

A woman with blonde hair, wearing a light-colored jacket, is looking down at a large, open book or portfolio she is holding. The background is a workshop or factory setting with various mechanical parts and equipment. The entire image has a blue color overlay.

Étude auprès des propriétaires résidentiels de quincailleries /
centres de rénovation à propos du personnel et des heures
d'ouverture

Réalisée pour L'AQMAT

AVRIL 2023

「 de la vie aux idées

「 CROP 」

Méthodologie

Collecte des données

Le sondage a été réalisé auprès de 1 000 québécois propriétaires de leur habitation et qui ont fréquenté une quincaillerie / centre de rénovation au cours des 12 derniers mois.

La collecte des données s'est déroulée entre le **13 et le 27 mars 2023** par le biais d'un panel web. Le questionnaire était disponible en français et en anglais.

Pondération des données

Les données du sondage ont été pondérées pour refléter statistiquement le poids réel de la cible sondée, et ceci sur la base de l'âge, du genre, de la scolarité, de la région géographique et la langue maternelle des propriétaires au Québec.

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'égale 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

└ de la vie aux idées



Constats

Attentes et évaluation à l'égard du personnel

- En matière d'attentes envers le personnel des quincailleries / centres de rénovation, l'expertise technique arrive au premier plan, suivie de la disponibilité du personnel. De plus, les propriétaires résidentiels considèrent qu'il est important que le personnel de ces commerces soit plus connaisseur qu'eux dans leur domaine.
- La note d'évaluation du personnel des quincailleries / centres de rénovation est variable : la moyenne des résultats de l'évaluation oscille entre 8,0/10 (pour la courtoisie du personnel) et 7,0/10 (pour la disponibilité du personnel); l'expertise technique obtient 7,7/10 (écart à combler considérant les attentes élevées) et l'intérêt démontré par le personnel 7,6/10.
- En outre, les propriétaires résidentiels ont de grandes attentes envers la compétence et l'engagement du personnel des quincailleries / centres de rénovation, et ce davantage que pour d'autres types de commerces; seuls les magasins d'informatique obtiennent un niveau d'attentes équivalent à ce chapitre.

Parcours client

- Les moments de fréquentation des quincailleries / centres de rénovation sont variés et diffèrent selon l'âge : ceux qui ont moins de 55 ans les fréquentent plus le week-end alors que les 55 ans et plus les fréquentent davantage le jour en semaine, ce qui n'est pas surprenant.
- Une majorité de propriétaires résidentiels se débrouillent seuls, la plupart du temps, pour trouver le bon département et le bon produit dans une quincaillerie / centre de rénovation. Seule une minorité cherche un conseiller pour les aider à régler un problème ou pour les accompagner dans leur projet. Ces résultats semblent démontrer une certaine autonomie des propriétaires résidentiels lorsqu'ils magasinent dans une quincaillerie / centre de rénovation.
- Le fait d'attendre longtemps en file avant de pouvoir payer, de ne pas arriver à obtenir des conseils ou de devoir quitter sans acheter faute de personnel sont des situations plutôt occasionnelles, selon les propriétaires résidentiels sondés.
- Le comportement le plus fréquent pour une majorité de propriétaires résidentiels est d'effectuer leurs achats en quincaillerie / centre de rénovation parce qu'ils veulent avoir en main les produits/matériaux lorsqu'ils sortent du magasin : ceci démontrant l'importance, pour les propriétaires résidentiels, de la disponibilité de l'inventaire.
- Dans l'esprit de la plupart des propriétaires résidentiels, les plateformes Internet comme Amazon ne peuvent pas remplacer la relation qu'ils ont avec le personnel en quincaillerie. En effet, ils se disent attachés à leur commerce de quincaillerie en raison de la qualité des employés.

Grandes observations

Pénurie de main d'œuvre

- Les propriétaires résidentiels constatent régulièrement ou occasionnellement le phénomène de pénurie de main d'œuvre dans les quincailleries / centres de rénovation.
- La plupart des propriétaires résidentiels sondés considèrent que cette pénurie de main d'œuvre a un impact sur la qualité du service qu'ils reçoivent en quincailleries / centres de rénovation.

Heures d'ouverture et comportement d'achat

- Lorsque la quincaillerie/ centre de rénovation est fermé et qu'ils doivent acheter un article, une personne sur deux préfère attendre que le commerce soit ouvert un autre jour alors que l'autre moitié (plus marquée chez les moins de 55 ans) tente de trouver une autre quincaillerie / centre de rénovation ouvert (la substitution est un comportement assez fréquent chez les propriétaires résidentiels). Fait à noter intéressant pour votre industrie, très peu de propriétaires résidentiels optent pour l'achat en ligne si la quincaillerie / centre de rénovation est fermée.
- Même si de façon générale il y a un plus grand nombre de répondants qui préfèrent une réduction de l'horaire d'ouverture pour conserver le personnel qualifié en tout temps, les moins de 55 ans (plus actifs économiquement) sont partagés : pratiquement autant préfèrent conserver l'horaire actuel d'ouverture mais réduire le temps où le personnel qualifié est disponible. Les heures d'ouverture représentent donc une question sensible pour les propriétaires résidentiels.
- Poser sous un angle légèrement différent, les propriétaires résidentiels affirment, en majorité, préférer que leur quincaillerie / centre de rénovation ouvre moins mais pouvoir accéder à des employés qualifiés.
- Dans l'hypothèse d'une fermeture complète de la quincaillerie / centre de rénovation qu'ils fréquentent principalement en raison de la pénurie de main d'œuvre, la plupart des propriétaires résidentiels sondés considèrent que cette situation les dérangerait beaucoup ou assez.
- S'il y avait une réduction des heures d'ouverture des quincailleries / centres de rénovation, un peu plus de propriétaires résidentiels seraient dérangés par une fermeture un jour de semaine ou le dimanche que par des réductions d'heures (soit le week-end ou la semaine). Néanmoins, la majorité des propriétaires résidentiels ne seraient pas dérangés par l'un ou l'autre de ces scénarios.
- Parmi les choix de réduction des heures de disponibilité du personnel expert qui leur étaient présentés, la suppression du personnel expert les lundis, mardis et mercredis soirs est l'option la moins dérangeante pour les propriétaires résidentiels. Le scénario supprimant le personnel expert un jour de semaine est l'option considérée comme étant la plus dérangeante.

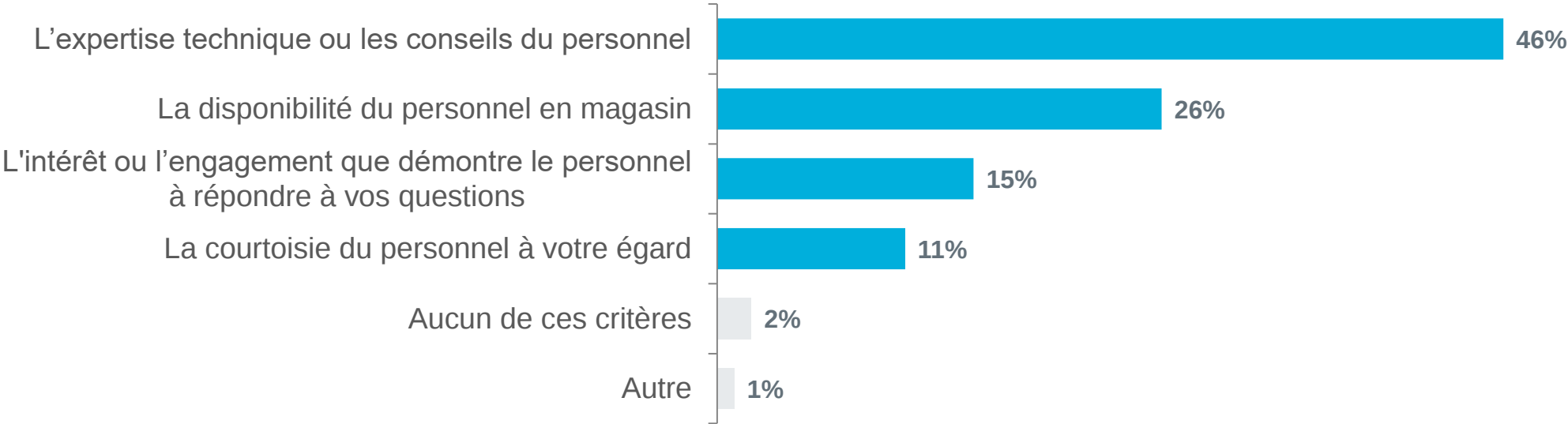
A blue-tinted photograph of two men shaking hands in a workshop. The man on the left is wearing a dark polo shirt and an apron, smiling. The man on the right is wearing a plaid shirt and glasses. They are standing in front of a workbench with various tools hanging on the wall and shelves. The text "Attentes et évaluation à l'égard du personnel" is overlaid in white, with a horizontal line underneath.

