

Différences sociodémographiques dans les sources d'information sur le marché du travail, leur utilisation et les difficultés rencontrées

Principaux constats

- Les renseignements sur les salaires, les compétences exigées et les avantages sociaux sont les types d'information sur le marché du travail les plus recherchés.
- Les amis et la famille, les sites d'offres d'emplois et les médias sociaux sont les sources d'information sur le marché du travail les plus utilisées.
- Dans l'ensemble, les Canadiens affirment que l'information sur le marché du travail est périmée, qu'elle n'est pas adaptée à leur situation personnelle et qu'elle ne leur permet pas de se faire une idée de l'avenir.
- La recherche empirique révèle certaines différences entre les groupes dans leurs préférences :
 - *Âge* : Les personnes âgées de 55 ans et plus indiquent avoir moins besoin d'information sur les salaires et les avantages sociaux que les groupes plus jeunes. Les jeunes, eux, sont plus préoccupés que les personnes plus âgées par les difficultés et lacunes que présente l'information sur le marché du travail disponible.
 - *Revenu* : Les personnes dont le revenu du ménage est plus élevé sont davantage susceptibles de rechercher de l'information sur le salaire et les avantages sociaux, tandis que celles dont le revenu est plus faible ont généralement besoin de plus d'information sur le coût de la vie, les offres d'emploi et les lieux de formation.
 - *Sexe* : Les femmes et les hommes recherchent grosso modo le même type d'information, mais les femmes sont plus susceptibles de déclarer qu'elles recherchent ladite information.

Introduction

Afin de mieux comprendre comment les Canadiens utilisent et évaluent l'information sur le marché du travail (IMT) ainsi que ce qui manque selon eux dans le système actuel, le Conseil de l'information sur le marché du travail (CIMT) a mené une **étude d'opinion publique** auprès de neuf groupes d'utilisateurs (voir l'**encadré 1**). Le présent

rapport comprend les résultats de sept de ces sondages : 1) employés, 2) chômeurs, 3) personnes handicapées, 4) nouveaux arrivants, 5) nouveaux diplômés, 6) étudiants actuels et 7) parents. À la lumière de ces sept enquêtes, nous avons relevé les besoins et les défis les plus courants des Canadiens en matière d'IMT, ainsi

que leurs principales sources d'information. Les résultats généraux de ces sondages sont présentés dans notre [tableau de bord interactif de l'IMT](#) et une série de Rapports de perspectives de l'IMT (voir l'[encadré 2](#)).

Conformément à nos conclusions antérieures ([CIMT, 2019d](#)), nous constatons que l'information sur les salaires, les compétences exigées et les avantages sociaux sont les besoins les plus courants en matière d'IMT. Nous notons toutefois des différences intéressantes entre les groupes d'âge, les sexes et les niveaux de revenus. Par exemple, la moitié (51 %) des personnes dont le revenu du ménage est inférieur à 20 000 \$ affirment rechercher de l'information sur les salaires, et seulement 28 % disent en chercher sur les avantages sociaux. À l'autre extrémité du spectre des revenus, deux tiers (65 %) des répondants dont le revenu du ménage est supérieur à 100 000 \$ recherchent de l'information sur les salaires, et 44 % disent en chercher sur les avantages sociaux.

Nos résultats montrent également que les amis et la famille sont la principale source d'IMT, généralement suivie par les sites d'offres d'emplois et les médias sociaux. Les jeunes sont plus susceptibles de se servir des sites d'emplois et des médias sociaux que les personnes plus âgées. L'utilisation des médias sociaux pour trouver de l'IMT, par exemple, est nettement moins répandue chez les 55 ans et plus (21 %) que chez les 18 à 24 ans. (35 %).

Les difficultés les plus fréquemment rencontrées lors de la recherche d'IMT sont aussi présentées dans ce rapport. Les répondants ont déclaré que l'IMT disponible est périmée et sans pertinence pour leur situation. Ils ont également indiqué qu'elle ne leur permet pas de se faire une idée de l'avenir (voir [CIMT, 2019e](#)). Par ailleurs, les jeunes sont plus préoccupés par ces questions que les personnes plus âgées.

Encadré 1 : Questionnaires de sondage

En partenariat avec Forum Research, nous avons mené une enquête auprès des Canadiens sur leur utilisation et leur évaluation de l'IMT. En tout, neuf sondages indépendants ont été réalisés auprès d'individus, chacun visant un groupe d'utilisateurs précis : 1) employés, 2) chômeurs, 3) personnes handicapées, 4) nouveaux arrivants, 5) nouveaux diplômés, 6) étudiants actuels, 7) parents, 8) employeurs et 9) professionnels en développement de carrière. Nous avons posé une série de questions semblables pour les sept premiers sondages, avec des formulations parfois légèrement différentes afin que le questionnaire soit adapté à son groupe cible. Notons que les résultats des deux sondages visant les employeurs et les professionnels en développement de carrière ne font pas l'objet de ce rapport.

Nous avons aussi posé des questions propres à la situation de chaque groupe. Les résultats de ces questions spécifiques ont été présentés en détail dans nos Rapports de perspectives de l'IMT sur [les étudiants et les parents \(CIMT, 2019f\)](#), [les nouveaux arrivants \(CIMT, 2019j\)](#) et [les personnes handicapées \(CIMT, 2020\)](#). Nous avons également mené un sondage auprès des jeunes qui ne sont ni en emploi, ni aux études, ni en formation (CIMT, 2019i) pour comprendre comment ils utilisent et évaluent l'IMT.

Les répondants ont été contactés au moyen d'une méthodologie mixte, combinant des entrevues téléphoniques à composition aléatoire et des sondages en ligne. Cette méthodologie mixte offrait aux répondants une approche flexible pour répondre au sondage et assurait que tous les répondants potentiels aient une chance équitable de participer à l'étude.

Le plan d'échantillonnage appliquait des quotas afin de garantir la représentativité pour chaque province et territoire. Après la collecte, les données ont été pondérées par groupe d'âge, par sexe et par zone urbaine ou rurale pour reproduire les distributions de populations du recensement de 2016. Dans les territoires, en raison du manque de données de recensement adéquates, les caractéristiques démographiques de la population ont été dérivées de sources de données municipales ou territoriales.

Nos conclusions révèlent qu'il est nécessaire d'améliorer l'IMT produite au Canada. Il serait utile de l'orienter de manière plus exhaustive sur les besoins nommés par les différents groupes d'utilisateurs. De plus, le fait que tant de Canadiens continuent de se fier à des sources informelles suggère que les canaux de distribution de l'IMT doivent être grandement améliorés.

Littérature connexe

La littérature existante sur les utilisations de l'IMT a principalement pour objet l'influence relative d'un élément d'information précis sur les résultats tels que le domaine d'études choisi, la poursuite d'une formation ou d'autres décisions liées à la carrière. Notre étude contribue à cette documentation en examinant comment les Canadiens se servent du système d'IMT actuel.

Bien que notre objectif diffère quelque peu de celui de la littérature existante, on observe des tendances similaires dans les deux domaines. Par exemple, les études de Wiswall et Zafar (2014), Ruder et Noy (2017) et Beffy, Fougère et Maurel (2012) suggèrent toutes que les attentes en matière de revenus futurs ont une influence importante sur le choix d'une spécialisation en éducation postsecondaire (EPS), ce qui correspond à nos conclusions selon lesquelles les étudiants de première année sont principalement intéressés par les **perspectives de rémunération**. De même, Long, Goldhaber et Huntington-Klein (2015) ont constaté que l'évolution réelle des salaires par profession a une incidence sur le choix d'une majeure.

Dans le contexte canadien, Oreopoulos et Dunn (2013) ont étudié des élèves d'écoles secondaires défavorisées de Toronto. Ils ont constaté que le fait de fournir de l'information sur les avantages de l'EPS était associé à des rendements attendus plus élevés, des préoccupations plus faibles quant aux coûts et une plus grande probabilité d'atteindre l'EPS. De même, McGuigan, McNally et Wyness

Encadré 2 : Autres publications du CIMT sur l'IMT accessible et compréhensible

Les résultats généraux des sept groupes d'enquête indiquent que, même en cette ère de communications instantanées et de plateformes avancées pour le partage de données d'IMT, en moyenne, seulement la moitié des Canadiens utilisent de l'IMT (51 %) ou estiment qu'il est facile d'en trouver (52 %). Comme nous l'avons vu précédemment, les chômeurs sont ceux qui ont le plus de difficulté à trouver de l'IMT (CIMT, 2019a).

Nous avons également constaté que même lorsqu'on trouve de l'IMT, celle-ci n'est souvent pas facile à comprendre (35 %). Là encore, c'est chez les chômeurs que cette difficulté est la plus prononcée (CIMT, 2019b). L'une des explications possibles réside dans le fait que l'IMT est trop souvent présentée avec une terminologie qui n'est peut-être pas clairement définie ou largement comprise par le public canadien. Par exemple, des termes comme « poste vacant » ou « compétences exigées » peuvent être interprétés de différentes manières, ce qui rend difficile la lecture des données.

Cependant, une grande partie des répondants (84%) trouvent que l'IMT a un impact sur leurs décisions de carrière. Ce résultat suggère que de rendre l'IMT plus accessible et facile à comprendre constituerait une amélioration importante pour de nombreux Canadiens, en leur permettant de prendre les meilleures décisions possible concernant leurs parcours professionnel et personnel (CIMT, 2019c).

