin de permettre à la clientèle de retrouver sur les tablettes le bon produit, au bon endroit, au bon moment et en bonne quantité.
- La grande majorité de ses travailleurs sont représentés par des syndicats : FTQ (79 %), CSN (15 %), CSD (2 %) et des syndicats indépendants (4 %).
- L'entreprise possède les marques *le Choix du Président* et *sans nom*, lesquelles bénéficient d'une très grande notoriété auprès de la clientèle.
- Provigo inc. entretient des liens d'affaires avec plus de 5 000 fournisseurs québécois dont près de 2 000 fabricants d'aliments, ce qui inclut quelque 350 producteurs agricoles pour ses différentes bannières.
- Près de 100 fournisseurs du Québec fabriquent plus de 1 200 produits de marques contrôlées *le Choix du Président* ou *sans nom*.
- Au cours des sept dernières années, la valeur cumulative des biens et services achetés par Provigo inc. et *Les Compagnies Loblaw limitée* auprès des fournisseurs québécois s'est élevée à plus de 21 milliards de dollars.
- Au cours des sept dernières années, nos investissements au Québec ont atteint plus de 2 milliards de dollars.
- Nous nous considérons comme un acteur économique d'envergure au Québec.

Nos commentaires sur les mesures législatives proposées

À l'occasion du processus de consultation publique portant sur le *projet de loi n° 57, Loi modifiant la Loi sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux*, nous vous remercions de nous donner l'occasion de vous soumettre nos commentaires relativement à certains aspects de ce projet de loi.

Une bonne nouvelle pour tous

D'entrée de jeu, nous saluons la volonté du gouvernement d'ouvrir la *Loi sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux* (L.R.Q., chapitre H-2.1) afin de permettre aux consommateurs d'obtenir les services auxquels ils ont droit pour satisfaire leurs besoins, lesquels ont évolué considérablement depuis 1992.

Nous investissons constamment dans notre réseau pour toujours mieux répondre aux besoins des consommateurs pour ce qui est de la variété et du service à la clientèle. Nous sommes heureux de constater l'écoute dont le gouvernement fait preuve car, dans ce dossier, nous avons un objectif commun : faire en sorte que la Loi réponde à la réalité du consommateur d'aujourd'hui.

Le projet de loi n° 57 représente nettement un pas dans la bonne direction puisqu'il répond en grande partie aux attentes des consommateurs québécois le samedi et le dimanche. Il répond également aux attentes des consommateurs dont l'agenda les contraint à magasiner plus tard le soir et dans certains cas la nuit, peu importe le jour de la semaine.

Rappelons qu'ils ont été plus de 300 000 à s'adresser à leurs élus, en septembre dernier, pour réclamer « un meilleur niveau de service dans les supermarchés après 17 heures les samedis et les dimanches ».

En quelques semaines seulement, ces milliers de Québécoises et Québécois de toutes les régions du Québec ont retourné à leur député une carte postale leur demandant d'agir. Les consommateurs d'aujourd'hui, c'est bien connu, réclament de plus en plus de service et de flexibilité.

D'ailleurs, selon un sondage réalisé par Léger Marketing à l'automne 2006, deux personnes sur cinq (42 %) affirmaient aller à l'épicerie après 17 heures le samedi ou le dimanche et six personnes sur dix (59 %) souhaitaient avoir accès à un personnel complet .

En septembre 2005, 57 % des Québécois souhaitaient la même chose selon un autre sondage réalisé par Léger Marketing.

Il est facile de comprendre que plusieurs consommateurs démontrent de l'insatisfaction, ce qui représente une source de stress importante pour nos employés. À cela, il faut ajouter la perte de revenus attribuable au vol à l'étalage.

Nous remarquons que la planification des repas se fait davantage au jour le jour. En effet, des enquêtes ont démontré qu'à 16 heures, 90 % des gens ne savent pas encore ce qu'ils mangeront au repas du soir. Conséquemment, l'achalandage dans les supermarchés est très important en fin de journée, notamment les samedis et dimanches. Dans notre industrie, nous relevons 331 000 transactions entre 17 heures et 21 heures le week-end.

Nos chiffres confirment d'ailleurs les résultats du sondage effectué par Léger Marketing à l'effet que 350 000 consommateurs effectuent leurs emplettes entre 17 heures et 22 heures le week-end.

Aussi, 1 260 000 consommateurs fréquentent régulièrement ou à l'occasion les supermarchés après 17 heures le samedi et le dimanche (42 %).

Fréquentation à des heures tardives

Nous saluons également le fait que le gouvernement continue à permettre l'ouverture des supermarchés à toute heure.

Nous reconnaissons que ce besoin se limite à quelques marchés seulement. Toutefois, les consommateurs, comme le Québec, ne sont pas homogènes.

En ce sens, le gouvernement ne brime aucun citoyen, relativement à son droit d'obtenir un service à l'intérieur d'une semaine normale, et aucun détaillant, relativement à sa volonté d'ouvrir ou non son commerce.