Attentes et évaluation à l'égard du personnel

└ de la vie aux idées

Importance des attentes envers le personnel des quincailleries / centres de rénovation

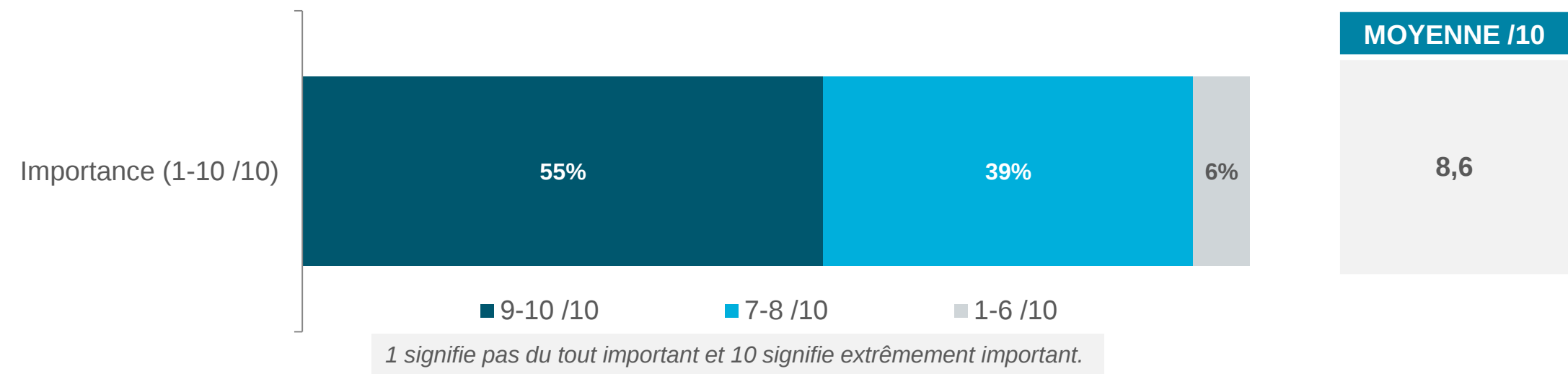
base: tous, n=1 000



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
L'expertise technique ou les conseils du personnel	46	53	44	45	45	51	46	43	47
La disponibilité du personnel en magasin	26	17	24	30	28	20	24	25	26
L'intérêt ou l'engagement que démontre le personnel à répondre à vos questions	15	13	16	15	15	12	16	18	14
La courtoisie du personnel à votre égard	11	15	13	8	10	15	11	11	11

Importance du bon niveau de connaissance des employés de quincailleries / centres de rénovation

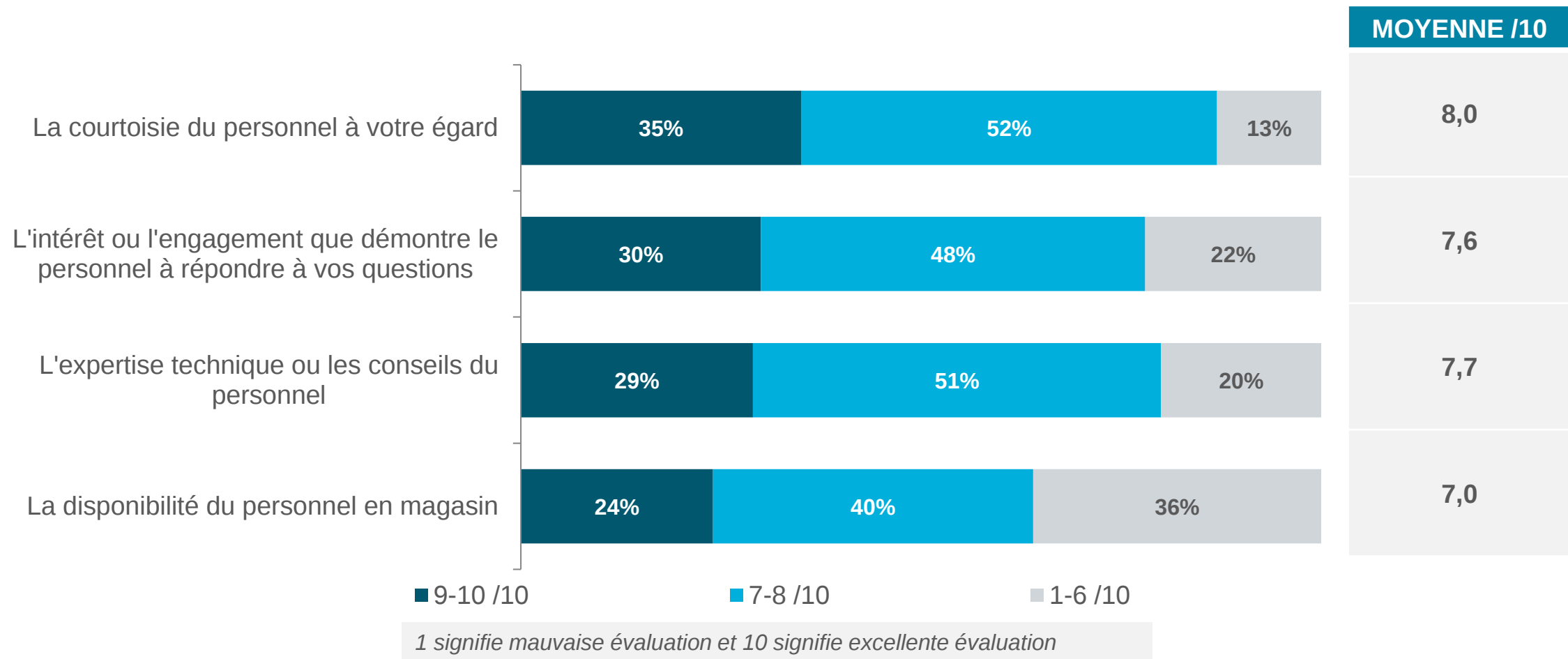
base: tous, n=1 000



(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
n=	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
MOYENNE	8,6	8,5	8,6	8,7	8,6	8,6	8,6	8,5	8,6
1-6 /10	6	9	5	6	5	4	8	7	6
7-8 /10	39	34	43	38	39	48	36	38	39
9-10 /10	55	56	51	56	56	48	55	55	55

Évaluation du personnel des quincailleries / centres de rénovation (1/2)

base: tous, n=1 000



Évaluation du personnel des quincailleries / centres de rénovation (2/2)