Le CIMT a aussi publié des conclusions connexes sur l'utilisation de l'information sur le marché du travail par les étudiants et les parents (CIMT, 2019f), les employeurs (CIMT, 2019g), les personnes qui ne sont ni en emploi, ni aux études, ni en formation (NEEF; CIMT, 2019i), les nouveaux arrivants (CIMT, 2019j), les professionnels en développement de carrière (CIMT, 2019k) et les personnes handicapées (CIMT, 2020).

(2018) ont observé que les étudiants ayant accès à un site Web d'IMT étaient plus susceptibles de s'inscrire à des programmes professionnels et se classaient mieux en matière de connaissance de l'IMT. Ces résultats soulignent la nécessité de fournir des données d'IMT davantage structurées à un bassin beaucoup plus grand de Canadiens. Fait intéressant, ils ont également constaté que ceux qui pouvaient tirer le meilleur parti d'une IMT facilement accessible et compréhensible étaient les moins susceptibles de la rechercher. L'importance de trouver des moyens de communiquer une IMT adaptée au groupe cible en question est donc bien réelle.

Milot-Lapointe, Savard et Paquette (2018) ont quant à eux examiné l'effet de l'utilisation assistée de l'IMT sur les résultats sur le marché du travail. Ils ont découvert que les personnes supervisées par des professionnels en développement de carrière dans leur utilisation de l'IMT ont de meilleurs résultats sur le marché du travail que ceux qui ne reçoivent pas un tel accompagnement.

Certaines études mettent aussi en évidence les difficultés auxquelles font face les particuliers en matière d'IMT. Nachmias et Walmsley (2015) ont interrogé 28 volontaires, dont des étudiants de dernière année de premier cycle en gestion hôtelière au Royaume-Uni. Les étudiants, ont-ils découvert, n'avaient pas une assez bonne compréhension de la composition et de la nature du marché du travail, et disposaient de peu d'information sur les possibilités de carrière. Il en résultait une inadéquation entre leurs attentes en matière de progression de carrière et leur satisfaction. L'IMT disponible n'offre donc actuellement pas les renseignements et les perspectives nécessaires attendus par les individus, comme l'a également révélé notre étude.

Comme le suggère cette brève revue de la littérature, il existe peu de recherche sur les perceptions réelles de l'IMT. Bien qu'il existe des études remarquables de l'effet de l'IMT

Encadré 3 : Discussion avec des étudiants : les informations qu'ils veulent sur les salaires

Les résultats de notre étude qualitative sur les besoins en IMT de 35 étudiants (de 17 à 20 ans) soulignent que l'information sur les salaires est l'une des données clés qu'ils souhaitent obtenir pour confirmer leurs décisions concernant leur parcours professionnel (CIMT, 2019).

Nos discussions approfondies avec les jeunes Canadiens qui commencent leur éducation postsecondaire ont débouché sur plusieurs recommandations.

Premièrement, l'information doit être adaptée aux besoins de chacun. Les salaires horaires pourraient avoir plus de sens pour un étudiant, tandis que pour un autre, les données annuelles seraient plus pertinentes.

Deuxièmement, les informations les plus utiles sur les salaires sont prospectives et liées à la carrière prévue de chacun. Les étudiants ont fait part d'une forte préférence pour les salaires moyens des diplômés de leur domaine d'études deux ans après qu'ils aient terminé leur programme, ainsi que les salaires moyens pour les professions convoitées.

Troisièmement, les informations doivent être mises en contexte pour donner un portrait clair du rythme de vie attendu. Des données sur les salaires nets, après impôts et déductions, et des renseignements supplémentaires sur le coût de la vie doivent accompagner l'information sur les salaires.

sur différents résultats comme le choix d'un programme universitaire et les décisions de recyclage, il y a beaucoup plus de recherche à réaliser dans ce domaine. Notre étude vise à combler certaines de ces lacunes en déterminant l'IMT dont différents groupes de Canadiens ont besoin pour prendre des décisions éclairées et en mettant en évidence certaines des difficultés associées à l'IMT existante. D'autres études, notamment des études qualitatives approfondies auprès de groupes d'utilisateurs ciblés (voir

l'encadré 3), sont nécessaires pour mieux comprendre et mesurer les effets précis de l'IMT sur différents résultats.

Questionnaires et données

À partir d'août 2018, nous avons interrogé près de 17 000 personnes appartenant à sept groupes d'utilisateurs différents, dans le cadre de notre **étude d'opinion publique** (voir l'encadré 1 pour les détails). Dans ce rapport, nous nous concentrons sur trois questions du sondage, y compris un ensemble commun de choix de réponses sur 1) le type d'IMT dont les répondants ont besoin, 2) les sources qu'ils utilisent et 3) les défis que leur pose la recherche d'IMT. L'Annexe A présente en détail les questions et les choix de réponses.

Nous avons utilisé seulement les données des répondants qui ont donné au moins une réponse pour chaque question (besoins, défis et sources), pour un échantillon final de 15 034 personnes. Le tableau 1 de l'Annexe B présente la répartition de ces répondants par groupe d'enquête et selon certaines variables démographiques. Ces données sont basées sur les pondérations

poststratification du recensement de 2016 pour s'assurer que le bassin de répondants correspond approximativement à la répartition de la population canadienne selon le sexe, l'âge et le groupe d'enquête.

Besoins en IMT

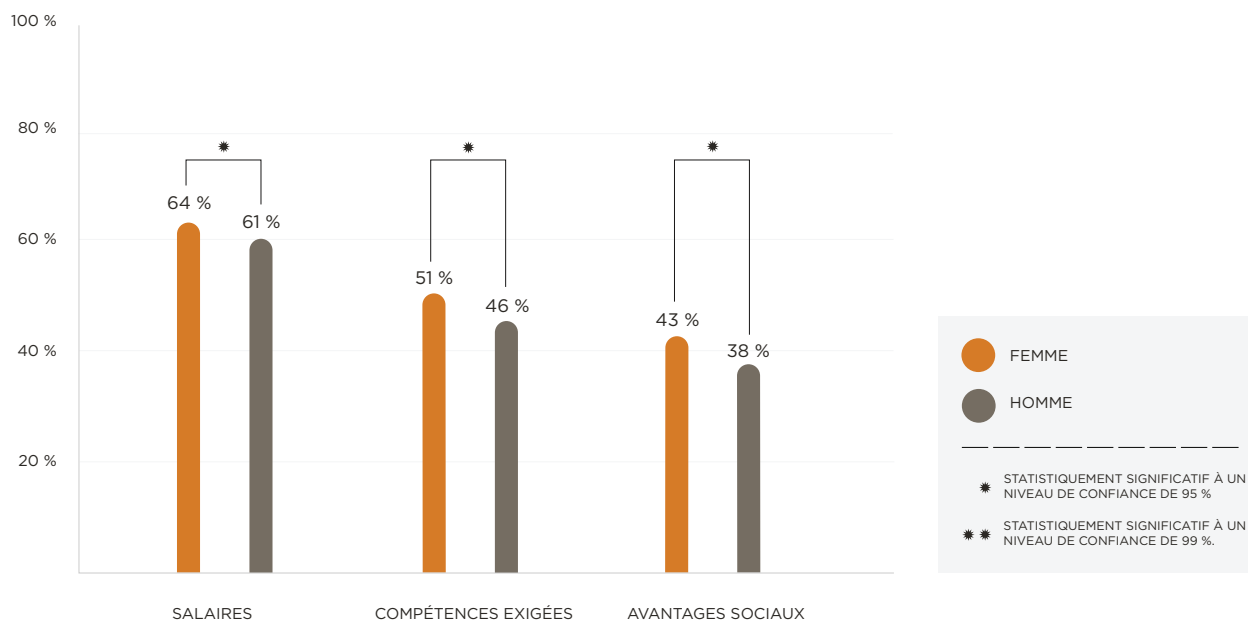
Dans l'ensemble, les types d'IMT les plus recherchés sont les salaires (62 %), les compétences exigées (48 %) et les avantages sociaux, notamment les congés, les régimes de retraite, les assurances, etc. (40 %).

Les femmes et les hommes choisissent ces trois types d'IMT comme ceux qu'ils recherchent le plus. Toutefois, comme le montre la

Les informations sur les salaires, les compétences exigées et les avantages sociaux sont les besoins en IMT les plus fréquemment mentionnés. Les femmes accordent davantage d'importance que les hommes à chacun de ces besoins.

figure 1, ces besoins en matière d'IMT diffèrent souvent de manière significative entre les hommes et les femmes. En effet, les femmes accordent plus d'importance que les hommes à chacun des trois besoins.

Figure 1 : Les trois besoins d'IMT les plus fréquemment cités, selon le sexe



La comparaison entre les groupes d'âge donne également lieu à des différences intéressantes. La

Les personnes âgées de 55 ans et plus recherchent de l'information sur les salaires et les avantages sociaux moins souvent que les personnes plus jeunes.

figure 2 montre la part des répondants âgés de 18 à 24 ans, de 25 à 54 ans et de 55 ans et plus qui recherchent de l'information sur les salaires, les compétences

exigées ou les avantages sociaux. Les Canadiens de 25 à 54 ans sont les plus susceptibles de chercher de l'information sur les salaires (64 %), avec un pourcentage légèrement plus élevé chez les 18 à 24 ans et significativement plus faible chez les 55 ans et plus (56 %).

