

Rapport

OPINIONS ET ATTITUDES À L'ÉGARD DE LA TRANSPARENCE SALARIALE

Sondage omnibus

CRHA

Ordre des conseillers
en ressources
humaines agréés



DATE 2023-09-27 NUMÉRO DE PROJET 14393-010

Table des matières

— CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE	Page 03
— RÉSULTATS DÉTAILLÉS	Page 05
— PROFIL DES RÉPONDANTS	Page 11
— ÉQUIPE	Page 14



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

L'Ordre des Conseillers en Ressources Humaines Agréés a mandaté Léger pour réaliser un sondage auprès des Québécois afin de mieux comprendre leur attitude à l'égard de la transparence salariale.

MÉTHODE	Un sondage web a été réalisé auprès des Québécois.
ÉCHANTILLON	Échantillon représentatif de 690 travailleurs (à temps plein, à temps partiel ou travailleurs autonomes) québécois âgés de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
COLLECTE DES DONNÉES	Les données ont été collectées du 22 au 24 septembre 2023.
MARGE D'ERREUR	Un échantillon issu d'un panel web n'est pas considéré comme étant probabiliste. À titre indicatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 690 répondants est de $\pm 3,7\%$, et ce 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction du genre, de l'âge, de la langue maternelle, de la région, du niveau de scolarité, et de la présence d'enfants dans le ménage afin d'assurer un échantillon représentatif de la population.
DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES (dans les tableaux)	Les données en caractères verts signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en caractères rouges signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants.

NOTES AUX LECTEURS

NSP

La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES (dans le texte)

Les résultats présentant des différences significatives pertinentes sont mentionnés dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

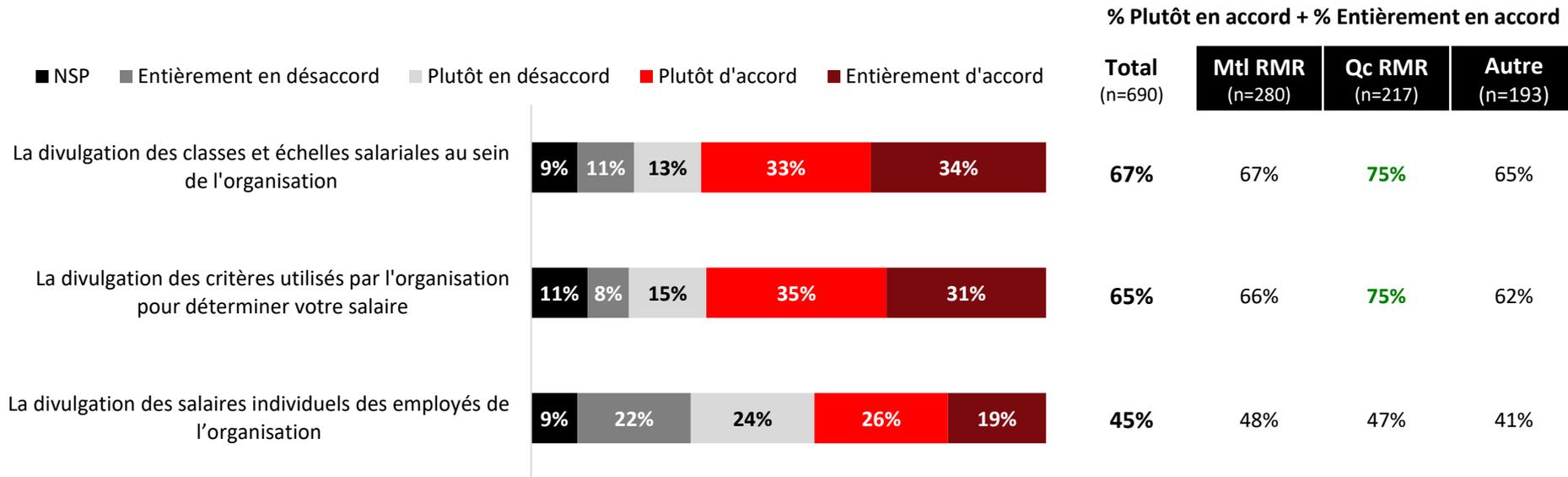


RÉSULTATS DÉTAILLÉS

DIVULGATION D'INFORMATION PAR L'EMPLOYEUR

Q1. Veuillez indiquer si vous êtes personnellement en accord ou en désaccord avec la divulgation de certaines informations par votre employeur.