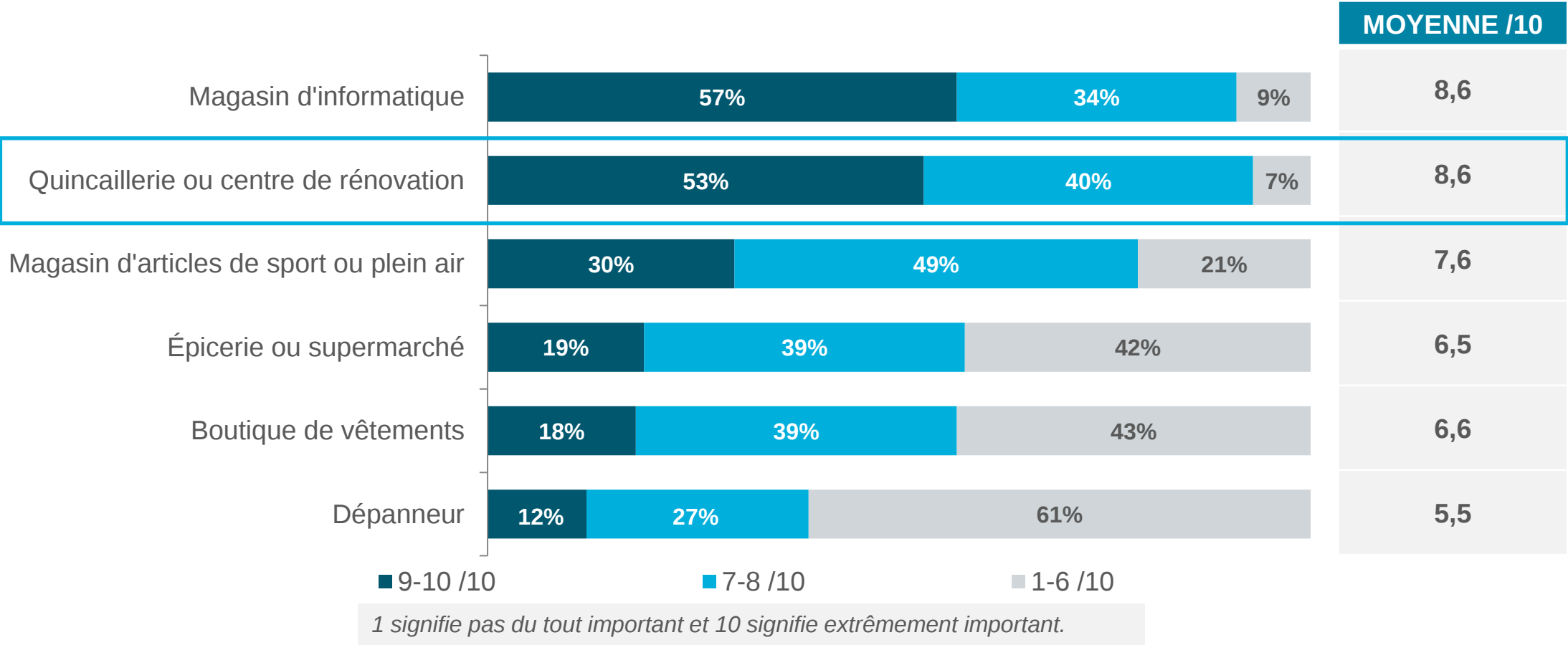
base: tous, n=1 000

MOYENNE /10	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
La courtoisie du personnel à votre égard	8,0	7,6	8,0	8,1	7,9	8,2	8,0	8,1	7,9
L'intérêt ou l'engagement que démontre le personnel à répondre à vos questions	7,6	7,3	7,6	7,7	7,4	7,9	7,7	7,9	7,5
L'expertise technique ou les conseils du personnel	7,7	7,6	7,7	7,7	7,6	7,9	7,7	8,0	7,6
La disponibilité du personnel en magasin	7,0	7,1	7,0	6,9	6,8	7,2	7,2	7,5	6,8

Importance de la compétence et l'engagement du personnel dans différents types de commerces

(1/2)

base: tous, n=1 000



Importance de la compétence et l'engagement du personnel dans différents types de commerces

(2/2)

base: tous, n=1 000

MOYENNE /10	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Magasin d'informatique	8,6	8,1	8,3	8,9	8,5	8,5	8,6	8,5	8,6
Quincaillerie ou centre de rénovation	8,6	8,3	8,5	8,7	8,6	8,5	8,5	8,4	8,6
Magasin d'articles de sport ou plein air	7,6	7,4	7,7	7,5	7,5	7,6	7,7	7,4	7,6
Épicerie ou supermarché	6,5	6,6	6,3	6,6	6,2	6,7	7,0	6,8	6,4
Boutique de vêtements	6,6	6,8	6,4	6,6	6,4	6,7	6,9	6,7	6,6
Dépanneur	5,5	6,0	5,4	5,4	5,1	5,7	6,0	5,8	5,4

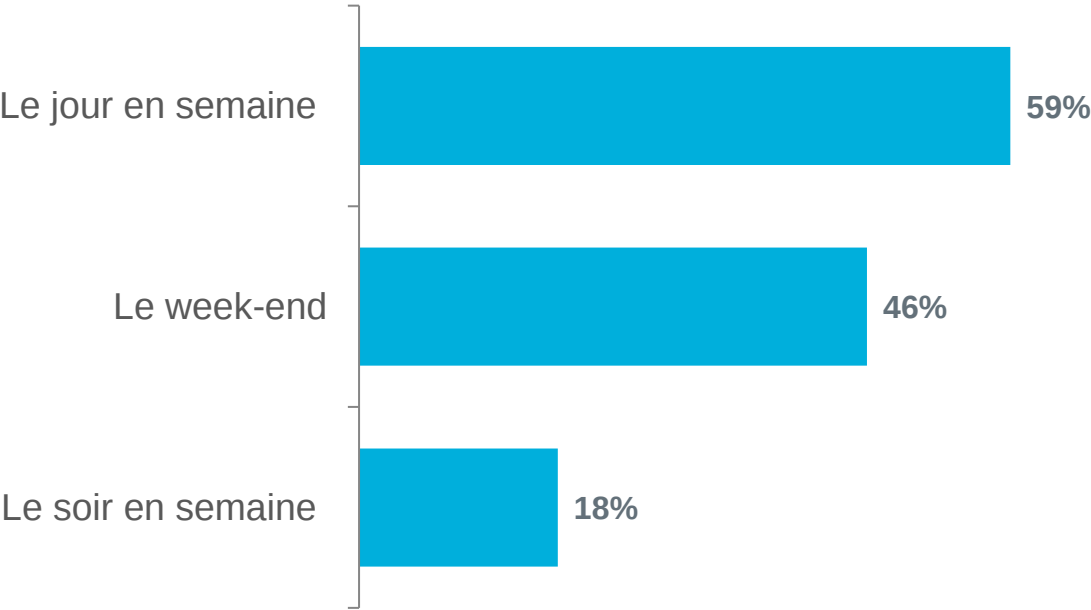
A man and a young boy are in a hardware store. The man is holding a smartphone and pointing at it with his other hand, while the boy looks on. They are standing in front of tall metal shelving units filled with various items. The entire image has a blue color overlay.

Parcours client

「 de la vie aux idées

Moments de fréquentation des quincailleries

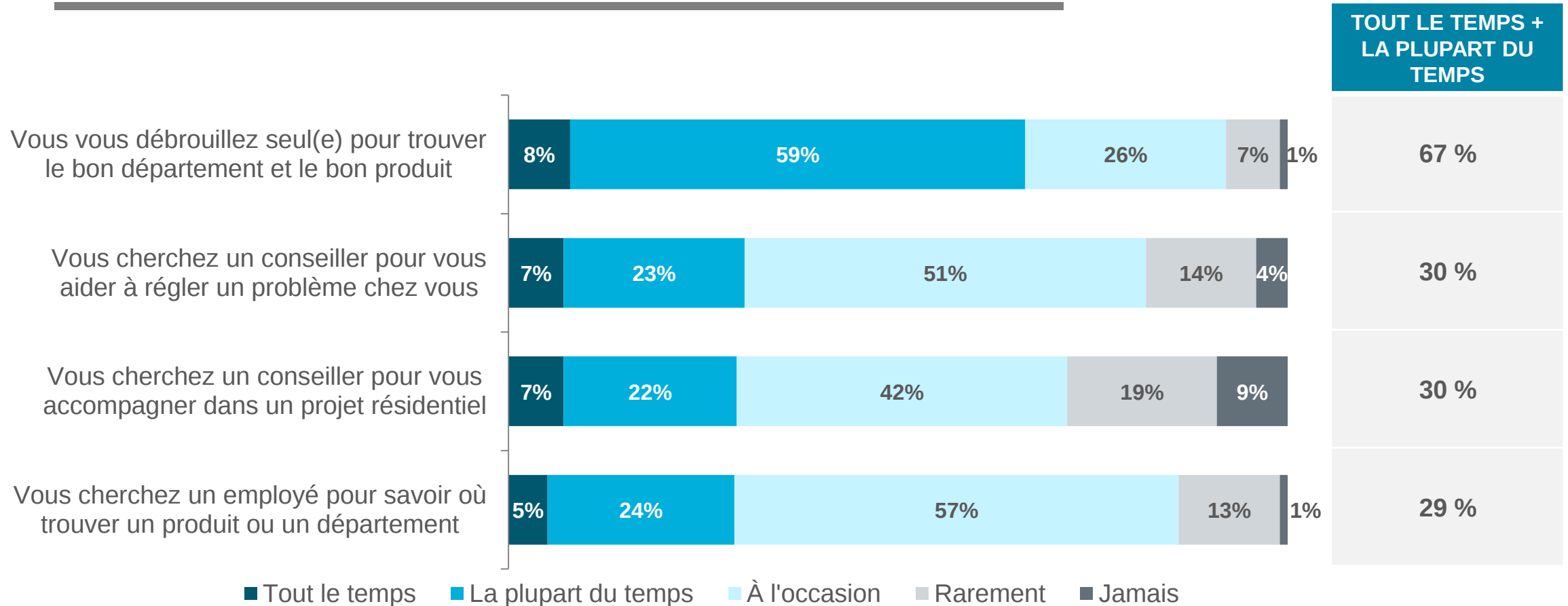
base: tous les répondants, n=1 000



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1000	153	291	556	472	149	379	247	753
Jour en semaine	59	46	36	77	56	65	61	62	58
Week-end	46	63	65	28	48	42	44	44	46
Soir en semaine	18	35	24	8	16	24	18	16	18

Réflexes et comportements adoptés dans les quincailleries/ centres de rénovation (1/2)

base: tous, n=1 000



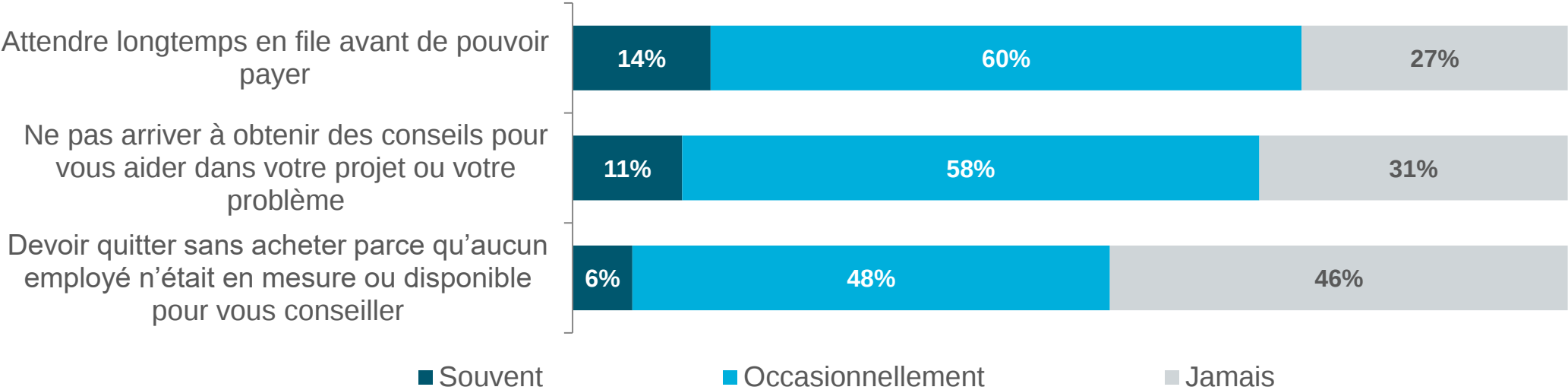
Réflexes et comportements adoptés dans les quincailleries/ centres de rénovation (2/2)

base: tous, n=1 000

% TOUT LE TEMPS + LA PLUPART DU TEMPS	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
n=	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Vous vous débrouillez seul(e) pour trouver le bon département et le bon produit	67	59	68	69	66	71	68	62	69
Vous cherchez un conseiller pour vous aider à régler un problème chez vous	30	29	31	29	32	25	29	37	28
Vous cherchez un conseiller pour vous accompagner dans un projet résidentiel	30	34	30	28	30	28	29	33	29
Vous cherchez un employé pour savoir où trouver un produit ou un département	29	35	28	27	30	24	28	32	27

Situations observées en quincaillerie / centre de rénovation

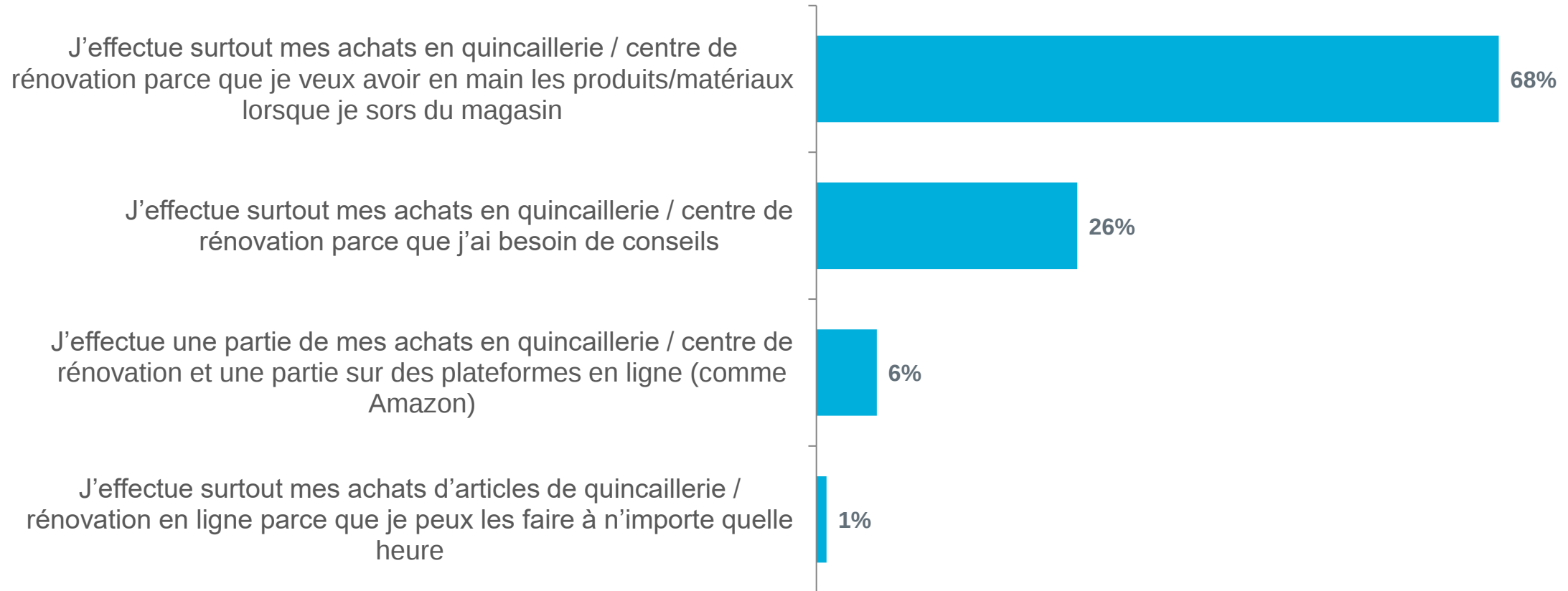
base: tous, n=1 000



% SOUVENT	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Attendre longtemps en file avant de pouvoir payer	14	18	17	10	13	7	17	13	14
Ne pas arriver à obtenir des conseils pour vous aider dans votre projet ou votre problème	11	17	12	8	11	4	12	10	11
Devoir quitter sans acheter parce qu'aucun employé n'était en mesure ou disponible pour vous conseiller	6	8	6	4	6	7	4	6	5

Comportement le plus fréquent lors de l'achat d'articles de quincaillerie / produits de rénovation (1/2)

base: tous, n=1 000



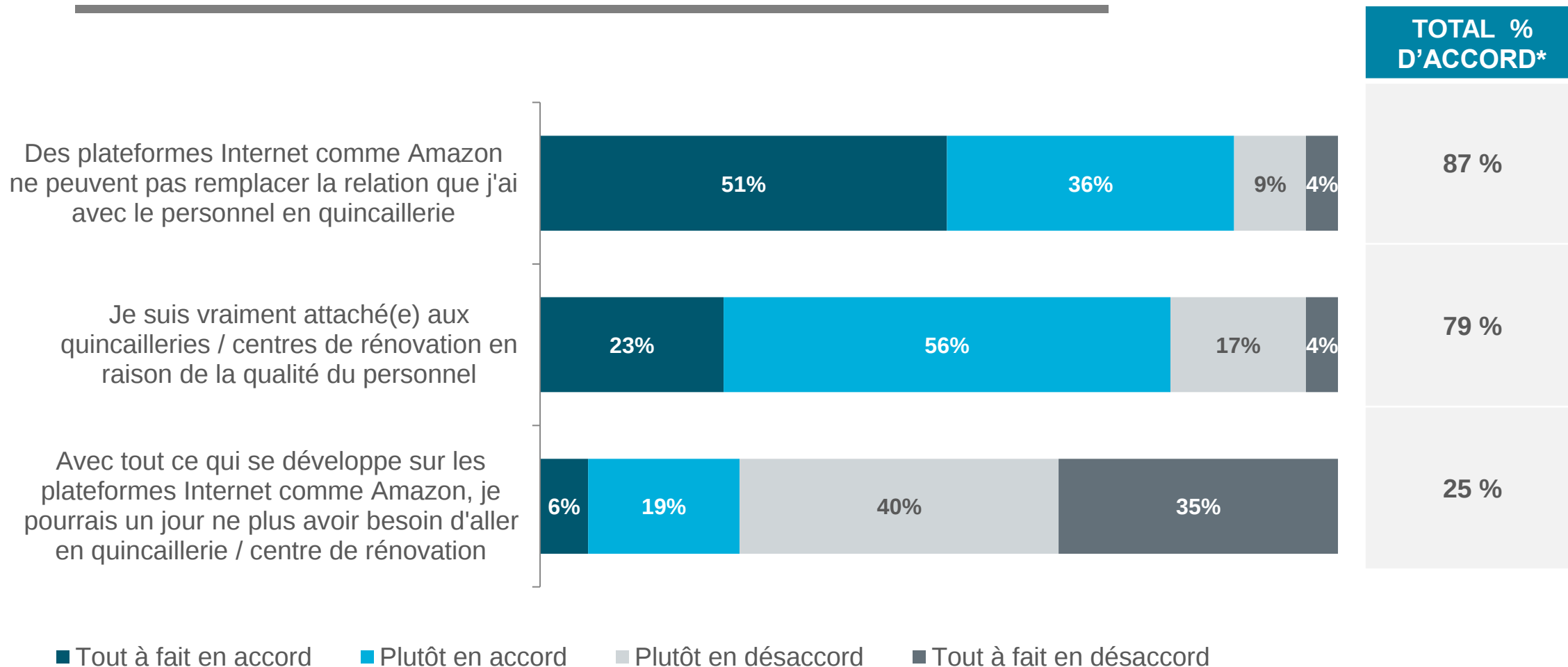
Comportement le plus fréquent lors de l'achat d'articles de quincaillerie / produits de rénovation (2/2)

base: tous, n=1 000

(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
J'effectue surtout mes achats en quincaillerie / magasin de rénovation parce que je veux avoir en main les produits/matériaux lorsque je sors du magasin	68	56	67	73	68	65	69	59	71
J'effectue surtout mes achats en quincaillerie / centre de rénovation parce que j'ai besoin de conseils	26	30	28	23	26	29	25	35	23
J'effectue une partie de mes achats en quincaillerie / centre de rénovation et une partie sur des plateformes en ligne (comme Amazon)	6	13	5	3	5	5	6	5	6
J'effectue surtout mes achats d'articles de quincaillerie / rénovation en ligne parce que je peux les faire à n'importe quelle heure	1	0	0	1	1	1	0	0	1

Opinions à l'égard des achats en quincaillerie/ centre de rénovation et des achats en ligne (1/2)

base: tous, n=1 000



Opinions à l'égard des achats en quincaillerie/ centre de rénovation et des achats en ligne (2/2)

base: tous, n=1 000

(%) TOUT À FAIT + PLUTÔT D'ACCORD n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Des plateformes Internet comme Amazon ne peuvent pas remplacer la relation que j'ai avec le personnel en quincaillerie	87	76	84	92	85	90	88	85	87
Je suis vraiment attaché(e) aux quincailleries / centres de rénovation en raison de la qualité du personnel	79	67	77	84	77	85	79	84	77
Avec tout ce qui se développe sur les plateformes Internet comme Amazon, je pourrais un jour ne plus avoir besoin d'aller en quincaillerie / centre de rénovation	25	46	31	13	27	23	22	29	23

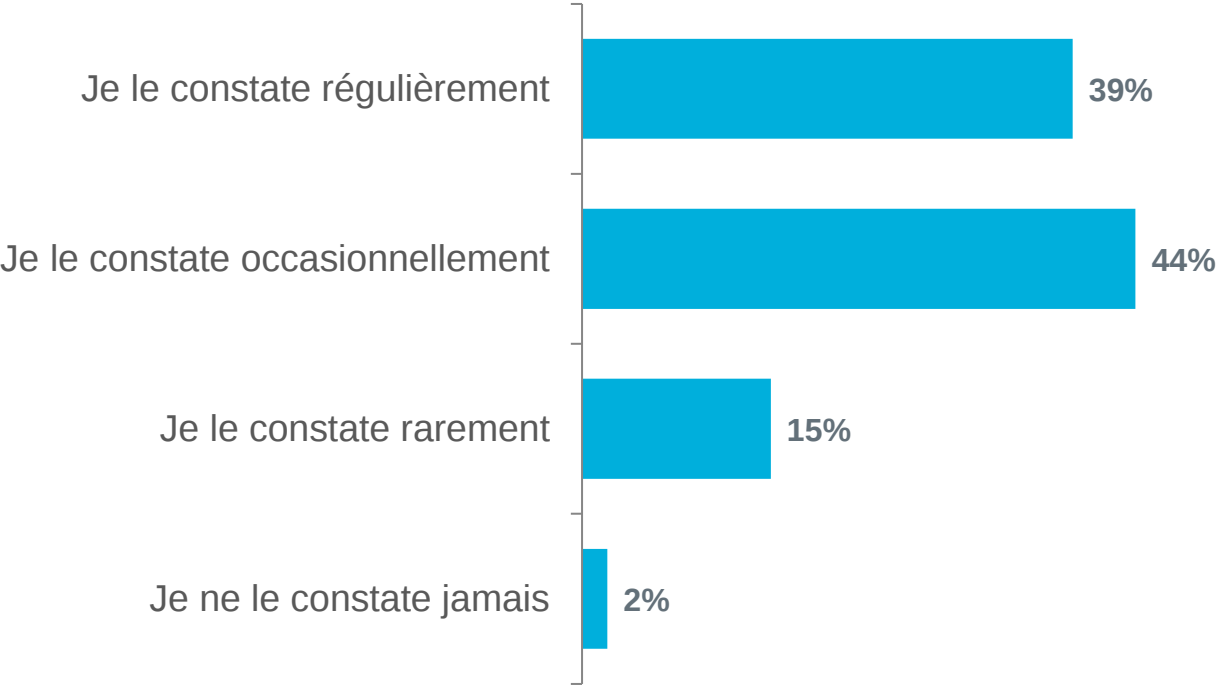
A blue-tinted photograph of two men in a workshop. The man on the left is in profile, looking towards the right. The man on the right is wearing a cap and gesturing with his hands while looking at a robotic arm. A laptop is visible in the foreground. The background shows various tools and equipment on shelves.

Pénurie de main-d'œuvre

┐ de la vie aux idées

Constatacion de la pénurie de main-d'  uvre dans les quincailleries / centres de rénovation

base: tous, n=1 000

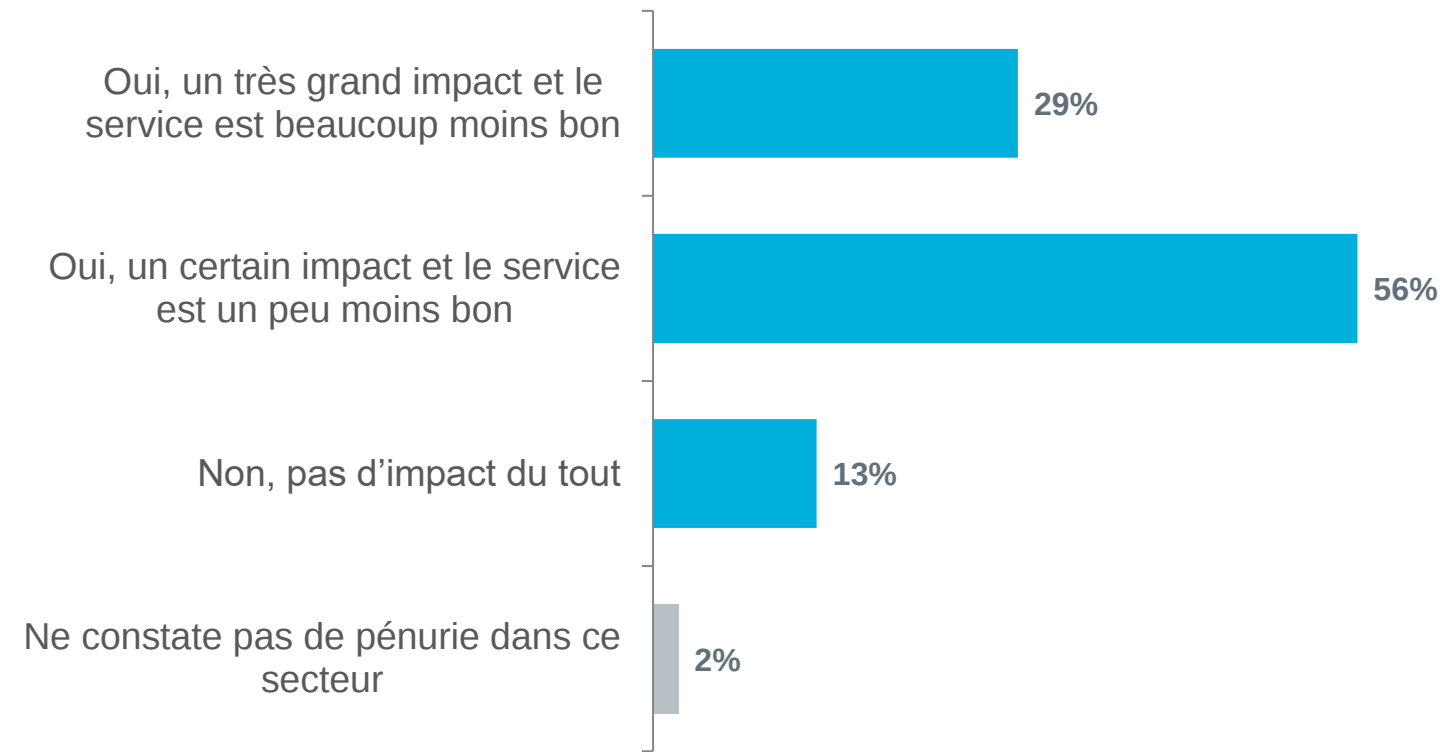


(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Je le constate régulièrement	39	32	37	43	38	32	43	38	39

Q10.    quel point constatez-vous qu'il y a ou non une pénurie de main-d'œuvre dans les quincailleries / centres de rénovation que vous fréquentez?

Niveau d'impact perçu de la pénurie de main-d'œuvre sur le service reçu en quincaillerie / centre de rénovation

base: tous, n=1 000



(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Oui, un très grand impact et le service est beaucoup moins bon	29	32	33	24	30	23	28	27	29

Q11. Considérez-vous que cette pénurie de main-d'œuvre dans les quincailleries / centres de rénovation a un impact sur la qualité du service que vous recevez en magasin?

* Très grand impact + un certain impact

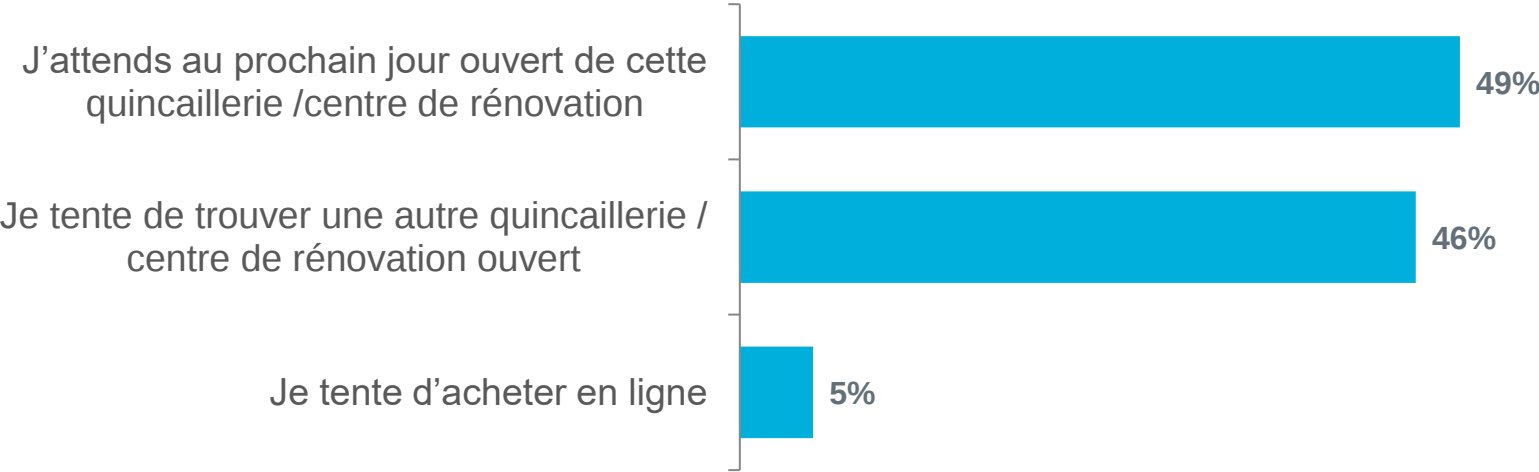
A woman with dark hair, smiling, stands in a workshop or garage. She is wearing a dark turtleneck sweater under a dark apron. Her arms are crossed. The background is filled with shelves and walls covered in various tools, parts, and equipment. The entire image has a blue color overlay.

Heures d'ouverture et comportement d'achat

└ de la vie aux idées

Réaction lorsque la quincaillerie / centre de rénovation est fermé

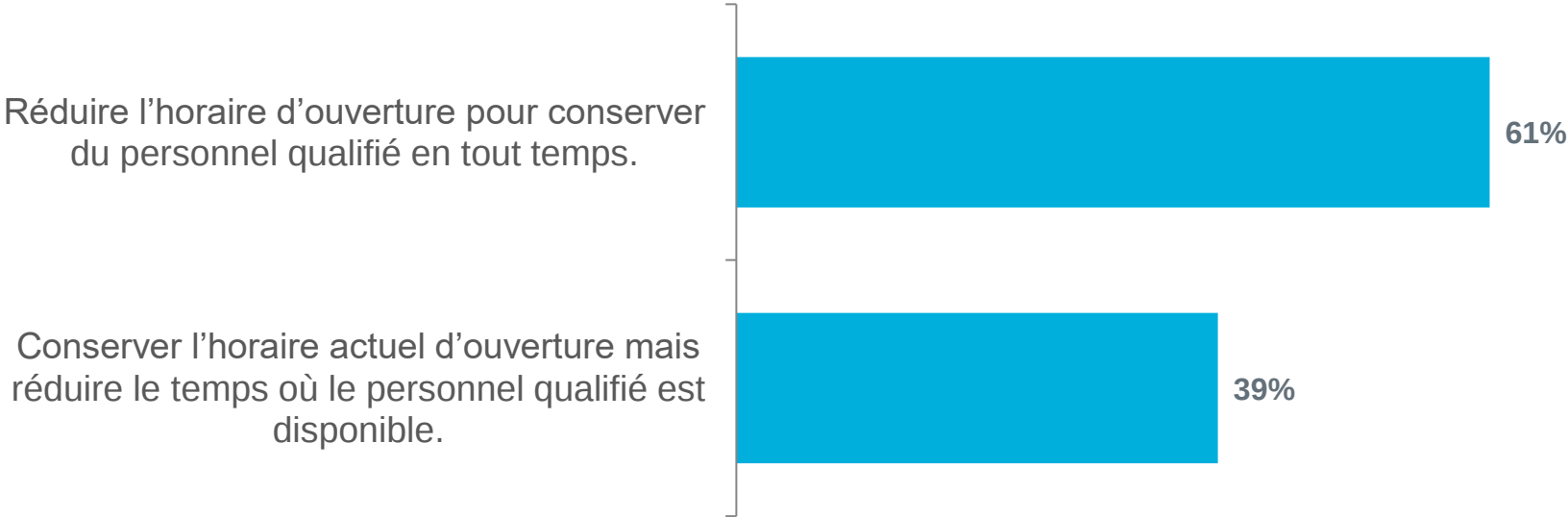
base: tous, n=1 000



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
J'attends au prochain jour ouvert de cette quincaillerie /centre de rénovation	49	38	44	57	48	54	50	58	46
Je tente de trouver une autre quincaillerie / centre de rénovation ouvert	46	51	49	42	46	43	45	38	48
Je tente d'acheter en ligne	5	11	7	2	6	3	5	4	5

Préférence des propriétaires résidentiels: la réduction de l'horaire d'ouverture OU la réduction de la disponibilité du personnel qualifié

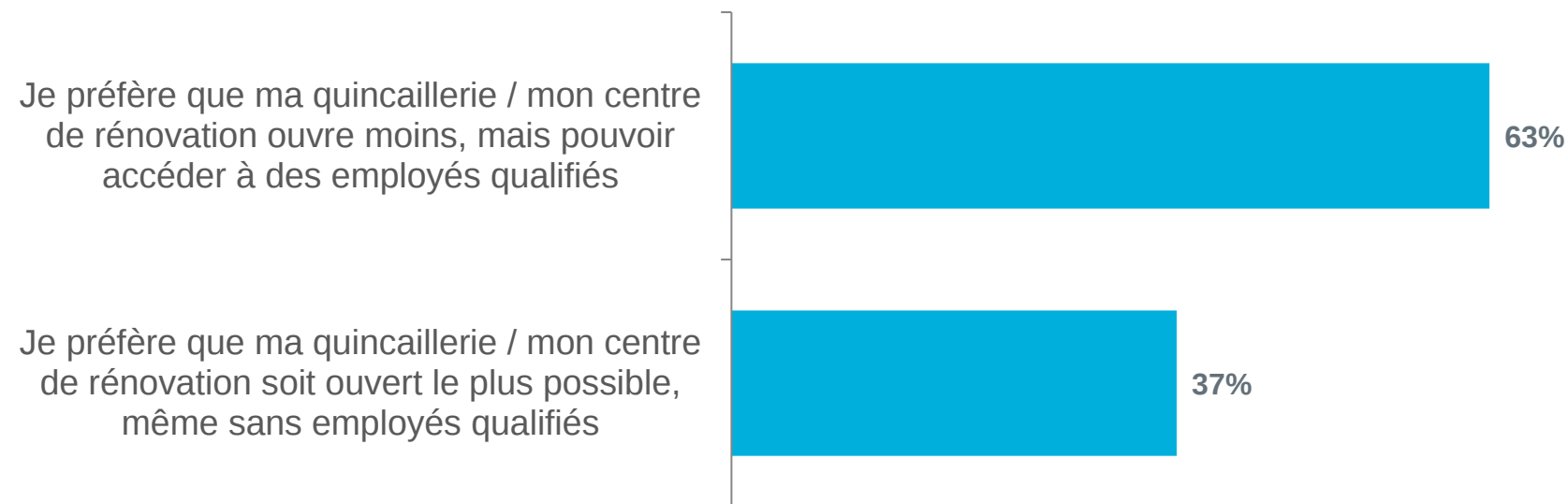
base: tous, n=1 000



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Réduire l'horaire d'ouverture pour conserver du personnel qualifié en tout temps.	61	53	54	67	58	55	65	62	60
Conserver l'horaire actuel d'ouverture mais réduire le temps où le personnel qualifié est disponible.	39	47	46	33	42	45	35	38	40

Le choix des propriétaires résidentiels entre l'ouverture des quincailleries / centres de rénovation et les employés qualifiés

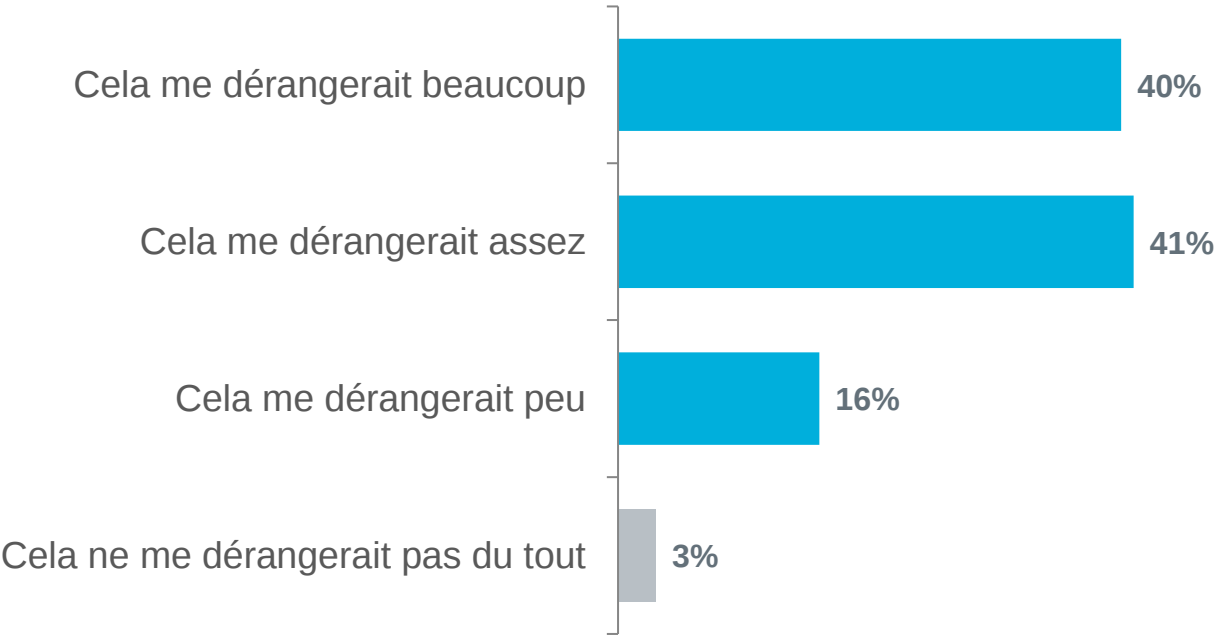
base: tous, n=1 000



n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Je préfère que ma quincaillerie / mon centre de rénovation ouvre moins, mais pouvoir accéder à des employés qualifiés	63	58	59	66	62	57	65	66	61
Je préfère que ma quincaillerie / mon centre de rénovation soit ouvert le plus possible, même sans employés qualifiés	37	42	41	34	38	43	35	34	39

Impact de la fermeture de la quincaillerie /le centre de rénovation principalement fréquenté

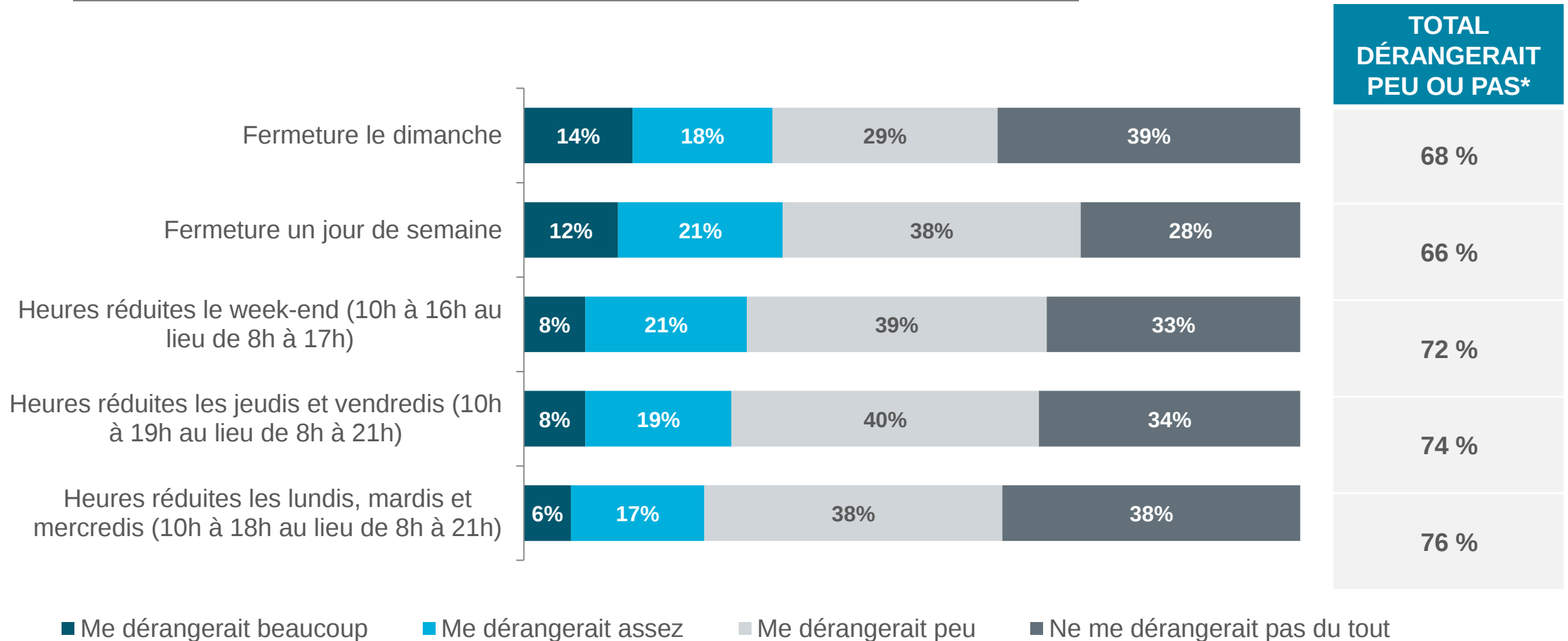
base: tous, n=1 000



(%)	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	n= 1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Cela me dérangerait (beaucoup + assez)	81	75	81	83	81	76	82	78	82

Impact de la réduction des heures d'ouverture (1/2)

base: tous, n=1 000



Impact de la réduction des heures d'ouverture

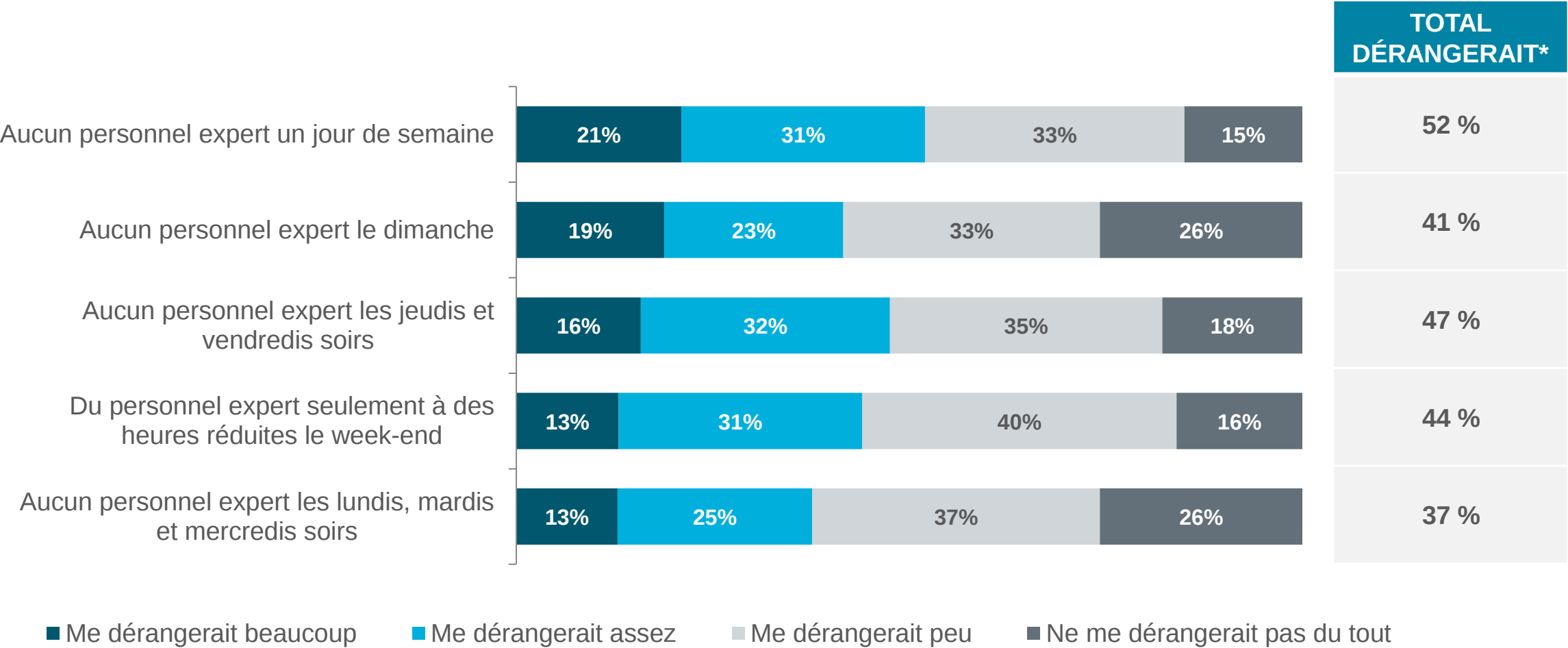
(2/2)

base: tous, n=1 000

n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Fermeture le dimanche	31	46	41	21	37	26	25	27	33
Fermeture un jour de semaine	34	30	35	35	37	28	32	28	36
Heures réduites le week-end (10h à 16h au lieu de 8h à 17h)	29	39	34	22	34	23	23	28	29
Heures réduites les jeudis et vendredis (10h à 19h au lieu de 8h à 21h)	26	34	34	19	31	21	22	27	26
Heures réduites les lundis, mardis et mercredis (10h à 18h au lieu de 8h à 21h)	23	28	30	17	29	20	16	22	23

Impact de la diminution de la disponibilité du personnel qualifié (1/2)

base: tous, n=1 000



Impact de la diminution de la disponibilité du personnel qualifié (2/2)

base: tous, n=1 000

n=	TOTAL	ÂGE			RÉGION			TYPE DE QUINCAILLERIE	
		18-34	35-54	55+	MTL RMR	QC RMR	AILLEURS AU QC	PETITE SURFACE	GRANDE SURFACE
	1 000	153	291	556	472	149	379	247	753
Aucun personnel expert un jour de semaine	52	43	53	55	52	54	52	52	52
Aucun personnel expert le dimanche	41	51	53	31	48	28	36	36	43
Aucun personnel expert les jeudis et vendredis soirs	47	53	54	41	52	33	45	42	49
Du personnel expert seulement à des heures réduites le week-end	44	42	51	40	52	29	37	40	45
Aucun personnel expert les lundis, mardis et mercredis soirs	37	44	39	34	43	24	33	36	38



Profil des répondants

└ de la vie aux idées

Profil des répondants

Base : tous, 1 000

(%)	TOTAL
SEXE	n= 1 000
Hommes	50
Femmes	50
REVENU-MÉNAGE	
Moins de 40K\$	14
40 à 79K\$	34
80K\$ et plus	44
Je préfère ne pas répondre	7
OCCUPATION	
Travailleur temps plein	47
Travailleur temps partiel	10
Chômeur(se)	3
À la maison	4
Retraité(e)	33
Étudiant(e)	3

(%)	TOTAL
RÉGION	n= 1 000
Île de Montréal	20
Rive-Sud de Montréal	13
Rive-Nord de Montréal	19
Québec RMR	10
Reste du Québec	38
ÂGE	
18-34 ans	18
35-54 ans	31
55 ans et plus	51
SCOLARITÉ	
Secondaire ou moins	25
Collège	49
Université	26
LANGUE MATERNELLE	
Français	78
Anglais	8
Autre langue	14

(%)	TOTAL
TYPE DE QUINCAILLERIE LE PLUS SOUVENT FRÉQUENTÉ	n= 1 000
Des petites quincailleries de quartier	25
Des centres de rénovation de grande surface	75



MONTRÉAL (QUÉBEC)

T 514 849-8086

WWW.CROP.CA

「de la vie aux idées

「CROP」