



Recherche qualitative sur les produits d'information sur le
marché du travail
Résumé analytique

Préparé pour : Emploi et Développement social Canada

Numéro de contrat : G9292-180537/001/CY
Date d'attribution du contrat : 15 février 2018
Date de livraison : 23 mai 2018
Renseignements : nc-por-rop-gd@hrsdcc-rhdcc.gc.ca

This executive summary is also available in English.

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

L'agence Earnscliffe Strategy Group (Earnscliffe) est heureuse de remettre à Emploi et Développement social Canada (EDSC) son rapport sur les résultats d'une recherche sur des communautés en ligne menée auprès de Canadiens et portant sur les produits existants d'information sur le marché du travail (IMT).

Dans le Budget 2015, on a annoncé des améliorations à l'information sur le marché du travail. Le Budget 2016 a réitéré ces engagements pour un « accès à une IMT à jour, fiable et complète » et a promis de travailler « en collaboration avec les provinces et territoires ». Le Forum des ministres du marché du travail (FMMT) a également annoncé vouloir améliorer la cueillette, la qualité et la diffusion de l'information sur le marché du travail pour permettre aux Canadiens de prendre des décisions éclairées et pour adapter les investissements en capital humain aux besoins de l'économie. Cet engagement a été répété par le FMMT lors d'une rencontre tenue en octobre 2017.

Le Plan de travail national (PTN) pour l'IMT a été élaboré en 2011 en reconnaissance de l'importance accrue d'offrir une IMT locale/régionale cohérente et comparable partout au pays, dans le but de soutenir les décisions des travailleurs et des employeurs canadiens concernant le marché du travail ainsi que la prestation de programmes clés. Le PTN traitait initialement de la qualité et de la quantité asymétrique de l'IMT produite dans les régions à ce moment-là. Ce processus a ajouté la notion de « responsabilisation » et de normes de rendement pour la dépense de fonds dans l'information sur le marché du travail.

Dans les versions successives du PTN (PTN II, III et IV), on a cherché à simplifier davantage l'IMT régionale du ministère afin de normaliser les produits et services. Ces produits et services découlent de cinq fonctions essentielles de l'IMT :

1. déterminer les perspectives du marché du travail;
2. surveiller les tendances du marché du travail;
3. mener des analyses du marché du travail;
4. fournir de l'information sur le travail; et
5. soutenir les activités de Service Canada.

Dans sa version actuelle, le PTN pour la production d'IMT régionale se fonde sur un exercice analytique intégré qui commence par une analyse macroéconomique et qui culmine avec l'évaluation des perspectives d'emploi pour des postes à l'échelon local et à celui de la CNP à quatre chiffres (classification nationale des professions). Le système génère un produit de base normalisé à chaque étape et le met à la disposition du public, par l'entremise du Guichet-Emplois. De la même façon, l'exercice analytique entraîne la génération de produits internes au soutien de la prestation de programmes et services à l'échelle régionale.

Actuellement, six produits externes sont publiés dans le cadre de l'exercice intégré du PTN mené selon un calendrier détaillé. Ces six produits sont :

1. Salaires,
2. Perspectives;
3. Nouvelles hebdomadaires sur le marché du travail;
4. Bulletins sur le marché du travail (mensuels/trimestriels/annuels);
5. Analyse de l'environnement économique; et
6. Portraits sectoriels.

En avril 2017, le Conseil de l'information sur le marché du travail (CIMT) a été établi. Le CIMT a pour mandat de formuler les priorités pancanadiennes pour la collecte, l'analyse et la distribution de l'IMT (information sur le marché du travail), y compris :

- répondre au besoin d'une IMT locale plus détaillée;
- prioriser la cohérence de l'IMT par l'harmonisation des normes et des méthodologies; et
- travailler de concert avec les intervenants pour élaborer et promouvoir une plateforme collaborative pour la diffusion d'IMT aux Canadiens.

D'autre part, on développe un nouvel Outil de diffusion/de visualisation de l'IMT, grâce auquel une large gamme d'IMT sera présentée à l'utilisateur, en fonction de son choix d'un thème ou d'une région en particulier, ce qui morcellerait « l'emballage » des produits d'IMT en petites sections qui seraient assemblées en fonction de leur pertinence, afin de procurer une expérience personnalisée à l'utilisateur.

À la lumière de ces facteurs environnementaux nouveaux et changeants, il est devenu nécessaire de faire une analyse en profondeur des produits actuels, en fonction des divers besoins et attentes des utilisateurs, pour permettre au Ministère de définir la gamme appropriée de produits d'IMT à développer et à diffuser de façon efficace. Plus particulièrement, la recherche avait pour objectif de :

- faire en sorte que les produits d'IMT répondent aux besoins des utilisateurs (pour ce qui est du format et de l'information);
- évaluer l'existence de lacunes; et
- définir, le cas échéant, les autres IMT dont les Canadiens pourraient avoir besoin pour prendre des décisions éclairées sur leur carrière/formation.