Base : Travailleurs (n=690)

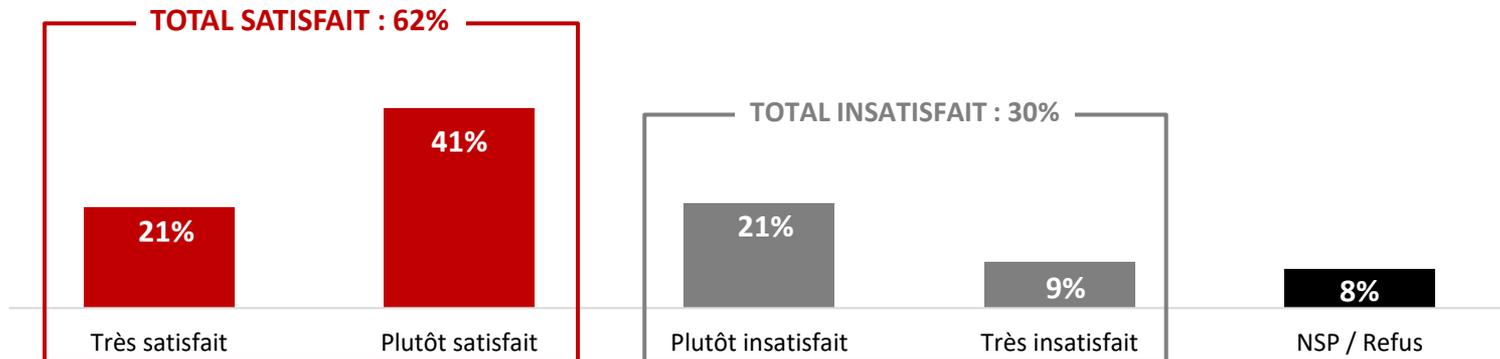


En plus des différences significatives présentées en marge du graphique, on remarque que les répondants faisant partie d'un ménage au salaire annuel brut inférieur à 40 000 \$ seraient moins disposés à ce que leur employeur divulgue les salaires individuels des employés (49%) et les classes et échelles salariales au sein de l'organisation (46%). À l'inverse, lorsque le revenu est plus élevé, soit de 100 000 \$ ou plus, les répondants se montrent plus favorables à la divulgation des classes et des échelles salariales (77%).

PRATIQUES ACTUELLES

Q2. De manière générale, êtes-vous satisfait ou non des pratiques actuelles de votre employeur en matière de transparence salariale?

Base : Travailleurs (n=690)