Comme pour les informations sur les salaires, le groupe le plus âgé (55 ans et plus) est beaucoup moins susceptible de rechercher de l'information sur les avantages sociaux (32 %). Le groupe le plus jeune (18 à 24 ans) et les groupes intermédiaires (25 à 54 ans) sont plus intéressés par les avantages sociaux (respectivement 42 % et 43 %). Ces résultats concordent avec l'idée que les jeunes travailleurs tentent davantage de monter les échelons de la vie professionnelle que les personnes âgées de 55 ans et plus.

À l'inverse, les résultats concernant l'information sur les compétences exigées (le deuxième besoin d'IMT en importance) sont semblables dans les trois groupes d'âge, soit environ 48 %.

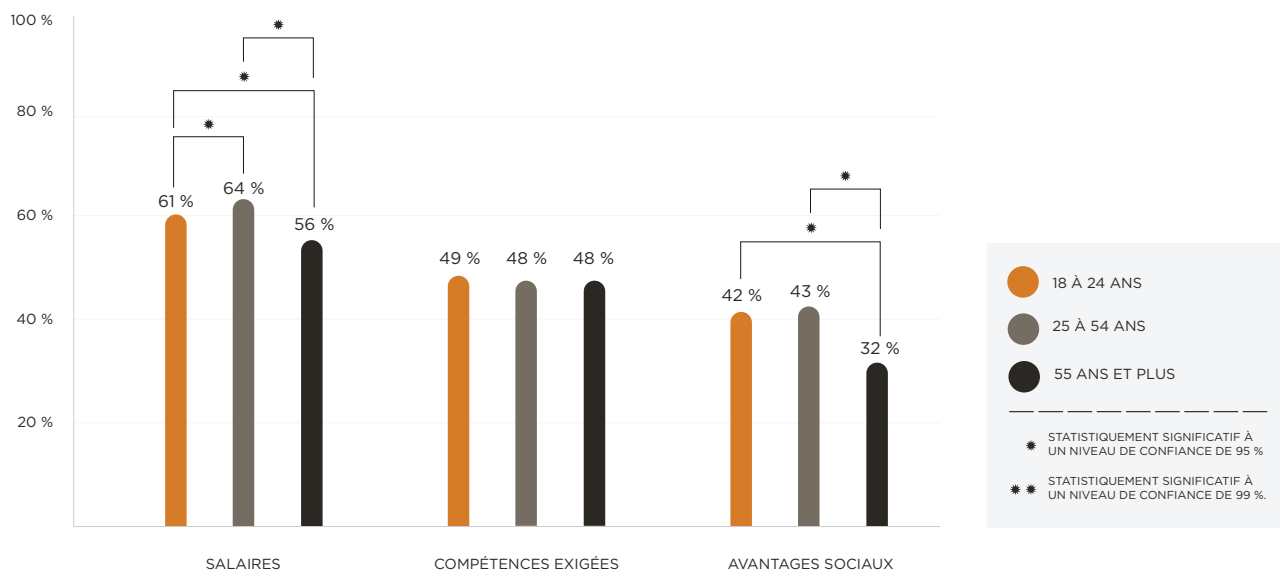
On constate également une relation positive entre le besoin d'information sur les salaires et avantages sociaux et le revenu annuel du ménage. La **figure 3** compare les trois besoins d'IMT les plus fréquemment choisis pour cinq niveaux de revenu annuel du ménage (moins de 20 000 \$, 20 000 \$ à 39 999 \$, 40 000 \$ à 59 999 \$, 60 000 \$ à 99 999 \$ et 100 000 \$ et plus). Parmi les personnes dont le revenu du ménage est de moins de 20 000 \$, 51 % recherchent de l'information sur les salaires et 28 %, sur les avantages sociaux. La proportion de répondants qui citent à la fois les salaires et les avantages sociaux comme besoins en IMT augmente avec le niveau de revenu.

Les répondants dont le revenu du ménage est élevé sont plus préoccupés par les salaires et les avantages sociaux (financiers) que les répondants dont le revenu du ménage est faible.

Par exemple, 34 % des personnes dont le revenu du ménage se situe entre 20 000 \$ et 39 999 \$ recherchent de l'information sur les avantages sociaux, un pourcentage qui augmente à 38 % pour la catégorie de 40 000 \$ à 59 999 \$ et à 44 % chez ceux dont le revenu est de 60 000 \$ et plus.

Comme pour la répartition par groupes d'âge, le besoin d'information sur les compétences est relativement constant selon les niveaux de revenus, allant de 45 % à 51 % dans les cinq groupes. La plupart de ces différences ne sont pas statistiquement significatives.

Figure 2 : Les trois besoins d'IMT les plus fréquemment cités, selon le groupe d'âge



Les personnes dont le revenu du ménage est faible ont davantage besoin d'information sur le coût de la vie, les emplois disponibles et les lieux de formation que celles dont le revenu du ménage est élevé.

Au-delà des trois principaux besoins d'IMT de l'ensemble des répondants, la **figure 4** présente les types d'IMT fréquemment recherchés par les personnes dont le revenu du ménage est faible, à savoir le coût de la vie, le nombre d'emplois disponibles et les endroits où obtenir de la formation

liée à l'emploi. Dans chaque cas, les personnes dont le revenu annuel du ménage est inférieur à 20 000 \$ sont beaucoup plus susceptibles de rechercher de l'information sur le coût de la vie (39 %) que celles des autres catégories de revenus (25 à 28 %). On observe une tendance similaire pour le groupe aux revenus les plus faibles quant à son besoin d'information sur le nombre d'emplois disponibles (34 %) et les lieux de formation (23 %). Ces besoins en IMT sont significativement plus importants que pour les personnes appartenant aux groupes à revenus élevés.

Il est fort probable que de vivre dans un ménage à faible revenu oblige les gens à porter davantage attention aux coûts de la vie, comme le logement, le transport, la nourriture, etc. De même, le risque potentiellement plus élevé de chômage pour les personnes à faible revenu les inciterait à chercher plus d'information sur la disponibilité des emplois et des formations liées au travail. Par ailleurs, parmi les sept groupes sondés, les nouveaux arrivants qui vivent au Canada depuis moins de cinq ans ont indiqué que le coût de la vie constituait leur deuxième besoin d'IMT en importance (48 %).

Figure 3 : Les trois besoins d'IMT les plus fréquemment cités, selon le niveau de revenu annuel du ménage

* STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %
 ** STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 99 %

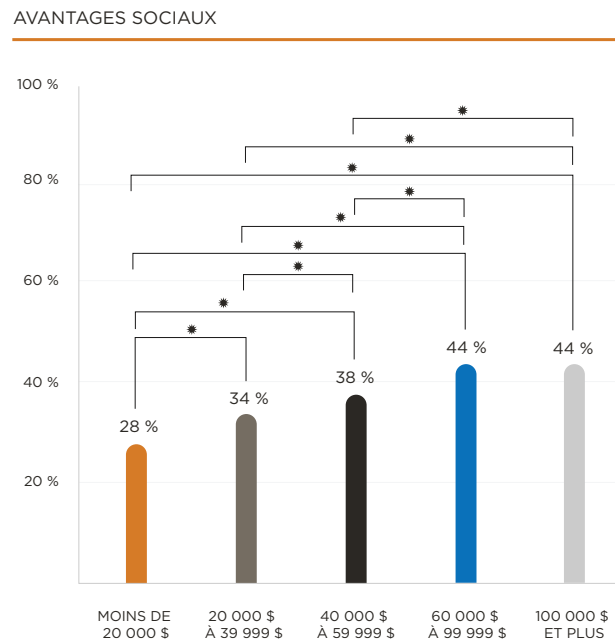
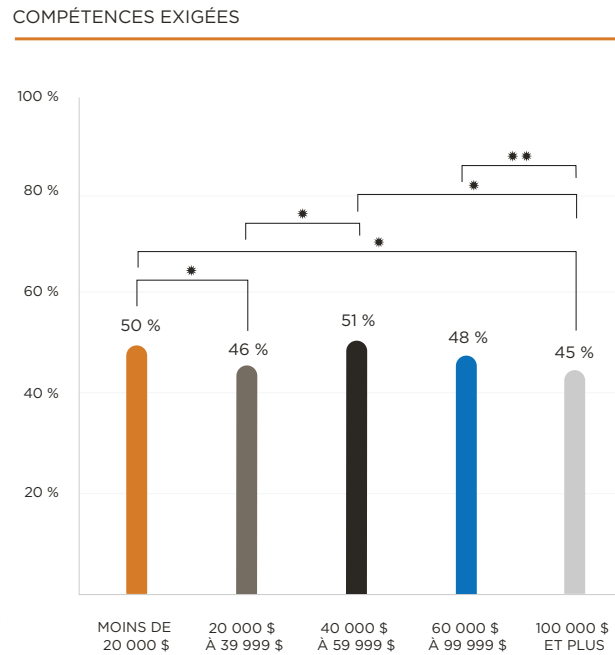
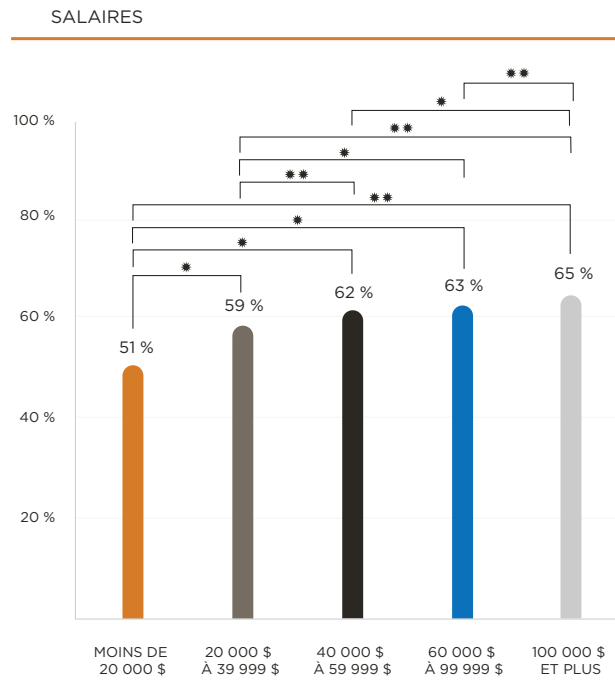
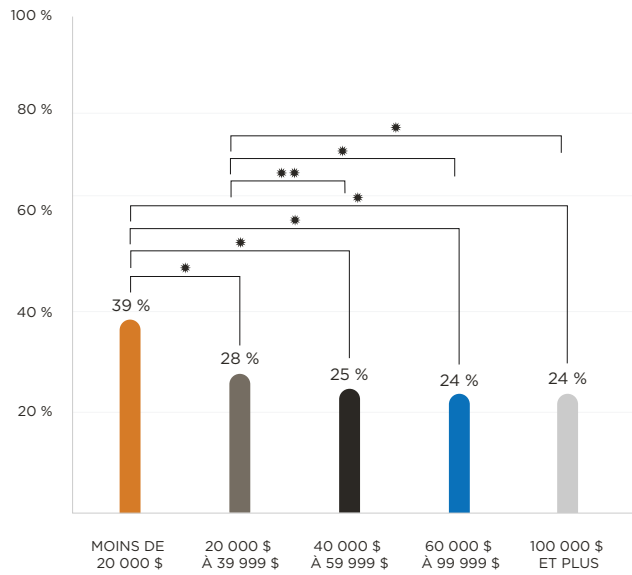