Les résultats de cette recherche permettront à EDSC de planifier et de préparer des produits d'IMT mieux adaptés aux besoins des utilisateurs, et d'établir quels autres produits ou renseignements seraient utiles pour prendre des décisions éclairées en matière de formation et de recherche d'emploi.

Pour atteindre les objectifs décrits, Earnscliffe a mené une série de séances de recherche qualitative qui comprenait douze communautés en ligne, une en anglais et une en français pour chacune des audiences cibles :

- Étudiants du niveau postsecondaire (université, collège, apprentissage);
- Jeunes travailleurs (16-24 ans, travaillant à temps plein et pas aux études ou en formation);
- Jeunes sans emploi (16-24 ans, ne travaillant pas à temps plein et pas aux études ou en formation);
- Adultes de 25 ans et plus à la recherche d'un nouvel emploi ou d'une nouvelle opportunité professionnelle;
- Parents de jeunes de 16-24 ans; et
- Influenceurs (conseillers en orientation).

Les groupes mentionnés ci-dessus et choisis pour cette étude, sont des sous-groupes de l'audience cible générale des produits d'IMT. Les autres groupes cibles qui n'ont pas été inclus dans cette recherche sont, entre autres, les employeurs, d'autres ministères fédéraux, d'autres ordres de gouvernement, des groupes de réflexion ainsi que des universitaires.

Les communautés en ligne ont été tenues sur une période de six jours, du 15 au 20 mars 2018, par Recollective, un outil de recherche de pointe conçu pour susciter de solides idées au sujet des collectivités et mener des

études de recherche en ligne de n'importe quelle durée ou portée. Recollective a été élaboré par Ramius Corporation (Ramius), un fournisseur de logiciels sociaux et de services pour les entreprises.

Pour les fins du présent rapport, il est important de noter que la recherche qualitative est une forme de recherche scientifique, sociale, politique et d'opinion publique. La recherche qualitative, à l'aide de communautés en ligne comme dans le présent projet, n'est pas conçue pour susciter une gamme complète d'idées, d'attitudes, d'expériences et d'opinions d'un échantillonnage choisi de participants sur un sujet défini. En raison de leur petit nombre, on ne peut attendre des participants qu'ils soient totalement représentatifs, au sens statistique, des six audiences ciblées pour les produits d'IMT dont ils sont tirés et les conclusions ne peuvent être généralisées de façon fiable au-delà de leur nombre.

La valeur contractuelle totale de cette recherche a été de 98 613,97 \$ incluant la TVH. Les principales conclusions de la recherche sont présentées ci-dessous.

Observations générales

- **En général, les participants étaient d'avis que le site du Guichet-Emplois contient des renseignements précieux et détaillés.** En général, le contenu présenté a dépassé les attentes des participants. On a constaté des notable différences d'un segment à l'autre, ce qui indique qu'il n'y a pas une solution « toute faite ».
- Cependant, aussi précieux que soit le contenu, **en général, les participants n'étaient pas d'avis que c'était l'outil le plus utile et le plus fonctionnel pour rechercher un emploi et prendre des décisions en matière d'éducation et de formation.**
- Les participants ont souhaité que certains types de renseignements soient présentés dans un format plus convivial, avec un plus grand nombre de visuels et la possibilité de faire un tri et des recherches.
- Les outils les plus utiles – onglets Salaires et Perspectives – ont reçu une cote élevée parce qu'ils ont été perçus comme étant plus simples, ciblés géographiquement et pertinents.
- Les outils considérés les moins utiles – y compris l'AEE – l'ont été généralement en raison de la lourdeur du texte, ce qui a compliqué la tâche de trouver de l'information pertinente et de comprendre les incidences pour les objectifs des participants.

Rapport sur l'emploi

- Dans l'ensemble, cette section du Guichet-Emplois a été vue comme la plus utile par les participants.
- **L'onglet Salaires a constamment été considéré comme le plus utile et comme un outil relativement clair.** Les participants ont apprécié la gamme de salaires et le fait qu'ils pouvaient étudier les données d'une région plus petite pour les comparer ensuite au reste de la province ou du pays.
 - Parmi les commentaires constructifs soumis, on compte l'ajout d'information sur les prestations de santé et de retraite, et sur le nombre d'années de travail à cumuler dans un domaine avant de pouvoir s'attendre à toucher l'échelon supérieur du salaire.

- L'onglet Perspectives a été l'un des éléments étudiés les mieux cotés. Les participants ont aimé les renseignements sur les compétences et la formation et ils ont aimé que cet onglet indique le nombre d'emplois dans une région spécifique. Toute information sur les possibilités d'emploi, plutôt que les données historiques, a été bien reçue.
- Les améliorations proposées portaient largement sur le fait d'être plus précis, y compris l'ajout de liens vers des offres d'emploi, une liste des employeurs qui embauchent, une légende d'explication plus claire du classement par étoiles, et un classement sur cinq étoiles plutôt que trois. Les participants n'étaient pas certains de la signification d'un certain classement et leurs réponses indiquent qu'ils n'ont pas vu le lien en haut de la page Perspectives, lequel mène à une explication détaillée du système de classement. Il convient de noter que, comme les participants étudiaient une image de l'onglet Perspectives plutôt qu'une page Web en direct, le lien n'aurait pas fonctionné s'ils avaient tenté de cliquer dessus.

Nouvelles et Bulletin sur le marché du travail

- Les Nouvelles sur le marché du travail ont été l'une des ressources les moins utiles à être présentées. Les participants ont convenu que les articles pouvaient contenir des renseignements utiles mais qu'ils ne les auraient pas consultés parce que, selon eux, cet outil n'est ni organisé ni facilement accessible.
 - Les participants ont estimé qu'on devrait pouvoir trier la liste d'articles par province et par date, et qu'elle devrait être consultable. En fait, on peut effectuer des recherches par ville et par code postal, par secteur et par type d'activité; nous en avons conclu que les participants n'ont pas trouvé ou qu'ils n'ont pas utilisé cette fonction.
 - Les titres devraient être plus concis – les participants ont estimé qu'ils étaient trop longs et souvent, après les avoir lus, ils n'avaient pas envie de poursuivre la lecture des articles.
- Les participants ont réagi de manière similaire au Bulletin sur le marché du travail. Quand on leur a demandé de lire le bulletin, ils y ont trouvé des renseignements utiles. Plus de la moitié d'entre eux ont évalué plusieurs éléments comme étant utiles, notamment la croissance de l'emploi au fil du temps et par secteur. Cependant, la plupart ont convenu que lire tout le document n'était pas un moyen efficace de trouver cette information.

Analyse de l'environnement économique (AEE)

- L'AEE a été la ressource la moins utile présentée.
 - Les jeunes travailleurs et les chercheurs d'emploi de 25 ans et plus ont été les moins enclins à qualifier l'AEE d'utile.
 - La plupart des participants ont estimé que le document était trop long ou difficile à comprendre. Ils étaient d'avis que les renseignements devraient être présentés à l'aide de diagrammes et d'images, plutôt que du texte.
- L'Aperçu a été l'élément le plus utile – les participants ont préféré lire l'aperçu plutôt que tout le document.
- Certains ont trouvé l'information intéressante mais ils ont pensé qu'elle était excessive et pas nécessairement appropriée à une recherche d'emploi.
 - Plusieurs ont mentionné que ce type de renseignement serait très utile pour des économistes du marché du travail mais pas pour les chercheurs d'emploi ordinaires.

Portraits sectoriels

- Après les onglets Salaires et Perspectives, le Portrait sectoriel a été la troisième ressource analysée jugée utile.
 - Les étudiants du niveau postsecondaire ont été les plus enclins à trouver cette ressource utile.
- Les aspects positifs incluaient :
 - L'information est intéressante, en particulier, pour les personnes qui arrivent à trouver un portrait sectoriel lié à leur propre travail ou un champ qui leur est autrement familier (par ex. leur conjoint travaille dans ce domaine).
 - Le recours à des diagrammes, graphiques et puces pour mieux organiser l'information.
 - Les éléments de prévision étudiés ont été les plus utiles, y compris les perspectives d'emploi.
- Bien qu'ils aient trouvé les portraits sectoriels plus conviviaux que certaines autres ressources plus denses, les participants ont fait certaines critiques et suggestions constructives :
 - Inclure moins de données sur les tendances passées et plus de projections pour l'avenir.
 - Même si l'information les a intéressés, le consensus était qu'il y en avait trop ce qui a pour effet de diminuer l'utilité de la ressource.
 - Bien que l'organisation et la mise en page de la ressource étaient meilleures que dans le cas de l'AEE, plusieurs ont suggéré des solutions pour la rendre plus conviviale, comme l'ajout d'une table des matières.

Société responsable de la recherche :

Earnscliffe Strategy Group Inc. (Earnscliffe)
Numéro de contrat : G9292-180537/001/CY
Date d'attribution du contrat : 15 février 2018

Par la présente, j'atteste, en ma qualité de représentant pour la société Earnscliffe, que les produits livrables définitifs sont entièrement conformes aux exigences du gouvernement du Canada en matière de neutralité politique, telles que définies dans la politique de communication du gouvernement du Canada et dans la procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits livrables ne font aucune mention des intentions de vote électoral, des préférences quant aux partis politiques, des positions des partis ou de l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son chef.

Signature : 

Date : 23 mai 2018

Doug Anderson
Partenaire, Earnscliffe