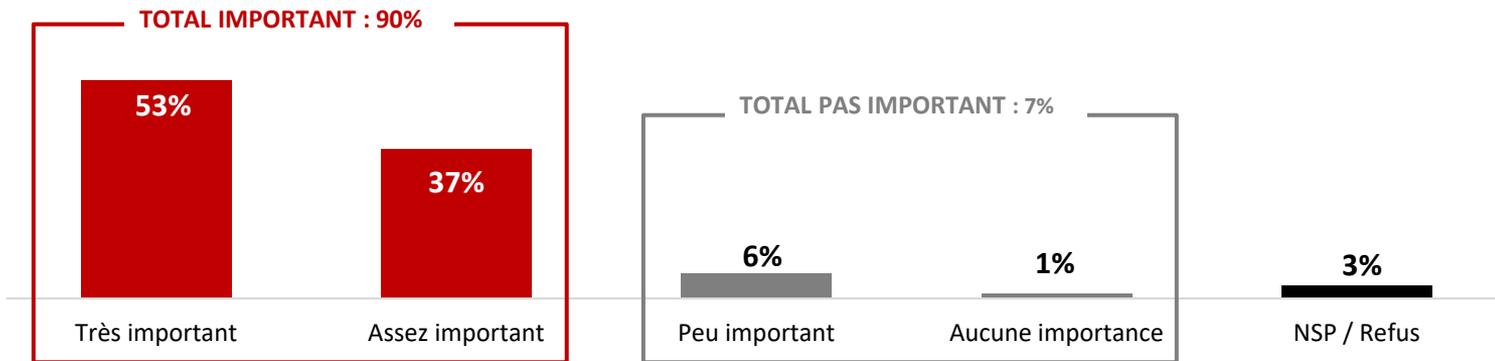
	TOTAL	RÉGION			Genre		Type d'emploi		
		Montréal RMR	Québec RMR	Autre	Homme	Femme	T. plein	T. partiel	Autonome
n=	690	280	217	193	368	322	593	64	33
TOTAL SATISFAIT	62%	61%	66%	61%	66%	56%	64%	59%	32%
Très satisfait	21%	17%	16%	27%	23%	18%	22%	19%	10%
Plutôt satisfait	41%	44%	50%	34%	43%	38%	42%	40%	23%
TOTAL INSATISFAIT	30%	30%	27%	32%	28%	33%	32%	32%	13%
Plutôt insatisfait	21%	20%	19%	23%	18%	24%	22%	22%	8%
Très insatisfait	9%	10%	8%	9%	10%	9%	10%	10%	5%
NSP / Refus	8%	9%	6%	7%	6%	11%	4%	9%	55%

En ciblant l'analyse sur le revenu des répondants, on remarque que moins de la moitié (44%) de ceux qui font partie d'un ménage au revenu annuel brut inférieur à 40 000 \$ sont satisfaits des pratiques de leur employeur en matière de transparence salariale. Ceux qui présentent le taux de satisfaction le plus élevé, soit 71%, ont un revenu annuel familial se situant entre 60 000 \$ et 79 999 \$.

ACCÈS AUX INFORMATIONS SALARIALES

Q3. Si vous étiez en recherche d'emploi, est-ce que vous considèreriez important ou non d'accéder aux informations salariales d'un poste avant de poser votre candidature?

Base : Travailleurs (n=690)

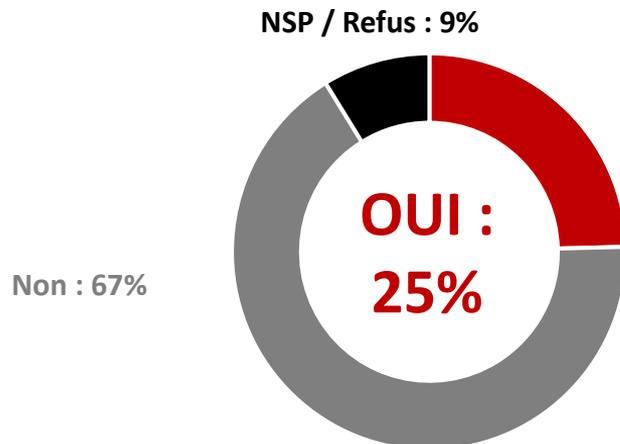


	TOTAL	Genre		Langue maternelle	
		Homme	Femme	Français	Autre
n=	690	368	322	550	139
TOTAL IMPORTANT	90%	89%	91%	90%	90%
Très important	53%	49%	59%	50%	64%
Assez important	37%	40%	33%	40%	26%
TOTAL PAS IMPORTANT	7%	9%	5%	7%	6%
Peu important	6%	8%	4%	6%	6%
Aucune importance	1%	1%	1%	1%	0%
NSP / Refus	3%	2%	4%	3%	4%

RETRAIT D'UN PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Q4. Vous êtes-vous déjà retiré d'un processus de recrutement en raison d'un niveau de transparence salariale jugé insatisfaisant?