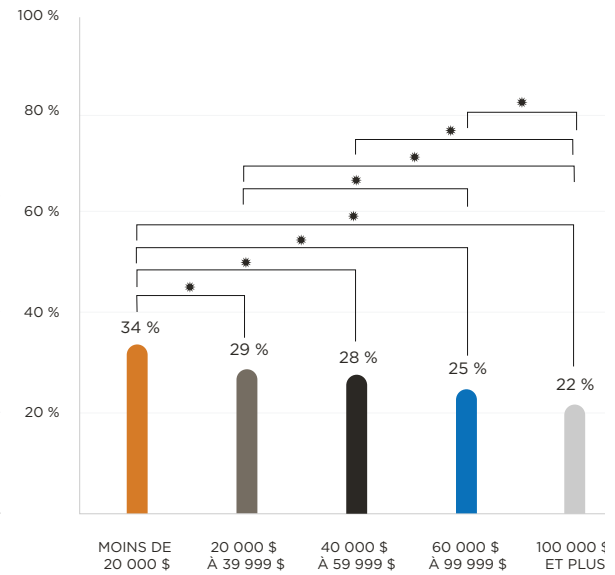
Figure 4 : Les trois besoins d'IMT les plus susceptibles d'être cités par les personnes dont le revenu du ménage est faible

* STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %
 ** STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 99 %

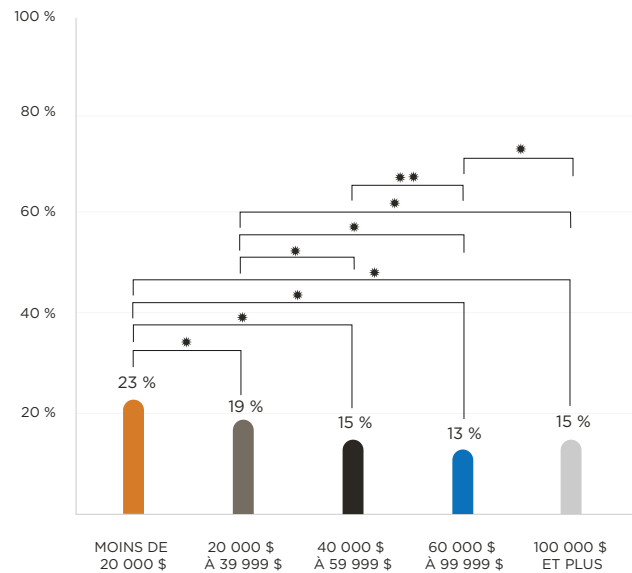
COÛT DE LA VIE



NOMBRE D'EMPLOIS DISPONIBLES



AVANTAGES SOCIAUX



Sources d'IMT

Maintenant que nous savons quels types d'information sont considérés comme des besoins

Les amis et la famille, les sites d'offres d'emplois et les médias sociaux sont les principales sources d'IMT. Les femmes accordent plus d'importance que les hommes à chacune de ces sources.

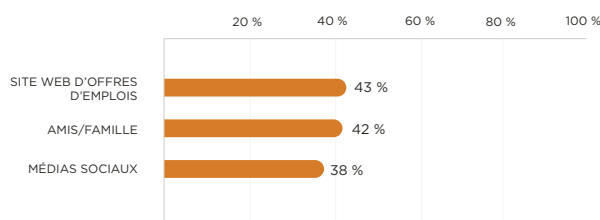
en IMT selon le sexe, l'âge et le revenu, la prochaine question essentielle est de savoir où les répondants obtiennent l'IMT qu'ils cherchent. En effet, comprendre comment les Canadiens reçoivent leur

IMT nous permettra d'améliorer ces sources grâce à des plateformes innovatrices.

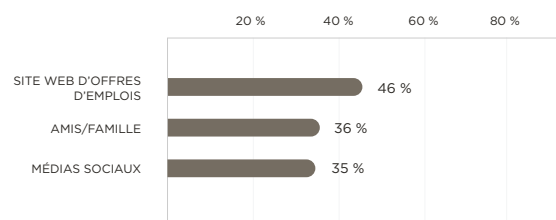
Les résultats suggèrent que les gens se tournent le plus souvent vers les amis et la famille (43 %), les sites d'offres d'emplois comme Monster, Indeed et Workopolis (42 %) et les médias sociaux (38 %). Pour les employés et les personnes handicapées, recevoir cette information de la part des employeurs est l'un des trois choix les plus fréquents. Certains parents ont quant à eux déclaré utiliser le Guichet-Emploi du gouvernement du Canada pour se renseigner afin d'aider leurs enfants (voir la **figure 5** pour plus de résultats par groupe d'enquête).

Figure 5 : Les trois sources d'IMT les plus fréquemment citées, par groupe d'enquête