Quand on pense que 90 % des gens ne savent pas en fin de journée ce qu'ils mangeront au repas du soir, pour des milliers de consommateurs qui ont un horaire variable ou un agenda fort chargé, la fin de la journée ou une heure avant le repas veut souvent dire 20 h 00 et même 21 h 00 le soir.

Rappelons que près de 300 000 clients effectuent chaque semaine une épicerie après 21 heures; ils désirent profiter de la variété de produits et de la commodité de nos commerces. Nous parlons ici de plus de 15 millions de transactions par année.

Le temps est une ressource précieuse et les consommateurs nous le disent. S'ils choisissent de se rendre dans les supermarchés tard en soirée la semaine ou les samedis et les dimanches, c'est qu'ils ont d'autres activités dans la journée (25 %), c'est le moment qui leur convient (24 %) ou encore c'est le seul moment disponible (12 %) - (source : Léger Marketing, 2006).

Le projet présenté, en maintenant le *statu quo* après 20 h 00 le week-end et 21 h 00 en semaine, répond en grande partie aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui.

Les jours fériés

Nous croyons que les problèmes vécus entre 17 h 00 et 20 h 00, que vient régler le projet de loi pour les samedis et les dimanches, existent aussi les jours fériés.

Le gouvernement devrait saisir l'occasion pour régler cette situation qui limite le nombre d'employés les jours fériés et crée d'énormes frustrations pour la clientèle.

Avec seulement quatre employés dans nos supermarchés, nous ne sommes pas en mesure d'offrir le service que les consommateurs réclament.

Au contraire, cette règle les oblige à :

- attendre patiemment dans des files d'attente;
- constater qu'un produit frais n'est plus disponible;
- remarquer qu'un produit est absent des tablettes.

Chaque jour férié fait généralement l'objet de reportages des médias qui soulignent les longues files d'attente aux caisses, relèvent la fermeture des comptoirs de spécialités, montrent l'irritation des consommateurs et la frustration des employés.

Si nous souhaitons permettre aux consommateurs un libre accès à l'ensemble des services dans les supermarchés pendant les congés fériés ciblés au cours de l'année, nous souhaitons également améliorer la qualité de vie de nos employés.

C'est pourquoi nous unissons notre voix à celle des Québécois et Québécoises qui déclaraient dans un sondage souhaiter la fermeture des supermarchés lors de certains congés fériés.

Ce sondage, réalisé en 2006 par Léger Marketing, relève d'ailleurs que 71 % des Québécoises et des Québécois se disent tout à fait d'accord ou plutôt en accord avec le fait que les supermarchés ferment quatre jours. En fait, notre recommandation permettrait un certain nombre de congés fériés, dans l'année, à l'exclusion des zones touristiques, et ce, pour des raisons évidentes.

Considérant que nous sommes pratiquement en activité 365 jours par année, l'application de cette recommandation présenterait un avantage important, tant pour nos employés que nos gestionnaires, en leur permettant de profiter de moments privilégiés en famille, et ainsi de mieux concilier les exigences du travail et la vie de famille.

Nous souhaiterions donc la fermeture de tout établissement de plus de 5 000 pieds carrés certains jours fériés et la libéralisation complète tous les autres jours, ce qui signifie que le gouvernement ne devrait pas limiter le service aux consommateurs les autres jours fériés.

Nous suggérons respectueusement au gouvernement de revoir toute cette question des congés fériés. En recommandant de fermer les supermarchés lors de certains congés fériés, nous lui suggérons de donner du temps de qualité à l'ensemble des familles québécoises et souhaitons qu'il nous permette également de donner un service de qualité, à la mesure des attentes de la clientèle, lors des autres congés fériés, sans la restriction de la règle de quatre employés. À cet égard, rappelons que cette recommandation sur les jours fériés se rapproche de celle exprimée par les détaillants de petite surface.

Une solution d'avenir

Nous félicitons également le gouvernement pour sa volonté de répondre plus promptement aux changements et habitudes de consommation pour l'avenir. En permettant les modifications à venir par règlement, le législateur, en l'occurrence tous les députés, se place en écoute active comme il se place beaucoup plus en mode d'action réelle.

Conclusion

Répondre le mieux possible aux attentes des consommateurs, voilà ce qui nous anime.

Répondre le mieux possible aux attentes des citoyens, voilà ce qui vous anime.

Nous croyons que, par le projet de loi n° 57 et les modifications que nous vous proposons, nous pouvons répondre en tout ou en partie aux attentes de tous :

- consommateurs
 - amélioration du service durant les périodes clés d'achalandage
- employés
 - élimination d'une source importante de stress
 - fermeture des commerces certains jours fériés

Nous saluons le fait que le processus soit dorénavant simplifié pour permettre des modifications par règlement.

Nous offrons au gouvernement du Québec notre pleine et entière collaboration dans la poursuite de cet exercice.