Base : Tous les répondants (n=690)

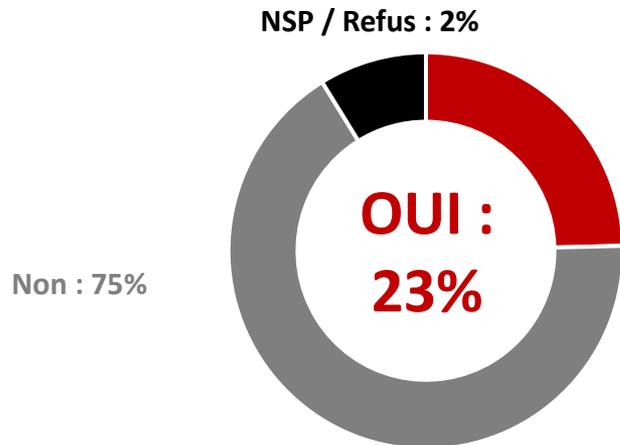


	TOTAL	Âge			Langue maternelle	
		18-34 ans	35-54 ans	55 ans et +	Français	Autre
n=	690	239	354	97	550	139
Oui	25%	34%	20%	23%	22%	34%
Non	67%	58%	69%	72%	70%	56%
NSP / Refus	9%	8%	11%	4%	8%	10%

DÉMISSION LIÉE AU MANQUE DE TRANSPARANCE SALARIALE

Q5. Avez-vous déjà quitté un emploi en raison d'un niveau de transparence salariale jugé insatisfaisant?

Base : Travailleurs (n=690)



Outre les différences observables dans le tableau ci-dessous, il s'avère que les travailleurs faisant partie d'un ménage au revenu annuel brut de 100 000 \$ et plus ont répondu par l'affirmative dans une plus faible proportion, soit 17%.

	TOTAL	Âge			RÉGION			Langue maternelle	
		18-34 ans	35-54 ans	55 ans et +	Montréal RMR	Québec RMR	Autre	Français	Autre
n=	690	239	354	97	280	217	193	550	139
Oui	22%	28%	19%	20%	23%	15%	22%	20%	28%
Non	75%	69%	77%	78%	75%	82%	74%	77%	67%
NSP / Refus	2%	3%	4%	2%	2%	3%	4%	3%	5%



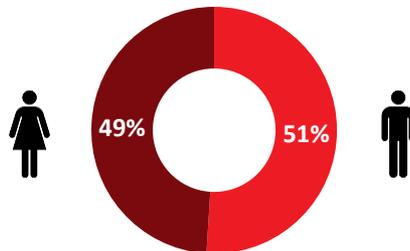
PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS (1/2)