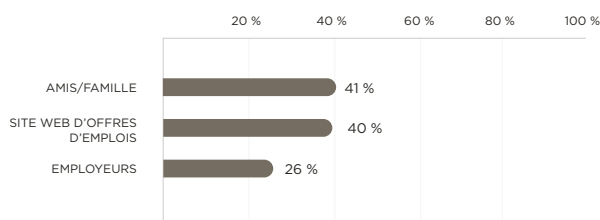
TOUS LES GROUPES DE SONDAGE



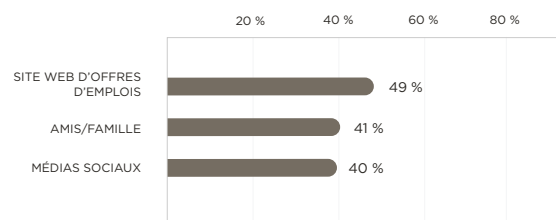
NOUVEAUX DIPLÔMÉS



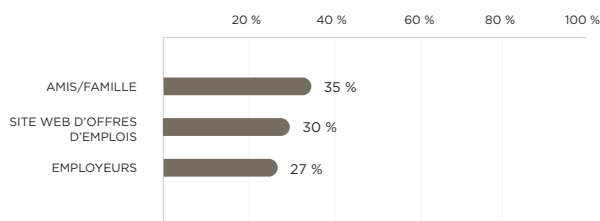
EMPLOYÉS



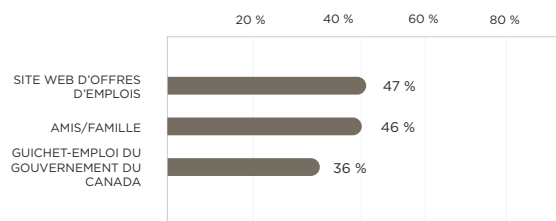
CHÔMEURS



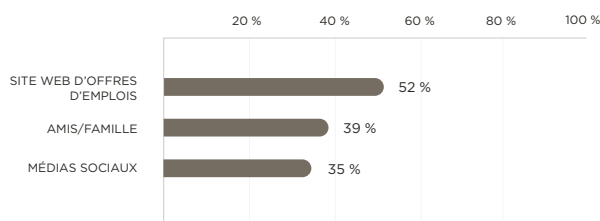
PERSONNES HANDICAPÉES



PARENTS



NOUVEAUX ARRIVANTS



ÉTUDIANTS ACTUELS

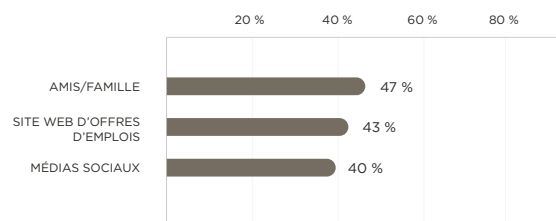
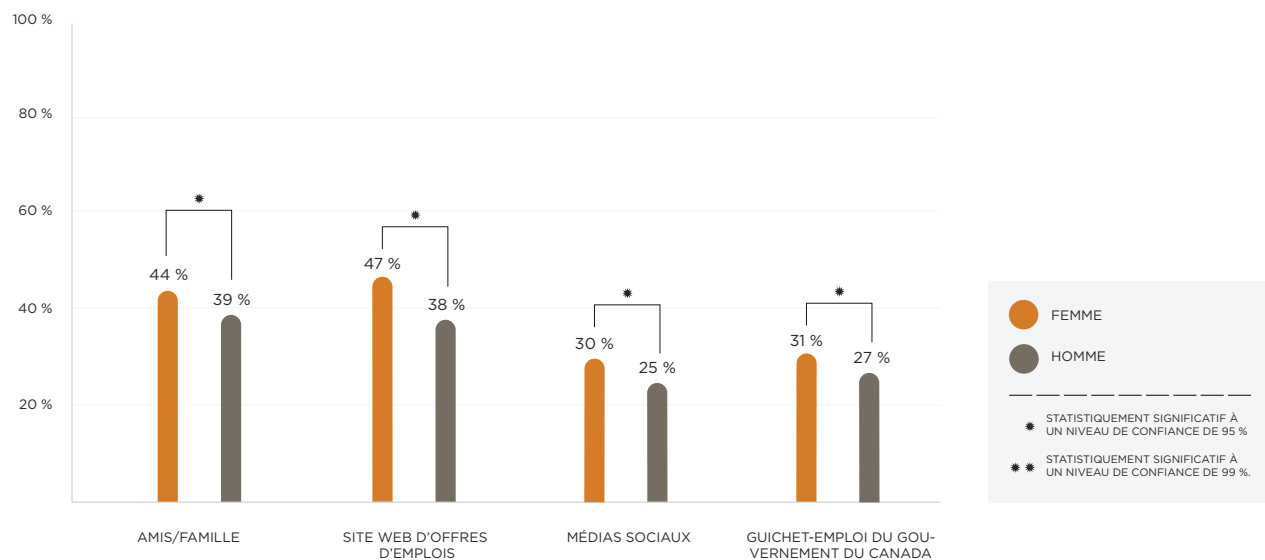


Figure 6 : Les quatre sources d'IMT les plus fréquemment citées, par sexe



Comme pour les besoins en IMT, les amis et la famille, les sites d'offres d'emplois, les médias sociaux et le Guichet-Emplois sont les sources d'IMT les plus fréquemment citées autant par les femmes que par les hommes. Toutefois, les femmes accordent plus d'importance que les hommes à chacune de ces sources, comme le montre la **figure 6**.

La source d'IMT la plus fréquemment sélectionnée par les personnes âgées de 55 ans et plus est les amis et la famille (43 %). La **figure 7** montre

Les jeunes sont plus susceptibles de se servir des sites d'offres d'emplois et des médias sociaux que les personnes plus âgées.

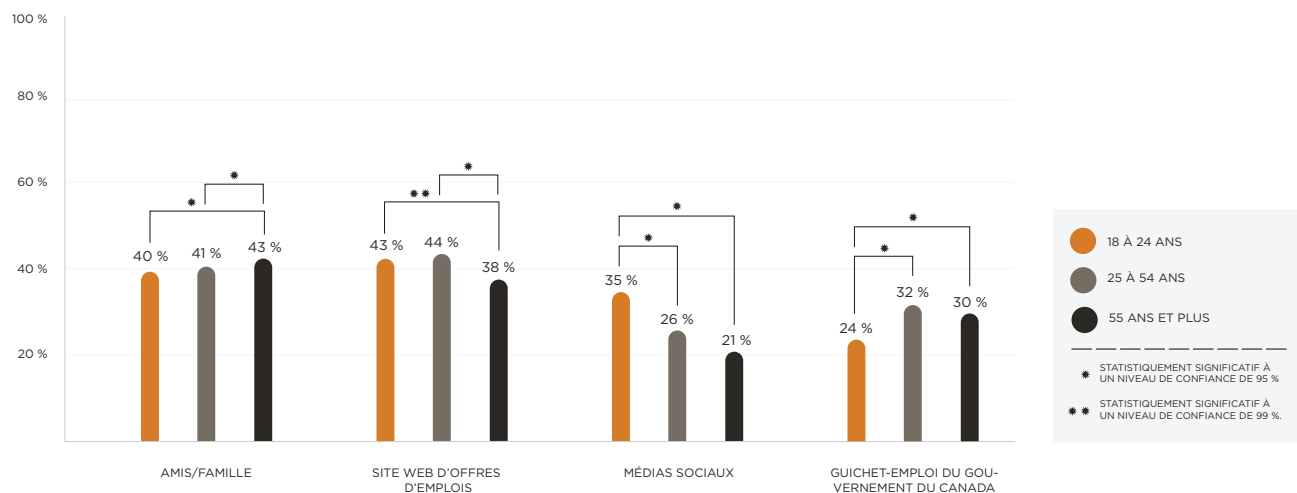
toutefois que cette source d'information traditionnelle est également courante chez les jeunes (41 %).

Les répondants de moins de 55 ans utilisent davantage les sites Web d'offres d'emplois (comme Monster, Indeed et Workopolis) et les médias sociaux que ceux de plus de 55 ans.

L'utilisation des médias sociaux, elle, est significativement moins répandue chez les 55 ans et plus (21 %) et les 25-54 ans (26 %) que chez les 18-24 ans (35 %). Ces différences soulignent l'importance d'avoir accès à de l'information à jour et fiable sur une variété de plateformes. En particulier, les médias sociaux pourraient aider un large segment de jeunes travailleurs, mais sont moins utiles pour diffuser l'IMT aux personnes de plus de 25 ans.

On observe la tendance contraire pour le Guichet-Emplois du gouvernement du Canada. En effet, environ un tiers des personnes de 25 ans et plus (tant les 25 à 54 ans que les 55 ans et plus) se servent du Guichet-Emplois, contre seulement un quart des 18 à 24 ans.

Figure 7 : Les quatre sources d'IMT les plus fréquemment citées, par groupe d'âge



La corrélation négative entre l'utilisation des médias sociaux comme source d'IMT et le niveau de revenu est un constat intéressant. Comme le montre la **figure 8**, 42 % des personnes appartenant à la catégorie des revenus les plus

Les personnes dont le revenu du ménage est faible utilisent les médias sociaux pour obtenir de l'IMT nettement plus souvent que les autres groupes de revenus.

faibles (moins de 20 000 \$ par année) se servent des médias sociaux pour obtenir de l'IMT, alors que les répondants dont le

revenu du ménage est plus élevé sont moins nombreux à le faire (25 % à 31 %). Comme l'information provenant des médias sociaux est susceptible d'être moins fiable, cette tendance est préoccupante. En effet, les personnes qui ont le plus de chances de bénéficier d'une IMT de haute qualité ne la reçoivent peut-être pas.

Pour les autres sources d'IMT (amis et famille, sites Web, Guichet-Emplois), il n'existe pas de différence notable entre les niveaux de revenus.

Comme nous l'avons vu, le fait de connaître les sources d'IMT dont se servent les Canadiens nous aide à comprendre comment elles devraient être améliorées. Avant d'offrir une nouvelle plateforme ou de mettre à jour les sources actuelles d'IMT,

il faut tenir compte de leur accessibilité, de leur fiabilité et de leur actualité.

Difficultés rencontrées en matière d'IMT

Se renseigner sur les défis auxquels font face les Canadiens peut aussi nous aider à améliorer la collecte, l'analyse et la diffusion de l'IMT au Canada. C'est pourquoi nous avons demandé aux participants de nommer les difficultés que leur posent la recherche, la compréhension et l'utilisation de l'information sur le marché du travail.

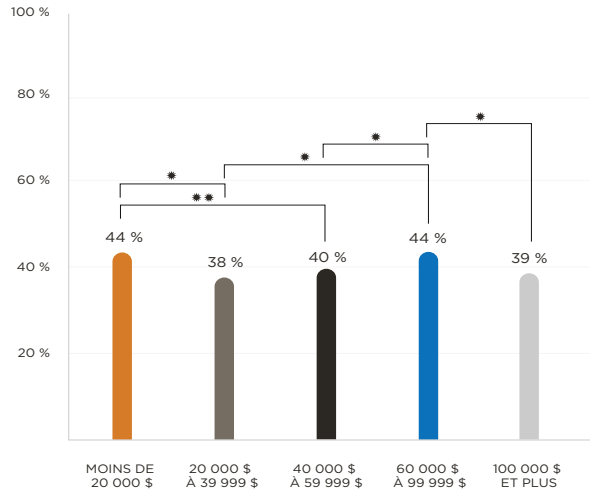
Dans l'ensemble, les trois difficultés les plus fréquemment citées sont les suivantes : 1) l'information disponible ne permet pas de comprendre l'avenir (24 %), 2) elle ne s'applique pas à la situation du répondant (23 %) et 3) elle est périmée (19 %).

Les Canadiens nous ont dit que l'IMT disponible n'est pas pertinente, qu'elle est périmée et qu'elle n'offre aucune indication sur l'avenir. Les femmes accordent moins d'importance que les hommes à chacune de ces difficultés.

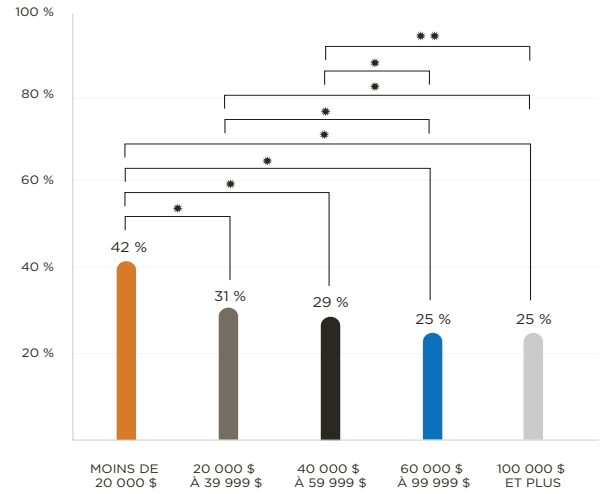
Figure 8 : Les quatre sources d'IMT les plus fréquemment citées, par niveau de revenu annuel du ménage

* STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 95 %
 ** STATISTIQUEMENT SIGNIFICATIF À UN NIVEAU DE CONFIANCE DE 99 %.

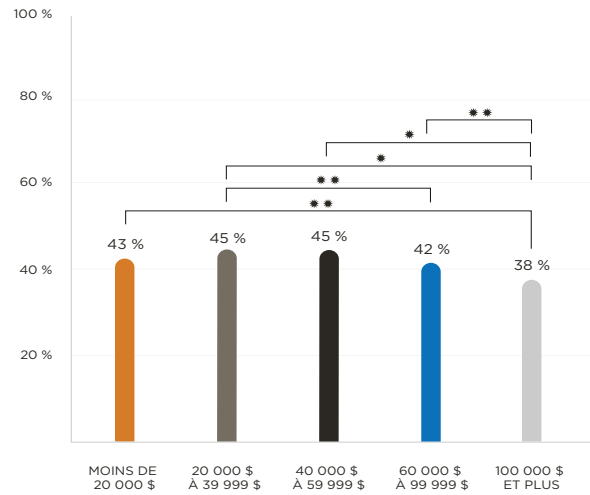
AMIS/FAMILLE



MÉDIAS SOCIAUX



SITE WEB D'OFFRES D'EMPLOIS



GUICHET-EMPLOI DU GOUVERNEMENT DU CANADA

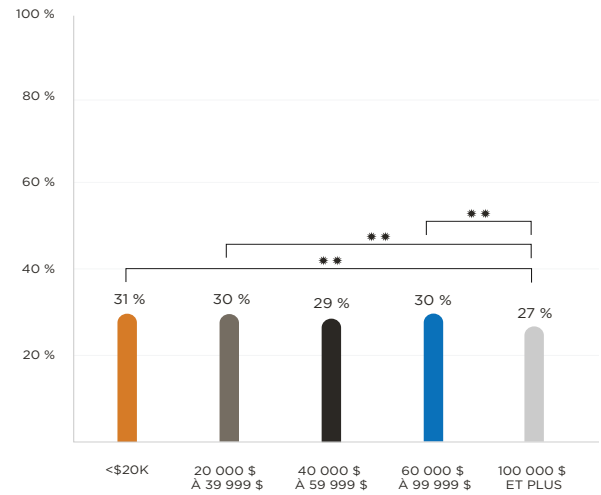
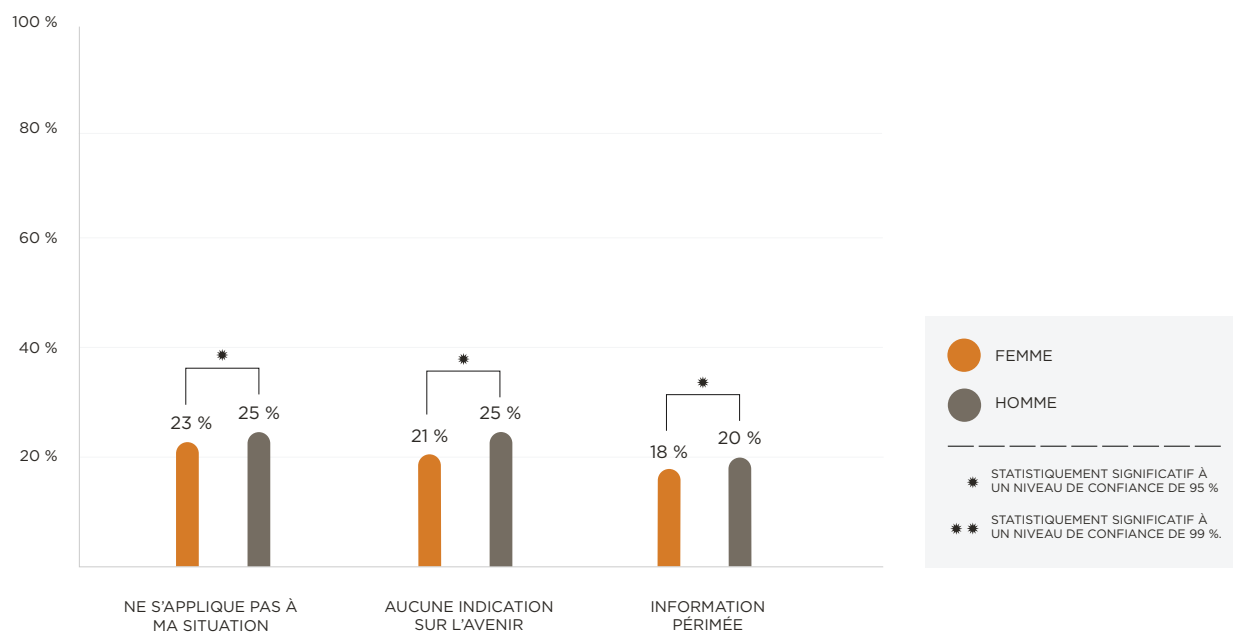


Figure 9 : Les trois difficultés en matière d'IMT les plus fréquemment citées, par sexe



Il n'est pas surprenant que la critique la plus fréquente soit que l'information « ne permet pas de comprendre l'avenir ». Prévoir l'avenir du travail avec justesse est un défi en raison de l'interdépendance complexe de la technologie, de la démographie, des tendances socioéconomiques et d'autres facteurs affectant l'offre et la demande (voir [CIMT, 2019m](#)). Bien qu'il faille faire davantage pour offrir de l'information prospective aux utilisateurs, les fournisseurs d'IMT doivent veiller à mettre en contexte les limites et les incertitudes associées à toute prévision, y compris les données sur les futurs salaires, compétences requises et offres d'emplois.

Le fait que l'IMT puisse ne pas s'appliquer à la situation de la personne est étroitement lié au manque d'information locale et granulaire (voir [CIMT, 2019h](#)). Ce constat souligne également l'importance d'en apprendre davantage sur les différents groupes d'utilisateurs de l'IMT afin d'offrir de l'information axée sur les besoins de chacun (voir l'[encadré 2](#)).

Encore une fois, comme pour les besoins et les sources d'IMT, on constate que les femmes et les hommes sélectionnent les mêmes principaux

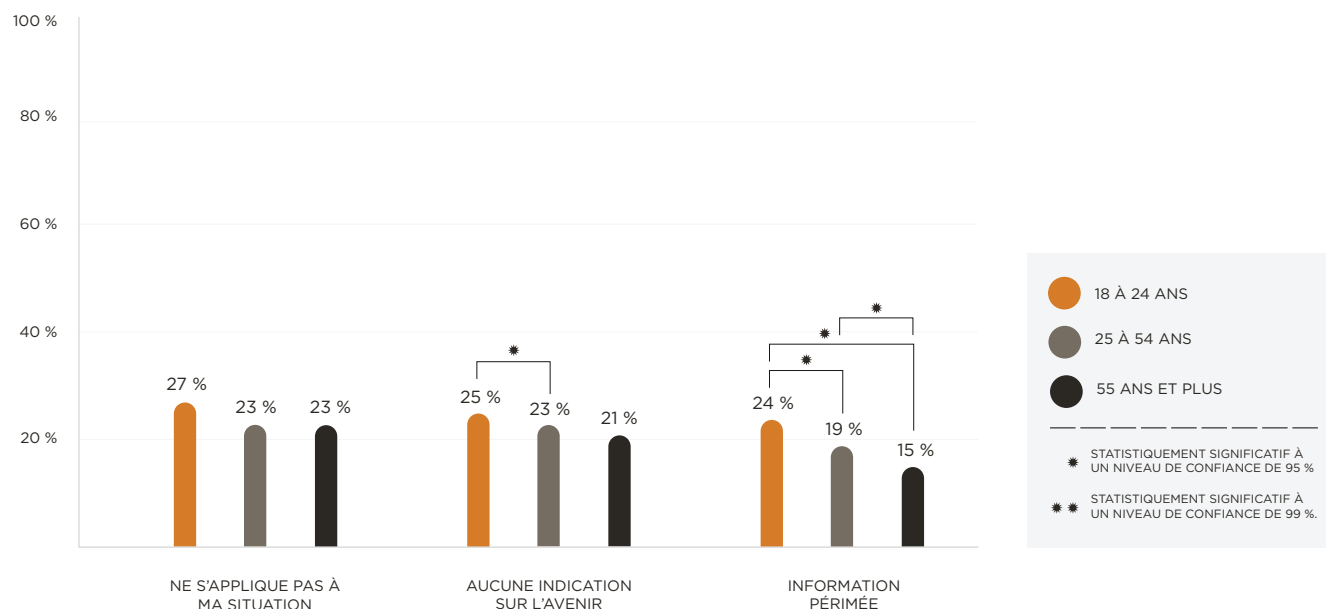
défis. Au contraire des résultats précédents, toutefois, les femmes sont moins préoccupées que les hommes par les trois grandes difficultés en matière d'IMT, comme le montre la [figure 9](#).

La [figure 10](#) présente les trois difficultés en matière d'IMT les plus fréquemment sélectionnées pour trois groupes d'âge. Nous constatons que les jeunes nomment ces défis plus souvent que les répondants plus âgés. Autrement dit, les personnes de 18 à 24 ans ont peut-être plus de difficultés à obtenir de l'information utile dans le système actuel

Les jeunes rencontrent davantage de difficultés liées à une IMT non pertinente, périmée et sans rapport avec l'avenir.

Elles cherchent de l'information pertinente pour leur situation, différente de celle des personnes plus âgées. Elles ont aussi besoin d'information plus à jour, qui permet de se faire une meilleure idée de l'avenir et de la manière dont les emplois s'adapteront aux changements dans le monde du travail. Cependant, aucune tendance particulière ne se dessine lorsqu'on compare la fréquence des difficultés entre les groupes de revenus.

Figure 10 : Les trois difficultés en matière d'IMT les plus fréquemment citées, par groupe d'âge



Synthèse

Neuf groupes de Canadiens ont participé à nos **sondages d'opinion publique**, qui visaient à nous permettre de cerner leurs principaux besoins d'IMT, les sources dont ils se servent et les difficultés qu'ils rencontrent dans leur utilisation de l'information. En examinant sept de ces groupes dans le présent rapport, nous constatons que les personnes dont le revenu du ménage est plus élevé sont davantage susceptibles de rechercher de l'information sur les salaires et les avantages sociaux, tandis que celles dont le revenu est plus faible ont besoin d'information sur le coût de la vie, les emplois disponibles et les lieux de formation.

Nos conclusions montrent également que les amis et la famille, les sites d'offres d'emplois et les médias sociaux sont les sources d'IMT les plus courantes. Les jeunes sont plus susceptibles de se servir des sites d'offres d'emplois et des médias sociaux que les personnes plus âgées. Les répondants ont aussi

indiqué que l'IMT disponible est périmée, qu'elle n'est pas pertinente pour leur situation et qu'elle ne permet pas de se faire une idée de l'avenir. Règle générale, les jeunes sont plus susceptibles de dire qu'ils sont touchés par ces difficultés que les personnes plus âgées.

Dans l'ensemble, ces résultats invitent les fournisseurs d'IMT, les gouvernements, les employeurs et d'autres organisations à comprendre deux enjeux clés : 1) le type d'information, les sources et les difficultés varient selon les groupes d'utilisateurs; 2) le choix de la source à utiliser, l'endroit où trouver l'information et la façon de l'assimiler varient selon des facteurs sociodémographiques comme le sexe, l'âge et le revenu du ménage. Par conséquent, nous devons nous assurer que l'information disponible répond aux besoins des différents groupes de Canadiens et que l'IMT soit aussi adaptée que possible à l'expérience utilisateur propre à chacun.

Remerciements

Ce Rapport de perspectives de l'IMT a été préparé par Behnoush Amery du CIMT, avec le soutien de Emna Braham, Anthony Mantione, Bolanle Alake-Apata, Zoe Rosenbaum, Kevin Saade, Elba Gomez et David Goulet. Nous remercions Sareena Hopkins (Fondation canadienne pour le développement de carrière), Ron Samson, Austin Harcs et Mark Patterson (Magnet), Parisa Mahboubi (Institut C.D. Howe), Ather Akbari (Université Saint Mary's) et Emile Tompa (Institute for Work & Health) pour leurs commentaires. Pour en savoir plus sur l'**étude d'opinion publique**, veuillez consulter la **page du projet**, les **tableaux de bord des résultats** et les précédents **Rapports de perspectives de l'IMT**. Vous pouvez aussi communiquer avec Behnoush Amery, économiste principale, à behnoush.amery@lmic-cimt.ca, ou Tony Bonen, directeur de la recherche, des données et de l'analytique, à tony.bonen@lmic-cimt.ca.

Références

- Beffy, M., D. Fougère et A. Maurel, « Choosing the field of study in postsecondary education: Do expected earnings matter? », *Review of Economics and Statistics*, 2012, vol. 94, n° 1, p. 334-347. Sur Internet : <<http://www.amaurel.net/IMG/pdf/Choosing-the-Field-of-Study.pdf>>.
- Behavioural Insights Team, Moments of choice. *Final Report*, 25 août 2016. Sur Internet : <<https://www.bi.team/wp-content/uploads/2016/08/Moments-of-Choice-report.pdf>>.
- Boucher, V., F.A. Dedewanou et A. Dufays, *Peer-induced beliefs regarding college participation*, Centre de recherche sur les risques les enjeux économiques et les politiques publiques, septembre 2018. Sur Internet : <<https://pdfs.semanticscholar.org/a19f/2ee058c7fc74b993c78066b111f609cf976.pdf>>.
- CIMT, « Est-il difficile de trouver de l'information pour prendre des décisions de carrière? », *Rapport de perspectives de l'IMT*, janvier 2019, n° 5. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/01/Perspectives-de-IIMT-no.-5.pdf>>.
- CIMT, « Une IMT facile à comprendre est essentielle pour prendre des décisions de carrière éclairée », *Rapport de perspectives de l'IMT*, janvier 2019, n° 6. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/01/Perspectives-de-IIMT-no-6.pdf>>.
- CIMT, « L'IMT a d'importantes incidences sur le cheminement de carrière des Canadiens », *Rapport de perspectives de l'IMT*, janvier 2019, n° 7. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/02/Perspectives-de-IIMT-no-7.pdf>>.
- CIMT, « L'IMT la plus recherchée par les Canadiens : salaires et compétences », *Rapport de perspectives de l'IMT*, février 2019, n° 8. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/02/Perspectives-de-IIMT-no-8.pdf>>.
- CIMT, « Les Canadiens font face à des défis persistants lorsqu'ils cherchent de l'IMT », *Rapport de perspectives de l'IMT*, février 2019, n° 9. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/02/Perspectives-de-IIMT-no-9.pdf>>.
- CIMT, « Le rôle de l'information sur le marché du travail dans les choix des étudiants et des parents en matière d'éducation et de carrière », *Rapport de perspectives de l'IMT*, mars 2019, n° 11. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/03/Perspectives-de-IIMT-no-11-1.pdf>>.
- CIMT, « Employeurs canadiens : accès inégal à l'information sur le marché du travail », *Rapport de perspectives de l'IMT*, mai 2019, n° 13. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/05/Perspectives-de-IIMT-no-13.pdf>>.
- CIMT, « En quête du graal de l'IMT : des données locales, granulaires, fréquentes et actuelles », *Rapport de perspectives de l'IMT*, juillet 2019, n° 15. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/07/Perspectives-de-IIMT-no-15.pdf>>.

- CIMT, « Trouver leur chemin : ce que veulent les jeunes ni en emploi, ni aux études, ni en formation (NEEF) », *Rapport de perspectives de l'IMT*, août 2019, n° 17. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/08/Perspectives-de-IIMT-no-17.pdf>>.
- CIMT, « S'installer au Canada : résultats de l'étude d'opinion publique sur les nouveaux arrivants », *Rapport de perspectives de l'IMT*, novembre 2019, n° 19. Sur Internet : <https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/11/Insights-Issue-19-FR_v7.pdf>.
- CIMT, « Données et informations : de quelle IMT les professionnels en développement de carrière ont-ils besoin? », *Rapport de perspectives de l'IMT*, novembre 2019, n° 20. Sur Internet : <https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/11/Insights-20_FR_v6.pdf>.
- CIMT, « Discussion avec des étudiants : les informations qu'ils veulent sur les salaires », *Rapport de perspectives de l'IMT*, novembre 2019, n° 21. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/11/Rapport-de-perspectives-de-IIMT-no-21.pdf>>.
- CIMT, « Comprendre l'interdépendance de l'avenir du travail : une étude de cas sur ce qui ne tourne pas rond dans les discussions actuelles », *Rapport de perspectives de l'IMT*, décembre 2019, n° 22. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2019/12/Rapport-de-perspective-de-IIMT-no-22.pdf>>.
- CIMT, « Améliorer l'accessibilité de l'information sur le marché du travail : résultats de l'étude auprès des personnes handicapées », *Rapport de perspectives de l'IMT*, janvier 2020, n° 23. Sur Internet : <<https://lmic-cimt.ca/wp-content/uploads/2020/01/Rapport-de-perspectives-de-IIMT-no-23.pdf>>.
- Long, M. C., D. Goldhaber et N. Huntington-Klein, (2015). « Do completed college majors respond to changes in wages? », *Economics of Education Review*, 2015, vol. 49, p. 1-14.
- McGuigan, M., S. McNally et G. Wyness, « Student awareness of costs and benefits of educational decisions: Effects of an information campaign », *Journal of Human Capital*, 2016, vol. 10, n° 4, p. 482-519. DOI : 10.1086/689551
- Milot-Lapointe, F., R. Savard et S. Paquette, « Explication qualitative du développement de l'identité professionnelle chez les femmes ayant immigré comme "personnes à charge" : premières constatations », *Canadian Journal of Career Development/Revue canadienne de développement de carrière*, 2018, vol. 17, n° 1, p. 43-52. Sur Internet : <<http://cjcdonline.ca/2019/06/exploration-qualitative-du-developpement-de-lidentite-professionnelle-chez-les-femmes-ayant-immigre-comme-personnes-a-charge-premieres-constatations/?lang=fr>>.
- Nachmias, S. et A. Walmsley, « Making career decisions in a changing graduate labour market: A hospitality perspective », *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism*, 2015, vol. 17, p. 50-58. DOI : 10.1016/j.jhlste.2015.09.001
- Oreopoulos, P. et R. Dunn, « Information and college access: Evidence from a randomized field experiment », *Scandinavian Journal of Economics*, 2013, vol. 115, n° 1, p. 3-26. DOI : 10.1111/j.1467-9442.2012.01742.x
- Ruder, A. I. et M. Van Noy, « Knowledge of earnings risk and major choice: Evidence from an information experiment », *Economics of Education Review*, 2017, vol. 57, p. 80-90. DOI : 10.1016/j.econedurev.2017.02.001
- Wiswall, M. et B. Zafar, « Determinants of college major choice: Identification using an information experiment », *Review of Economic Studies*, 2014, vol. 82, n° 2, p. 791-824. Sur Internet : <https://www.newyorkfed.org/medialibrary/media/research/staff_reports/sr500.pdf>.

Annexe A : Questions et réponses sur les besoins et les sources d'IMT ainsi que les difficultés rencontrées en la matière

Afin de tenir compte de la situation différente de chacun des sept groupes sondés, les trois questions principales abordées ici ont été formulées de manière légèrement différente pour chaque sondage. Par exemple, les chômeurs ont été interrogés sur l'IMT dont ils ont besoin dans leur recherche d'emploi actuelle, alors que les employés l'ont été sur l'IMT utilisée pour trouver leur emploi actuel, et les parents, eux, ont été questionnés sur l'expérience de recherche d'emploi de leurs enfants. Quelle que soit la formulation précise de la question, l'ensemble de réponses présenté était identique d'un sondage à l'autre. Les trois principales questions sont les suivantes.

Besoins en IMT : *Lorsque vous recherchez votre emploi actuel, lesquels des types d'information suivants avez-vous pris en considération, le cas échéant? (plusieurs choix acceptés)*

- | | |
|---|---|
| 1. Nombre d'emplois disponibles | 10. Avantages sociaux (congrés, régimes de retraite, assurance, etc.) |
| 2. Offres d'emploi prévues / futures | 11. Droit du travail et réglementation |
| 3. Salaires | 12. Informations sur le travail indépendant |
| 4. Conditions spécifiques du secteur d'activité | 13. Transférabilité des compétences |
| 5. Les technologies impactant les emplois | 14. Où se former |
| 6. Exigences de certification ou d'éducation | 15. Autre |
| 7. Compétences requises | 16. Aucune de ces réponses |
| 8. Environnement de travail | |
| 9. Coût de la vie | |

Sources d'IMT : *Laquelle des sources suivantes, le cas échéant, avez-vous utilisée pour trouver de l'information sur le marché du travail? (plusieurs choix acceptés)*

- | | |
|---|---|
| 1. Site Web de Statistique Canada | 9. Médias sociaux |
| 2. Autre site du gouvernement du Canada | 10. Amis/famille |
| 3. Guichet-Emploi du gouvernement du Canada | 11. Site Web ou publication d'un tiers (cabinet de conseil, etc.) |
| 4. Site Web gouvernemental provincial ou territorial | 12. Associations industrielles |
| 5. Site Web ou publication d'une agence ou d'un organisme d'emploi | 13. Employeurs |
| 6. Site Web de l'organisme à but non lucratif / de bienfaisance / d'établissement | 14. Site Web ou publication des médias d'information |
| 7. Site Web municipal (ville) | 15. Autre |
| 8. Site d'annonces d'emploi (Monster, Indeed, Workopolis, etc.) | 16. Aucune de ces réponses |

Défis en matière d'IMT : *Lesquels des défis suivants avez-vous rencontrés, le cas échéant, pour trouver des informations sur le marché du travail? (plusieurs choix acceptés)*

1. Je n'ai pas trouvé l'information que je cherchais
2. Je n'ai pas trouvé d'informations sur ma ville
3. Je n'ai pas trouvé d'informations sur mon secteur d'activité
4. Je n'ai pas trouvé d'informations sur mon domaine spécifique (ou profession)
5. L'information était périmée
6. L'information ne m'a pas permis de mieux comprendre l'avenir
7. L'information était déroutante ou difficile à comprendre
8. L'information ne s'appliquait pas à ma situation
9. Autre
10. Aucune de ces réponses

Annexe B : Statistiques sommaires de l'échantillon

Tableau 1 : Répartition démographique des répondants pour les sept groupes de population

Groupe de population	Employés	Personnes handicapées	Nouveaux arrivants	Nouveaux diplômés	Chômeurs	Parents	Étudiants actuels
Ensemble (n = 15,034)	3 112 (21 %)	698 (4 %)	827 (5 %)	2 735 (18 %)	2 902 (20 %)	2 924 (20 %)	1 836 (13 %)
Sexe							
Femme	55 %	52 %	53 %	63 %	64 %	60 %	66 %
Homme	44 %	47 %	46 %	36 %	35 %	40 %	32 %
Préfère ne pas dire	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	0 %	2 %
Groupe d'âge							
18 à 24 ans	3 %	7 %	10 %	24 %	17 %	1 %	61 %
25 à 54 ans	71 %	59 %	82 %	67 %	61 %	61 %	30 %
55 ans et plus	22 %	28 %	2 %	2 %	16 %	35 %	1 %
Préfère ne pas dire	4 %	6 %	6 %	7 %	6 %	3 %	8 %
Groupe de revenu							
Moins de 20 000 \$	3 %	10 %	11 %	6 %	24 %	3 %	17 %
20 000 \$ à 39 000 \$	11 %	17 %	18 %	17 %	20 %	8 %	20 %
40 000 \$ à 59 000 \$	15 %	16 %	20 %	19 %	16 %	12 %	15 %
60 000 \$ à 99 000 \$	31 %	20 %	25 %	29 %	18 %	30 %	23 %
100 000 \$ et plus	29 %	14 %	10 %	18 %	0 %	35 %	14 %
Préfère ne pas dire	11 %	7 %	7 %	7 %	15 %	12 %	11 %
Manquant	0 %	16 %	9 %	4 %	7 %	0 %	0 %
Type de région							
Urbaine	86 %	74 %	88 %	86 %	84 %	85 %	86 %
Rurale	14 %	26 %	12 %	14 %	16 %	15 %	14 %
Provinces et territoires							
Alberta	15 %	12 %	12 %	13 %	14 %	15 %	11 %
Colombie-Britannique	11 %	13 %	14 %	11 %	11 %	12 %	11 %
Manitoba	5 %	5 %	6 %	4 %	4 %	4 %	6 %
Nouveau-Brunswick	2 %	2 %	2 %	3 %	3 %	3 %	2 %
Terre-Neuve-et-Labrador	2 %	1 %	2 %	3 %	3 %	3 %	3 %
Nouvelle-Écosse	5 %	4 %	2 %	5 %	4 %	5 %	3 %
Territoires du Nord-Ouest	2 %	4 %	1 %	0 %	0 %	2 %	1 %
Nunavut	2 %	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %
Ontario	35 %	46 %	32 %	33 %	36 %	37 %	31 %
Île-du-Prince-Édouard	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	2 %	2 %
Québec	14 %	7 %	22 %	23 %	19 %	13 %	25 %
Saskatchewan	3 %	3 %	3 %	4 %	3 %	3 %	4 %
Yukon	2 %	1 %	1 %	0 %	0 %	1 %	0 %