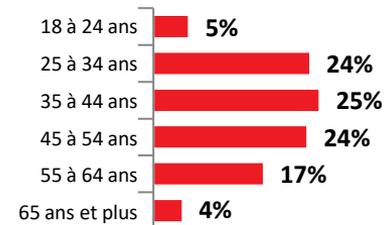


Québec	
Montréal RMR	51%
Québec RMR	10%
AUTRE	39%
Est	6%
Centre	14%
Ouest	19%

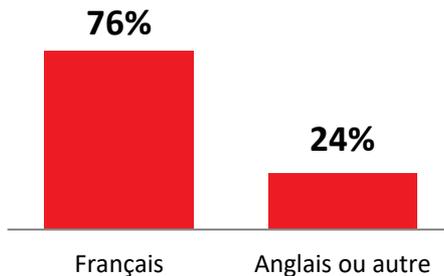
RÉGION



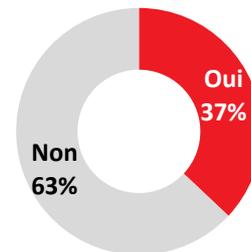
GENRE



ÂGE

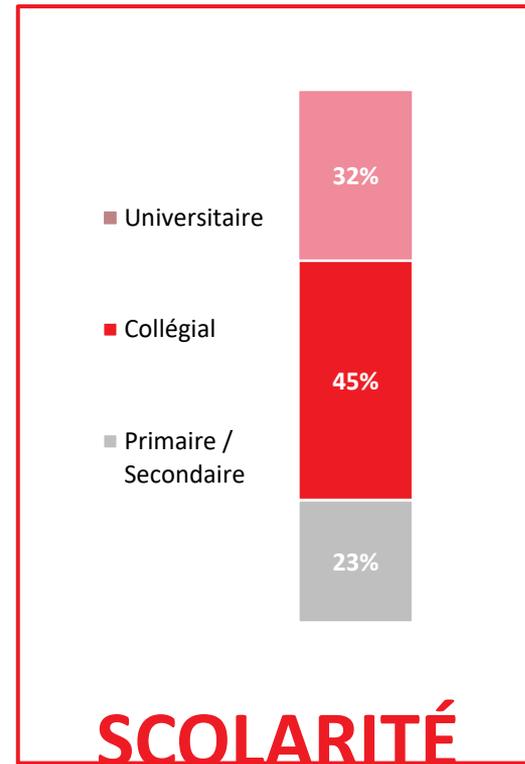
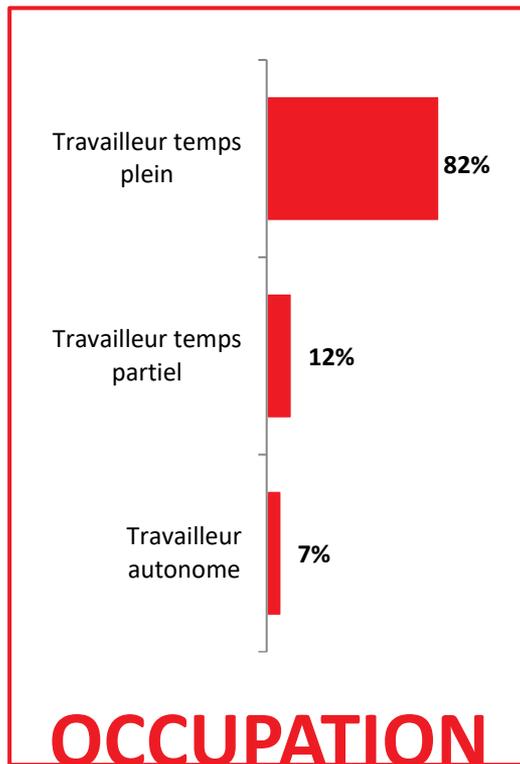
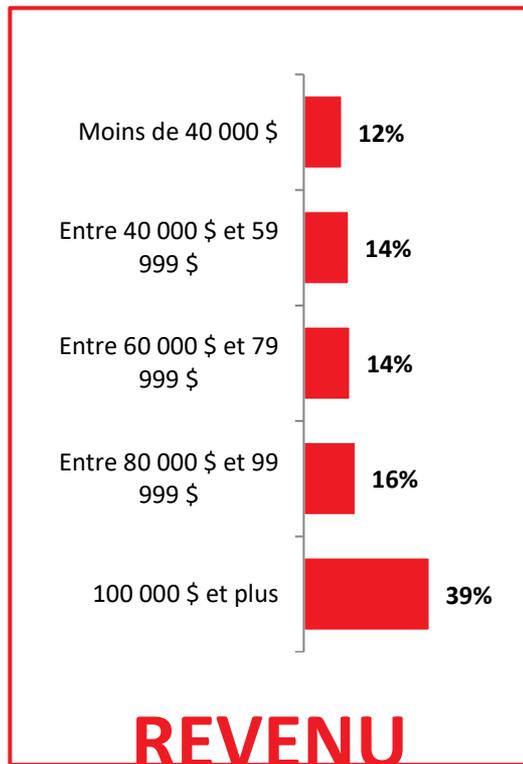


LANGUE



ENFANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS (2/3)



Base : Tous les répondants (n=1 004)

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».



ÉQUIPE

ÉQUIPE

Pour plus d'informations sur cette étude, veuillez contacter :

Éric Normandeau

Stratège conseil

enormandeau@leger360.com

514-982-2464

Équipe du projet

Éric Normandeau, Stratège conseil

Noémie Blanchet-Garneau, Analyste de recherche sénior

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.

Leger

Comprendre le monde



LeGER

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE