

Octobre 2009

« *EDIT* »

RAPPORT DU SONDAGE EDIT-ENTREPRISES DIVERSIFIÉES
ET TALENTUEUSES MENÉ AUPRÈS DES ENTREPRISES
QUÉBÉCOISES DE JUIN 2007 À NOVEMBRE 2008



Québec 

RECHERCHE ET RÉDACTION

Évelyne Bishisha Bashala
France Maher
Frédéric Nolet

L'OUTIL EDIT

L'outil EDIT est la propriété entière et exclusive du Conseil des relations interculturelles. Toute reproduction du contenu de cet outil est autorisée dans la mesure où la source est indiquée et avec l'autorisation du Conseil des relations interculturelles, d'Images interculturelles et de la Fondation canadienne des relations raciales.

COMITÉ DE TRAVAIL EDIT

Patricia Rimok, présidente, Conseil des relations interculturelles
Évelyne Bishisha Bashala, Conseil des relations interculturelles
Frédéric Nolet, Conseil des relations interculturelles
Bogidar Pérucich, membre du Conseil des relations interculturelles
Maurice Chalom, Ville de Montréal
Alix Laurent, Images interculturelles
Dominique Etienne, Fondation canadienne des relations raciales
Sophie Therrien, Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles
Anne-Marie Marcotte, Conférence régionale des élus de Montréal
Marie-Pier Veilleux, Chambre de commerce du Montréal Métropolitain

COLLABORATION

Rivka Demory
Martine Jore
Ralph Rouzier
Mohamed Soulami, Actions interculturelles de développement et d'éducation
Qingzhou Yang

RÉVISION

Vincent Ross

CONSEIL DES RELATIONS INTERCULTURELLES

500, boulevard René-Lévesque Ouest, bureau 10.04
Montréal (Québec) H2Z 1W7
Téléphone : (514) 873-5634

Télécopieur : (514) 873-3469
Courrier électronique : info@conseilinterculturel.gouv.qc.ca
Site Internet : www.conseilinterculturel.gouv.qc.ca

CONCEPTION ET DESIGN



ISBN : 978-2-550-57240-4

DÉPÔT LÉGAL – BIBLIOTHÈQUE ET ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC, 2009

TABLE DES MATIÈRES

p4 INTRODUCTION

- p4 1. Les enjeux
- p5 2. Les objectifs
- p5 3. La méthodologie de recherche et les limites
- p6 4. Les dimensions étudiées

p7 PARTIE 1. CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

- p7 1.1. L'année de fondation
- p7 1.2. Les formes de propriété des entreprises
- p7 1.3. La taille des entreprises
- p7 1.4. Les secteurs d'activités des entreprises participantes
- p9 1.5. Les régions administratives des entreprises participantes

p10 PARTIE 2. PRÉSENTATION DES RÉSULTATS SELON LES QUATRE DIMENSIONS ÉTUDIÉES

- p10 2.1. La présence de la diversité dans les entreprises
 - p10 2.1.1 Les indicateurs de la diversité
 - p10 2.1.2 La présence des personnes identifiées à une minorité visible
 - p13 2.1.3 La présence des minorités ethnoculturelles
- p15 2.2. Les pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle
 - p15 2.2.1 Le recours aux différentes pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle
 - p16 2.2.2 L'efficacité des pratiques pour améliorer le climat de travail
 - p18 2.2.3 Les liens entre les pratiques de gestion de la diversité et la présence de la diversité ethnoculturelle
 - p19 2.2.4 L'utilisation des pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle selon la région
 - p19 2.2.5 Les déboursés associés à la diversification ethnoculturelle
- p20 2.3. Les politiques ou les modalités de dotation
 - p20 2.3.1 Le recours aux différentes techniques de recrutement
 - p22 2.3.2 L'efficacité des différentes techniques de recrutement pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles
 - p23 2.3.3 Les difficultés à recruter des minorités ethnoculturelles
 - p24 2.3.4. Les incitatifs à recruter une main-d'œuvre diversifiée
- p24 2.4. Les perceptions de la diversité ethnoculturelle
 - p24 2.4.1 Les perceptions les plus répandues
 - p27 2.4.2 Les liens entre les perceptions et les caractéristiques des entreprises

p 28 CONCLUSION

p 29 ANNEXES

- p29 A : L'analyse des perceptions : méthode pour composer les groupes
- p30 B : La proportion des minorités visibles et ethnoculturelles par secteur d'activité
- p31 C : Le questionnaire EDIT
- p39 D : Les membres du Conseil des relations interculturelles

INTRODUCTION

Le sondage EDIT-Entreprises diversifiées et talentueuses est un outil qui mesure les pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle dans les entreprises. Ce sondage s'inscrit dans la troisième orientation du Plan stratégique 2006-2009 du Conseil des relations interculturelles (Conseil) dont l'objectif est de « favoriser le développement de partenariats entre les divers acteurs de la société afin d'accroître des pratiques qui prennent en compte la diversité ethnoculturelle ». Il est également inscrit dans son Plan stratégique 2009-2012.

Lancé le 8 juin 2007, ce projet émane du partenariat entre le Conseil et Images interculturelles dans le cadre de la Semaine d'actions contre le racisme. Ce partenariat a été élargi en associant la Fondation canadienne des relations raciales, le ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain, Actions interculturelles de développement et d'éducation et la Conférence régionale des élus de Montréal.

1. LES ENJEUX

Enjeu d'ordre démographique

Selon Statistique Canada¹, on estime qu'en 2017, entre 19 % et 23 % de la population canadienne sera composée de personnes appartenant aux minorités visibles. Le Conference Board² estime également que d'ici 2016, environ un travailleur sur cinq appartiendra à une minorité visible au Canada.

La composition ethnoculturelle du Québec connaît aussi des transformations rapides depuis ces dernières décennies. L'accueil des immigrants, notamment en provenance des pays non européens, constitue un des moteurs majeurs de ces changements. Lors du recensement de 2006, les minorités visibles représentaient 8,8 % de l'ensemble de la population québécoise.

¹ A. Bélanger et É. Caron Malenfant, Projections de la population des groupes de minorités visibles, Canada, provinces et régions, 2001-2017. Statistique Canada (Ministère de l'Industrie), 2005, 88 p.

² Pedro Antunes, Judith L. MacBride-King et Julie Swettenham, Les minorités visibles : Elles contribuent visiblement à la croissance de l'économie canadienne. Conference Board du Canada, 2004, 8 p.

Enjeu d'ordre économique

On constate que certains groupes au sein de la population québécoise affichent des taux de chômage nettement supérieurs à l'ensemble. Lors du recensement de 2006³, le taux de chômage était de : 7 % pour la population totale, 10,9 % chez les personnes immigrantes et 13,1 % au sein des minorités visibles. Certains groupes identifiés à des minorités visibles, comme les communautés maghrébines⁴, les communautés noires⁵, ou latino-américaines⁶ affichent des taux de chômage pouvant atteindre deux à trois fois le taux de la population totale.

Avec les départs massifs annoncés à la retraite des baby boomers, selon Emploi-Québec⁷, 640 000 postes seront à pourvoir pour la période de 2009 à 2013. Les prévisions des pénuries de main-d'œuvre ainsi que la disponibilité de la main-d'œuvre immigrante et identifiée à une minorité visible exigent des organisations qu'elles adaptent leur gestion des ressources humaines pour maintenir ou accroître leur productivité.

Enjeu lié à la méconnaissance des pratiques

La question des pratiques des entreprises québécoises en matière de gestion de la diversité ethnoculturelle est très peu documentée. Le sondage EDIT devait permettre de donner un aperçu de ce qui se fait dans les entreprises du Québec afin notamment d'améliorer les connaissances des partenaires et d'aiguiller leurs travaux ou interventions en la matière.

³ Statistique Canada, Recensement 2006. Profil des communautés.

⁴ Annick Lenoir, Les difficultés d'insertion en emploi des immigrants du Maghreb au Québec : une question de perspective. Institut de recherche en politiques publiques, 2009, 44 p.

⁵ Conseil des relations interculturelles, Mémoire sur la pleine participation à la société québécoise des communautés noires, 2005, 48 p.

⁶ Statistique Canada, compilation faite par le Conseil des relations interculturelles, 2009.

⁷ Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale, Perspectives professionnelles 2007-2011, 2008, 70 p. (http://www.emploi-quebec.net/publications/pdf/00_imt_pp2007-2011.pdf)

2. LES OBJECTIFS

Cet outil a été développé afin de faciliter la mise en place d'un contexte d'affaires qui soit propice à l'essor des entreprises du Québec tout en favorisant la pleine participation de toutes et de tous au marché du travail.

Il vise donc à reconnaître et, par la diffusion des résultats, à encourager l'embauche, la rétention et le développement d'une main-d'œuvre diversifiée au sein des entreprises. Il vise également à mettre de l'avant la valeur ajoutée que représente la conjugaison de compétences diversifiées à travers la diffusion des pratiques des entreprises ayant des initiatives remarquables.

3. LA MÉTHODOLOGIE DE RECHERCHE ET LES LIMITES

Un questionnaire comprenant près d'une centaine d'indicateurs a servi à la réalisation de ce sondage. Des pré-tests ont été réalisés auprès des entreprises suivantes : Soprema, K3-média et les Restaurants Pacini inc. Le questionnaire a été administré par téléphone, de juin 2007 à novembre 2008, auprès d'entreprises à travers différentes régions du Québec. Sur 1 372 entreprises jointes, 350 questionnaires ont été complétés, pour un taux de réponse de 25,5 %.

Les entreprises sollicitées ont été repérées à partir des sources suivantes :

- Classement de la revue Les Affaires : www.lesaffaires.com;
- le site web Ma carrière Techno.Com qui regroupe des entreprises dans le domaine des T.I. : www.macarrieretechno.com;
- la Banque d'entreprises du Québec du Centre de recherche industrielle du Québec (CRIQ);
- Emploi-Québec, IMT : imt.emploiquebec.net

L'analyse présentée dans ce rapport brosse un tableau des informations dont nous ont fait part les personnes ayant participé à cette étude. Les entreprises qui ont répondu au questionnaire ne sont évidemment pas représentatives de la réalité de l'ensemble des entreprises québécoises. Toutefois, les résultats permettent d'identifier certaines pratiques pouvant apparaître comme prometteuses en matière de gestion de la diversité ethnoculturelle. Elles sont prometteuses étant donné qu'elles bénéficient d'abord aux entreprises et indirectement à l'ensemble de la société, dès lors qu'elles favorisent l'intégration en emploi d'individus identifiés à des groupes dont les taux de chômage sont plus élevés que la moyenne.

Les résultats de ce sondage sont présentés sous forme de tableaux et graphiques pour en faciliter la lecture.

4. LES DIMENSIONS ÉTUDIÉES

Le CSR Europe (2002) a présenté un modèle d'évaluation de la gestion de la diversité qui s'inspire des travaux du Centre for Diversity and Business. Cependant, compte tenu de la longueur de la procédure proposée⁸ et du désir des partenaires du projet EDIT de développer un questionnaire dont la longueur ne soit pas dissuasive pour les entreprises visées, nous avons trouvé un compromis raisonnable permettant d'avoir un outil relativement court sans en altérer la qualité.

Ainsi, un questionnaire⁹ a été développé à partir d'une grille dont les dimensions ont découlé des sources suivantes :

- les besoins exprimés par le Conseil et les partenaires du projet à travers un questionnaire préliminaire;
- le rapport de recherche du CSR Europe (2002)¹⁰;
- le rapport final du Centre for Strategy and Evaluation Services (2003)¹¹;
- le guide pratique de la gestion de la diversité interculturelle en emploi d'Emploi-Québec (2005)¹².

Le sondage EDIT se penche sur les quatre dimensions organisationnelles suivantes :

La présence de la diversité ethnoculturelle

Dimension relative à la présence des minorités ethnoculturelles dans une organisation.

Les pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle

Il s'agit de l'ensemble des actions mises en place pour améliorer les communications et les relations interpersonnelles et intergroupes.

Les politiques ou techniques de dotation

Cette dimension touche aux aspects portant sur le recrutement, la sélection, l'accueil et la formation de nouveaux employés.

Les perceptions de la diversité ethnoculturelle

Cette dimension est axée sur les effets (avantages et désavantages) perçus par rapport à l'embauche ou au travail des minorités ethnoculturelles.

⁸ 240 questions sur la gestion de la diversité sont posées aux entreprises par l'outil d'évaluation développé.

⁹ Conseil des relations interculturelles et alii (2007), Questionnaire Entreprises diversifiées et talentueuses «EDIT », 9 p.

¹⁰ Corporate Social Responsibility Europe (2002). Business and Diversity. 89 pages.

¹¹ Centre for Strategy and Evaluation Services (2003). Méthodes et indicateurs mesurant le rapport coût-efficacité des pratiques de diversité en entreprise. No de catalogue : KE-55-03-899-FR-N. 88 pages + annexes.

¹² Emploi-Québec (2005). Guide pratique de la gestion de la diversité interculturelle en emploi. 95 pages.

PARTIE 1 CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

1.1. L'ANNÉE DE FONDATION

L'année de fondation des entreprises ayant participé au sondage varie de 1836 à 2008 et la moyenne est 1981. Les entreprises de l'échantillon ont en moyenne 28 années d'existence. Toutefois, ces données sont à nuancer considérant que le taux de survie des entreprises au Québec est de 19,5 ans¹³.

1.2. LES FORMES DE PROPRIÉTÉ DES ENTREPRISES

La majorité des entreprises sont des entreprises privées à propriétaire unique ou des sociétés par actions.

Tableau I – Formes de propriété des entreprises

Taille	n	%
Entreprises privées à propriétaire unique	133	38 %
Sociétés par actions	123	35,1 %
Entreprises privées en partenariat	70	20 %
Entreprises d'économie sociale / OBNL	17	4,9 %
Entreprises publiques	7	2 %
Total	350	100,0 %

1.3. LA TAILLE DES ENTREPRISES

Le tableau II présente le nombre d'entreprises de l'échantillon selon la taille (nombre d'employés). Nous avons retenu la catégorisation d'entreprises proposée par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE).

Ainsi, les entreprises de taille moyenne représentent la catégorie modale où quatre entreprises sur dix ont de 20 à 199 employés.

Compte tenu du fait que plus de 90 % des entreprises au Québec ont moins de 20 employés, nous constatons que les entreprises de taille moyenne à très grande sont surreprésentées au sein de notre échantillon.

Tableau II – Nombre d'entreprises de l'échantillon selon la taille

Taille	Échantillon		Québec* (2007)	
	n	%	N	%
Micro: 1 à 4	36	10,3 %	150 278	64,9 %
Petite: 5 à 19	103	29,4 %	57 154	24,7 %
Moyenne: 20 à 199	150	42,9 %	22 636	9,8 %
Grande: 200 à 499	41	11,7 %	870	0,4 %
Très grande: 500 et plus	20	5,7 %	612	0,3 %
Total	350	100,0 %	231 550	100,0 %

*Source : Statistique Canada

1.4. LES SECTEURS D'ACTIVITÉS DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

Les entreprises ont été classées selon le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN 2002) de Statistique Canada. Ce système de classification compte 20 catégories.

¹³ Ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec, Taux de survie des nouvelles entreprises au Québec, 2008, 16 p.

Le tableau qui suit présente 19 catégories étant donné qu'aucune entreprise de notre échantillon ne fait partie du secteur de la gestion des sociétés et d'entreprises.

Les deux secteurs les plus présents sont le secteur de la fabrication et les services professionnels, scientifiques et techniques. Ces deux secteurs d'activité représentent près de 40 % de l'échantillon. Ces deux secteurs, avec le secteur des services d'enseignement, sont les plus surreprésentés par rapport à la représentativité des entreprises au Québec avec environ trois fois plus d'entreprises dans notre échantillon que pour l'ensemble du Québec.

Tableau III – Nombre d'entreprises dans l'échantillon et au Québec selon les secteurs d'activités

Secteurs d'activités (SCIAN 2002)	Échantillon		Québec* (SCIAN 2007)	
	n	%	N	%
Agriculture, foresterie, chasse et pêche	10	2,9 %	12 649	5,75 %
Extraction minière, pétrole et gaz	2	0,6 %	333	0,15 %
Construction	14	4 %	25 685	11,68 %
Fabrication	89	25,4 %	14 666	6,67 %
Commerce de gros	22	6,3 %	13 364	6,08 %
Commerce de détail	29	8,3 %	26 817	12,19 %
Transport et entreposage	9	2,6 %	11 914	5,42 %
Industrie de l'information et industrie culturelle	19	5,4 %	2 734	1,24 %
Finance et assurances	5	1,4 %	5 119	2,33 %
Services immobiliers et de location	5	1,4 %	7 784	3,54 %
Services professionnels, scientifiques et techniques	49	14 %	21 238	9,66 %
Services administratifs, gestion, gestion des déchets	14	4,0 %	10 658	4,85 %
Services d'enseignement	12	3,4 %	2 187	0,99 %
Soins de santé et assistance sociale	6	1,7 %	16 382	7,45 %
Arts, spectacles et loisirs	11	3,1 %	4 404	2,00 %
Hébergement et services de restauration	35	10 %	17 647	8,02 %
Autres services, sauf administrations publiques	17	4,9 %	24 844	11,30 %
Administrations publiques	2	0,6 %	1 510	0,69 %
Total	350	100 %	219 935	100,00 %

*Source : Institut de la statistique du Québec, compilation à partir des données de Statistique Canada.

1.5. LES RÉGIONS ADMINISTRATIVES DES ENTREPRISES PARTICIPANTES

La majorité des entreprises de l'échantillon (62,8 %) est établie dans les régions administratives de Montréal, de l'Estrie, de la Capitale Nationale et de la Montérégie.

La région de l'Estrie est la plus surreprésentée¹⁴ par rapport à la représentativité des entreprises au Québec. On y retrouve quatre fois plus d'entreprises dans notre échantillon que pour l'ensemble du Québec.

Pour les fins de l'analyse, les résultats des régions administratives plus éloignées des grands centres (et également moins représentées dans notre échantillon) ont été regroupés. Il s'agit des régions suivantes :

- Bas-St-Laurent
- Saguenay-Lac-St-Jean
- Abitibi-Témiscamingue
- Côte-Nord
- Nord-du-Québec
- Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine
- Chaudières-Appalaches
- Lanaudière
- Laurentides
- Centre-du-Québec

Tableau IV – La distribution des entreprises dans notre échantillon et au Québec selon les régions administratives

Régions administratives	Échantillon		Québec* (décembre 2008)	
	n	%	N	%
Bas-St-Laurent	11	3,1 %	7 496	3,38 %
Saguenay-Lac-St-Jean	3	0,9 %	7 848	3,54 %
Capitale-Nationale	43	12,3 %	18 071	8,15 %
Estrie	58	16,6 %	9 116	4,11 %
Montréal	75	21,4 %	56 303	25,39 %
Outaouais	18	5,1 %	6 669	3,01 %
Abitibi-Témiscamingue	6	1,7 %	4 385	1,98 %
Côte-Nord	5	1,4 %	2 612	1,18 %
Nord-du-Québec	2	0,6 %	756	0,34 %
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	9	2,6 %	3 815	1,72 %
Chaudières-Appalaches	5	1,4 %	13 200	5,95 %
Laval	30	8,6 %	9 919	4,47 %
Lanaudière	2	0,6 %	12 323	5,56 %
Laurentides	34	9,7 %	15 354	6,92 %
Montérégie	44	12,5 %	38 365	17,30 %
Centre-du-Québec	3	0,9 %	8 094	3,65 %
Ne peut pas identifier			203	0,09 %
Total	350	100%	221 765	100 %

*Source : Institut de la statistique du Québec, compilation à partir des données de Statistique Canada.

¹⁴ La région de l'Estrie est surreprésentée notamment en raison de la sollicitation active des entreprises réalisée par l'un des partenaires du Conseil basé dans cette région.

PARTIE 2 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS SELON LES QUATRE DIMENSIONS ÉTUDIÉES

2.1. LA PRÉSENCE DE LA DIVERSITÉ DANS LES ENTREPRISES

2.1.1 Les indicateurs de la diversité

La première dimension d'analyse consiste à mesurer la présence de la diversité, dont la diversité ethnoculturelle, dans les entreprises échantillonnées. Généralement, cette présence s'apprécie par l'embauche d'un personnel reflétant la diversité au sein de la société: des femmes, des hommes, des jeunes travailleurs et des plus âgés, des Autochtones, des personnes handicapées, des personnes identifiées aux minorités visibles et des personnes immigrantes, et cela à tous les échelons des organisations.

Plus spécifiquement, le questionnaire EDIT permettait d'observer un taux de présence de la diversité pour les sous-groupes suivants : les hommes, les femmes et les minorités visibles ainsi qu'un aperçu de la fonction occupée (employé, gestionnaire ou membre de la haute direction). Les résultats sont les suivants :

Tableau V – La représentativité des hommes, des femmes et des minorités visibles (n=346)

Catégories	Employés	Gestionnaires
Hommes	60,1%	67,9%
Femmes	39,9%	32,1%
Minorités visibles	14,2%	8,4%

Afin de juger de l'intensité de la présence parmi les employés, nous avons comparé les taux de présence obtenus avec des seuils établis en fonction de la disponibilité de personnes appartenant à certains sous-groupes dans la population.

Les résultats fournissent un indicateur de la présence des groupes cibles au sein des entreprises. Les entreprises qui affichent un taux de présence inférieur aux différents seuils établis ne doivent pas y voir un jugement à leur égard mais plutôt une occasion de questionnement. Des facteurs externes à l'entreprise peuvent expliquer une sous-représentation de l'une ou l'autre des catégories cibles. L'entreprise est ainsi amenée à se questionner sur ses pratiques afin, au besoin, d'y apporter les modifications nécessaires à l'obtention d'une main-d'œuvre davantage diversifiée.

2.1.2 La présence des personnes identifiées à une minorité visible

Le taux de présence des minorités visibles atteint en moyenne 14,2 % dans les entreprises échantillonnées. Ce taux est supérieur à la proportion que ce groupe occupe dans la population québécoise (8,8 %), mais d'importantes fluctuations régionales rendent nécessaire une analyse plus approfondie, comme le démontrent les données qui suivent :

Tableau VI – Pourcentage de minorités visibles dans l'ensemble de la population par région

Région	% de minorités visibles dans la population ¹⁵ Recensement 2006
01 - Bas-St-laurent	0,8%
02 - Saguenay-Lac-st-Jean	0,7%
03 - Capitale-Nationale	2,4%
04 - Mauricie	1,0%
05 - Estrie	2,6%
06 - Montréal	25,0%
07 - Outaouais	5,0%
08 - Abitibi-Témiscamingue	0,7%
09 - Côte-Nord	0,6%
10 - Nord-du-Québec	0,7%
11 - Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	0,6%
12 - Chaudières-Appalaches	0,6%
13 - Laval	14,2%
14 - Lanaudière	2,1%
15 - Laurentides	1,7%
16 - Montérégie	5,6%
17 - Centre-du-Québec	1,3%
Province	8,8%

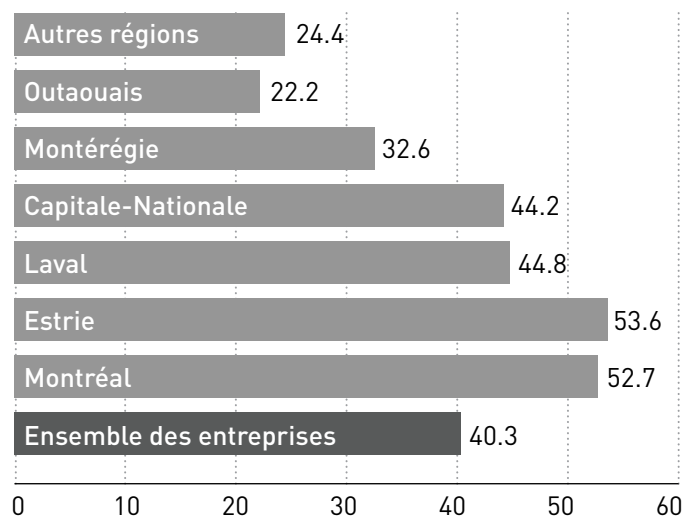
Les données du recensement 2006 établissent que les travailleurs s'identifiant à une minorité visible sont les plus présents, à Montréal d'abord (25 %), à Laval (14,2 %) puis en Montérégie et en Outaouais (respectivement 5,6 % et 5 %). La présence de travailleurs identifiés à une minorité visible étant moins grande dans les autres régions du Québec, il importait que le seuil qui servait à analyser la

présence des minorités visibles soit un seuil régional. En contrôlant cette variable, il est alors possible de comparer les résultats obtenus dans chacune des régions.

Notons que le taux de présence des minorités visibles par secteur d'activité est présenté à l'annexe B.

Le graphique 1 illustre les résultats obtenus au sein de l'échantillon en appliquant un seuil régional.

Graphique 1 – Pourcentage d'entreprises présentant un taux de présence des minorités visibles supérieur au seuil régional

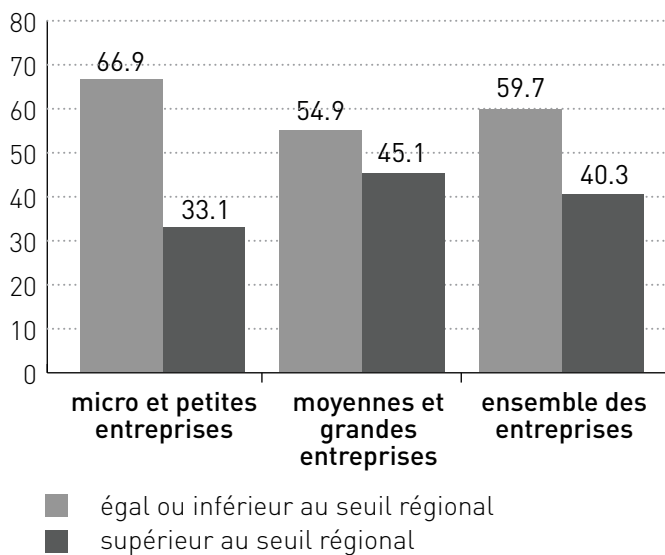


Moins de la moitié des entreprises échantillonnées, soit 40,3 %, affiche un taux de présence des minorités visibles supérieur aux seuils de disponibilité dans leur région. À l'échelle des régions : seules les régions de l'Estrie (53,6 %) et de Montréal (52,7 %) arrivent à dépasser leurs seuils respectifs quoique les régions de Laval et de la Capitale Nationale font également bonne figure avec des taux respectifs de 44,8 % et 44,2 %.

¹⁵ Selon le recensement de 2006, la proportion des minorités visibles à l'intérieur de la population active se situe à 8,07 %, ce qui est très similaire à la proportion des minorités visibles dans la population québécoise qui s'établit à 8,8 %. Puisque l'on traite de main-d'œuvre disponible, nous aurions préféré établir les taux régionaux de disponibilité de la main-d'œuvre, mais ils n'étaient pas accessibles par régions administratives.

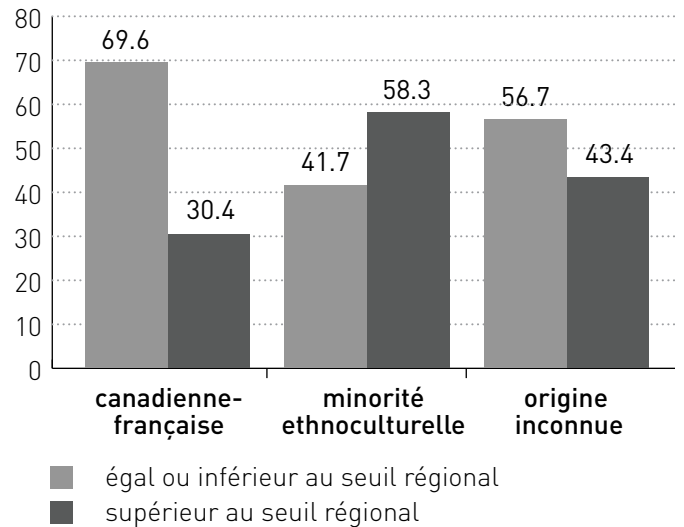
À partir des résultats de l'échantillon, nous avons cherché à déterminer les caractéristiques des entreprises ayant une plus grande diversité ethnoculturelle. Parmi celles-ci on retrouve la taille de l'entreprise (graphique 2), l'origine ethnique de son propriétaire (graphique 3) et la pénurie appréhendée de main-d'œuvre (graphique 4).

Graphique 2 – Positionnement des entreprises à l'égard de la présence des minorités visibles, selon la taille



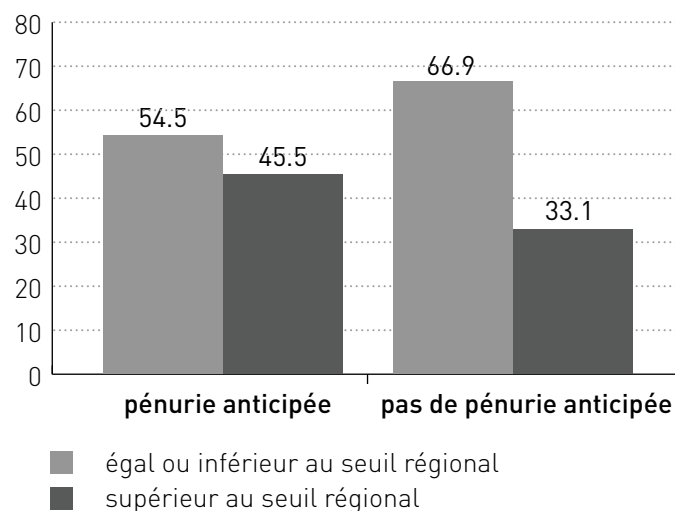
Les moyennes à très grandes entreprises sont proportionnellement plus nombreuses que les entreprises de plus petite taille à obtenir un taux de représentation supérieur aux seuils établis dans leur région d'établissement (45,1% contre 33,1%).

Graphique 3 – Positionnement des entreprises à l'égard de la présence des minorités visibles, selon l'origine ethnique du propriétaire



Les entreprises détenues par un propriétaire d'origine autre que canadienne-française sont proportionnellement plus nombreuses à avoir un taux de présence de minorités visibles supérieur au seuil régional.

Graphique 4 – Positionnement des entreprises à l'égard de la présence des minorités visibles, selon l'anticipation ou non d'une pénurie de main-d'œuvre



Au cours des trois prochaines années, la majorité des entreprises de l'échantillon (93,7 %) prévoit embaucher de la main-d'œuvre, et même intensifier le rythme d'embauche (48,6 %). Or, une majorité d'entreprises (57,8 %) anticipent des pénuries de travailleurs pour certains postes.

On constate (graphique 4) que les entreprises anticipant une pénurie de main-d'œuvre sont proportionnellement plus nombreuses à avoir un taux de présence de minorités visibles supérieur au seuil régional.

2.1.3 La présence des minorités ethnoculturelles

Dans un récent avis, le Conseil estimait que plus de 20 % de la population du Québec peut être identifiée à une minorité ethnoculturelle. La définition de minorité ethnoculturelle adoptée par le Conseil est volontairement large puisqu'elle englobe l'ensemble des personnes dont l'origine est autre que canadienne-française, qu'elles soient immigrantes ou nées au Canada¹⁶.

Comme cette définition diffère de celle utilisée dans les données censitaires, il s'avère impossible d'utiliser un seuil comme nous l'avons fait pour les groupes cibles précédents.

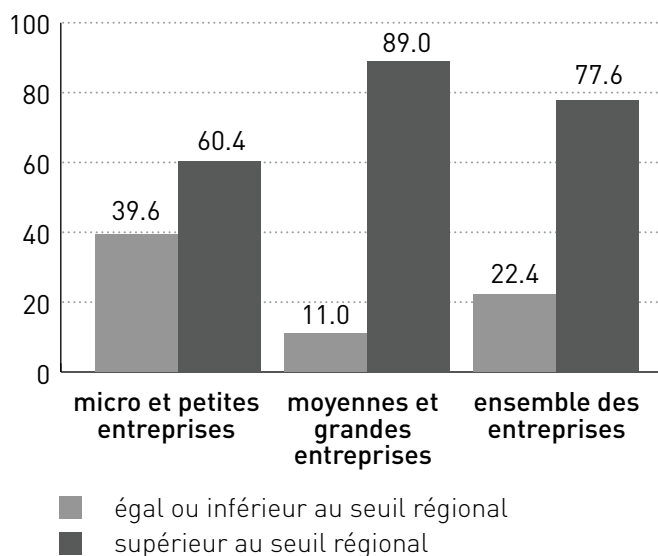
Nous avons plutôt choisi de retenir comme indicateur de la présence de ce groupe le fait qu'au moins une personne identifiée à une minorité ethnoculturelle fasse partie de l'entreprise ainsi que le nombre de groupes ethnoculturels représentés.

C'est ainsi que la grande majorité des entreprises de l'échantillon (77,2 %) compte au moins une personne identifiée à un groupe des minorités ethnoculturelles parmi leurs employés. Cette proportion est plus forte dans les entreprises de plus grande taille (89 % contre 60,4 %) et dans les entreprises situées dans certaines régions du Québec, notamment dans la région de Montréal (94,7 %),

de Laval (90 %) et de l'Estrie (82,5 %), d'où la nécessité de développer un seuil plus sensible aux variations régionales dans la disponibilité de la main-d'œuvre identifiée à une minorité ethnoculturelle, comme cela se fait pour les minorités visibles.

La présence d'au moins une personne identifiée à une minorité ethnoculturelle est également plus marquée dans les entreprises syndiquées qui composent l'échantillon (91,2 % contre 74,2 %) ainsi que parmi les entreprises appréhendant une pénurie de main-d'œuvre (84,5 % contre 66,2 %).

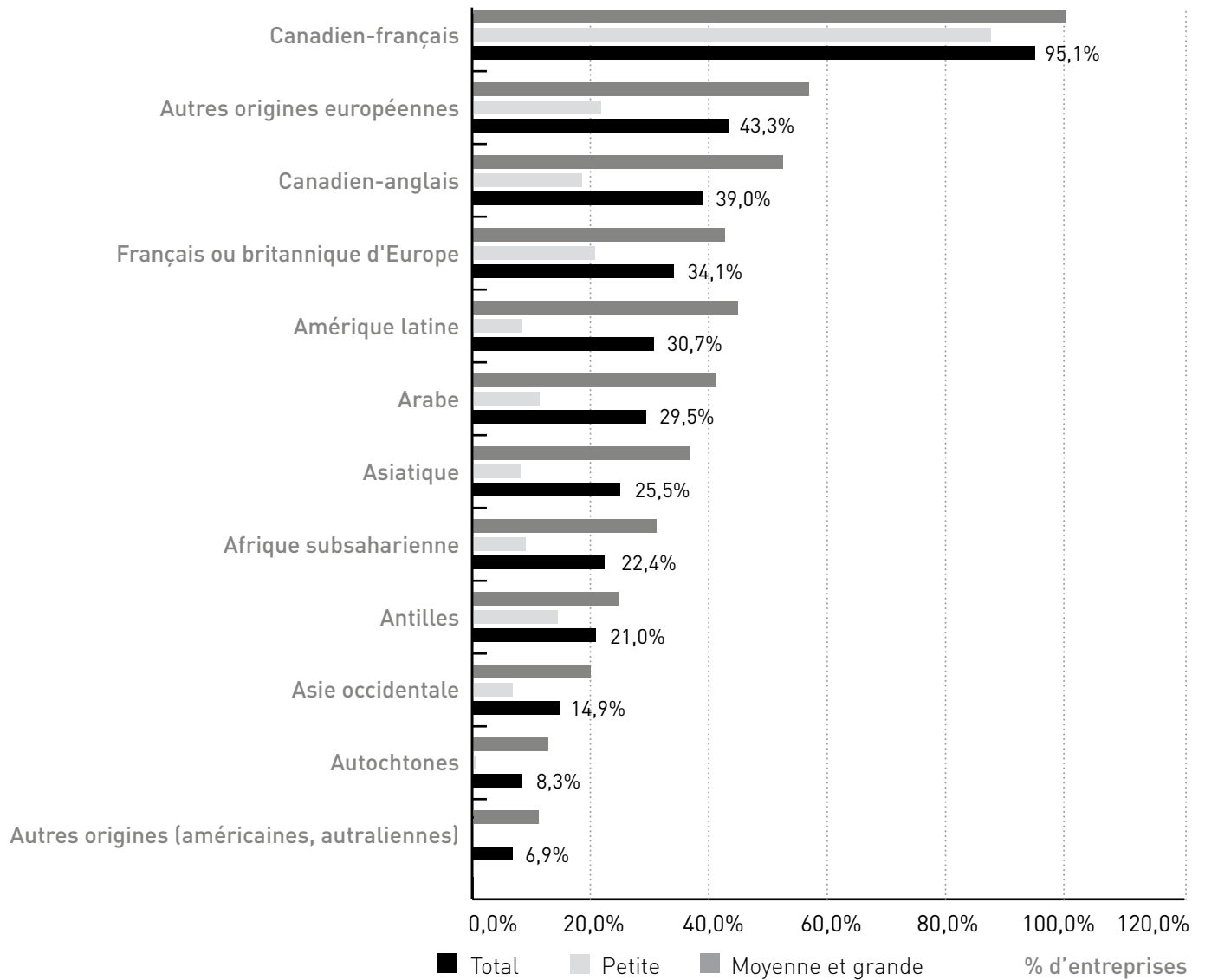
Graphique 5 – Présence d'au moins une personne identifiée à une minorité ethnoculturelle, selon la taille des entreprises



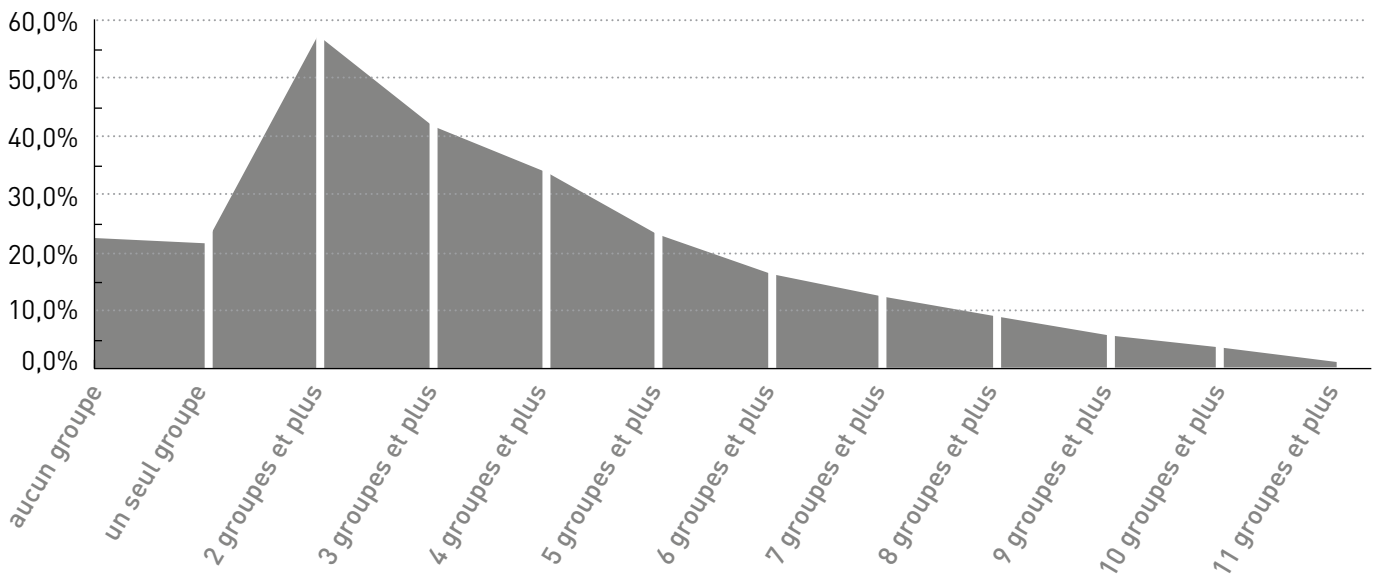
Les moyennes à très grandes entreprises sont également plus nombreuses que les entreprises de plus petite taille à compter dans leurs rangs au moins une personne identifiée à une minorité ethnoculturelle, comme le démontre le graphique ci-dessus.

¹⁶ Conseil des relations interculturelles, Avis sur la prise en compte et la gestion de la diversité ethnoculturelle, décembre 2007, p.108.

Graphique 6 – Principaux groupes ethnoculturels présents dans les entreprises ➔



Graphique 7 – Nombre de groupes ethnoculturels représentés dans les entreprises ➔



Graphique 6 – Principaux groupes ethnoculturels présents dans les entreprises

Les données concernant l'identité des groupes ethnoculturels présents dans les entreprises révèlent que les trois groupes les plus représentés sont les travailleurs identifiés au groupe « canadien-français » (95,1 %), ceux identifiés au groupe « autres européens » (43,3 %) ainsi qu'au groupe « canadiens-anglais » (39 %).

Graphique 7 – Nombre de groupes ethnoculturels représentés dans les entreprises

La multiplicité des groupes ethnoculturels est le lot de la majorité des entreprises puisque 56,6 % d'entre elles comptent au moins deux groupes ethnoculturels différents.

2.2 LES PRATIQUES DE GESTION DE LA DIVERSITÉ ETHNOCULTURELLE

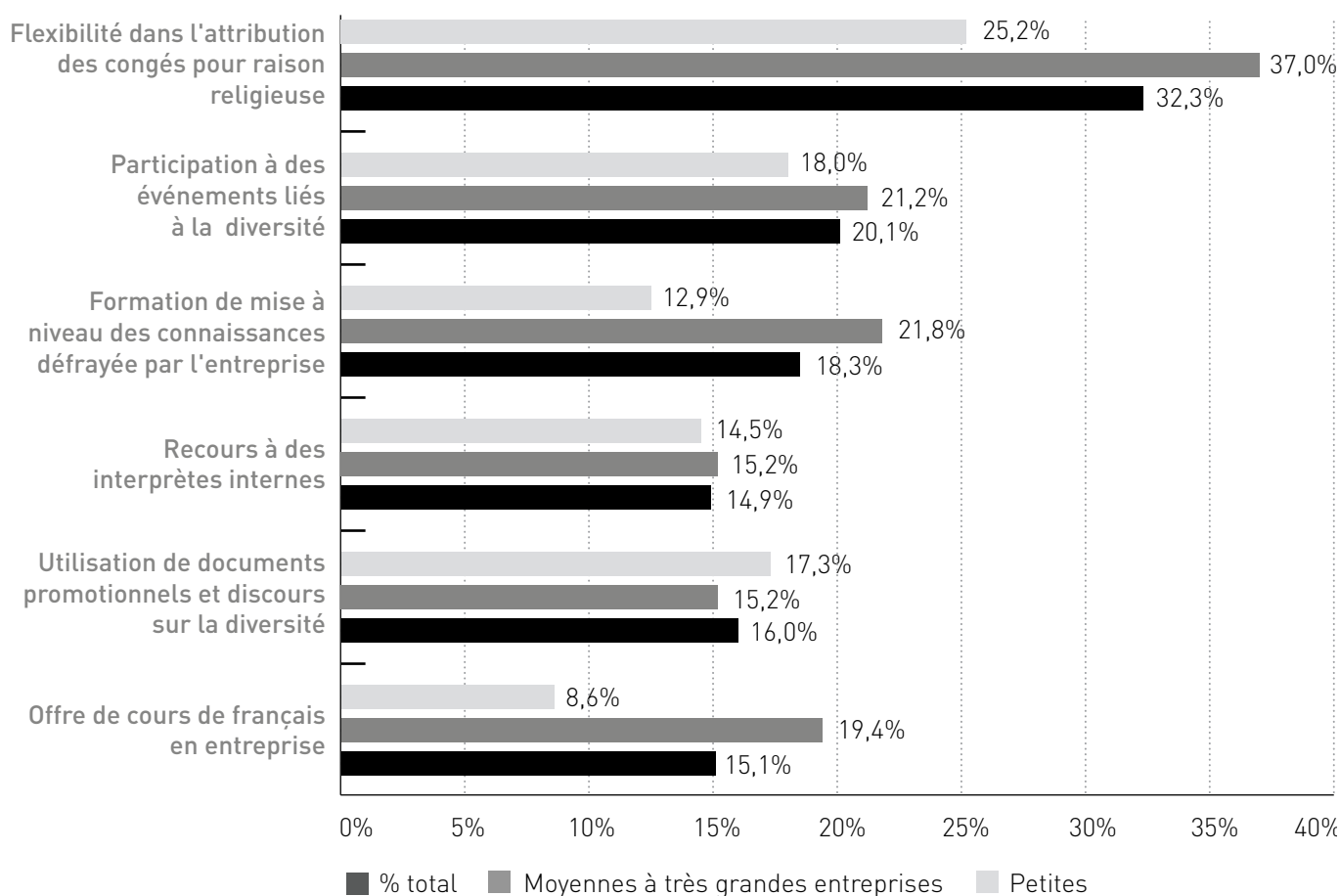
Le questionnaire identifiait onze pratiques¹⁷ de gestion de la diversité ethnoculturelle susceptibles d'améliorer les communications et les relations interpersonnelles et intergroupes.

Pour chacune de ces pratiques, les entreprises se prononçaient sur le degré d'utilisation et l'efficacité qu'elles en retireraient pour améliorer le climat de travail au sein de leur entreprise. La présente section présente les résultats de cette collecte de données. Ces résultats sont complétés par une analyse de la relation entre le recours à une de ces pratiques et la présence de personnes identifiées à une minorité visible.

2.2.1 Le recours aux différentes pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle

Globalement, on constate un faible recours aux pratiques en matière de gestion de la diversité ethnoculturelle au sein de l'échantillon. Ainsi, aucune des pratiques n'est utilisée par la majorité des entreprises et les taux d'utilisation parmi les six pratiques les plus populaires varient entre 15,1 et 32,3 % pour l'ensemble des entreprises.

Graphique 8 – Pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle les plus utilisées



¹⁷ Ces pratiques ont été identifiées à partir du questionnaire développé par le CSR Europe en 2002 et à partir des pratiques proposées par les membres du comité EDIT.

Notons que les entreprises n'avaient pas le choix de donner d'autres réponses que les réponses proposées.

La pratique la plus utilisée est la flexibilité dans l'octroi de congés pour raison religieuse, pratique utilisée par 32,3 % de l'ensemble des entreprises, plus fréquemment parmi les entreprises de taille « moyenne à très grande » où elle atteint 37 %.

La participation à différents événements associés à certains groupes ethnoculturels est la seconde pratique la plus utilisée par 20,1 % des entreprises. Cette proportion atteint 21,4 % des entreprises de taille moyenne à très grande.

Une proportion notable des entreprises de plus de 20 employés, soit 21,8 %, participent financièrement à la mise à niveau de qualification de leurs employés. Cette proportion est cependant plus faible parmi les petites entreprises (12,9 %), de sorte que pour l'ensemble des entreprises répondantes, cette pratique n'est utilisée que dans 18,3 % des cas.

Le recours à des interprètes internes, l'utilisation de matériel promouvant la diversité ainsi que l'offre de cours de français en entreprise sont des pratiques utilisées à peu près au même niveau par l'ensemble de l'échantillon, soit environ 15 %. Ces pratiques sont plus fréquentes chez les entreprises de taille moyenne à très grande.

Le recours aux autres pratiques est très faible parmi les entreprises participantes. Les activités de formation à la diversité pour les gestionnaires ou pour les employés ne sont offertes que dans respectivement 10,9 % et 8 % des cas tandis que la traduction en différentes langues de documents pour le bénéfice d'employés est le fait de 5,7 % des entreprises.

À peine 7,7 % des entreprises ont mis en place une journée consacrée à la diversité tandis que la création d'une instance particulière chargée de la gestion de la diversité ethnoculturelle est une pratique rarissime. À peine 2,6 % des entreprises l'ont fait.

Enfin, soulignons que 19,4 % des moyennes à très grandes entreprises offrent des cours de français en entreprise.

2.2.2 L'efficacité des pratiques pour améliorer le climat de travail

La majorité des entreprises juge efficaces les pratiques de gestion de la diversité qu'elles emploient pour améliorer le climat de travail.

Cette perception quant à l'efficacité des pratiques varie en fonction de la pratique elle-même. Le graphique 9 reflète le niveau d'efficacité associé à chacune des pratiques, tel que perçu par les entreprises qui les utilisent.

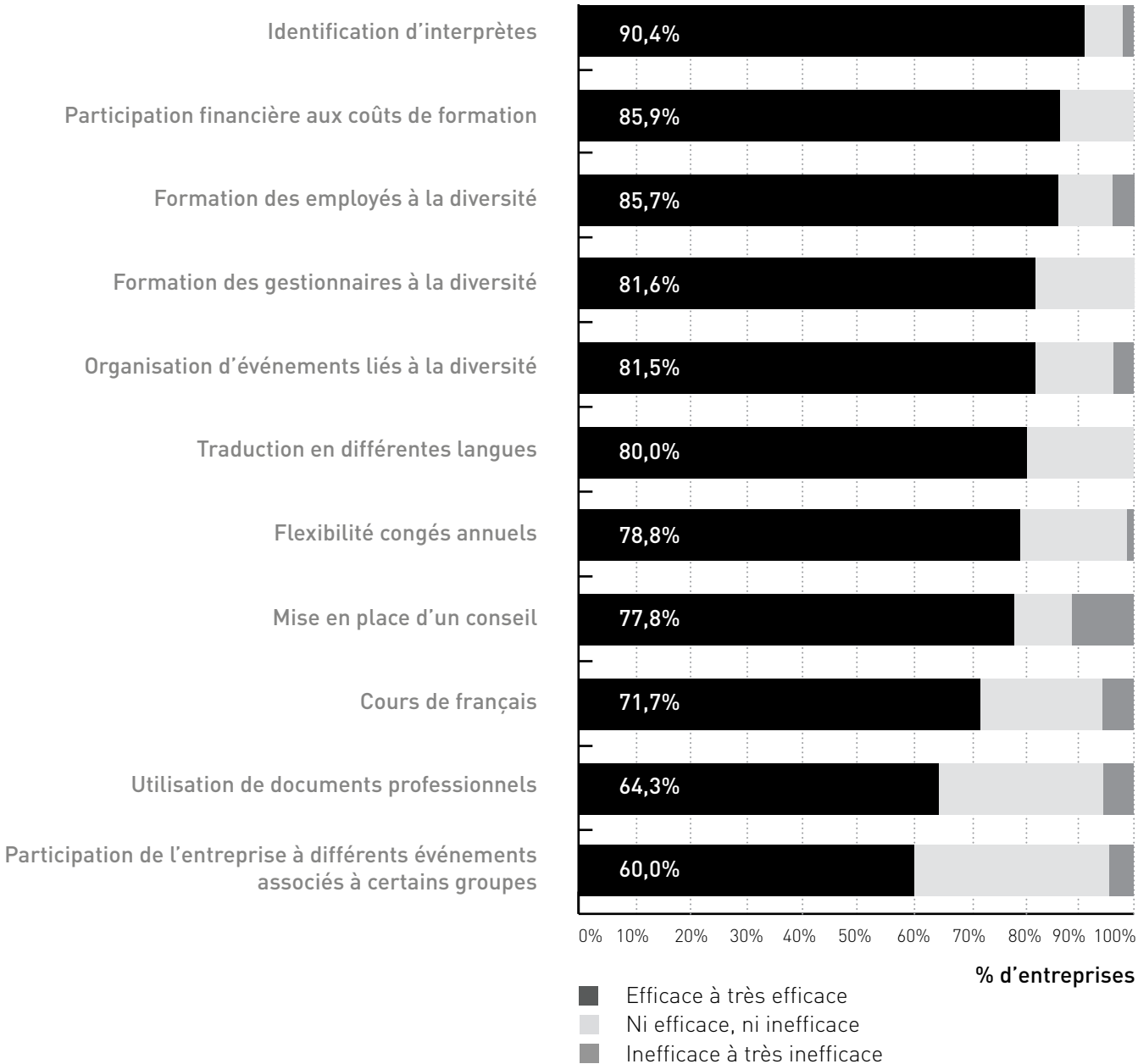
On remarque que le recours à des interprètes internes est la pratique jugée la plus efficace par 90,4 % des répondants. Notons que cette pratique n'est intéressante que si elle est transitoire. S'il n'y a pas de cours de français par la suite, on n'intègre pas vraiment les nouveaux travailleurs allophones. Les différents types de formation aux employés (mise à niveau des qualifications détenues par les employés des minorités ethnoculturelles, formation à la diversité pour l'ensemble des employés) arrivent au deuxième rang des pratiques jugées efficaces avec 86 % des répondants, suivis de la formation des gestionnaires (82 %).

L'organisation d'une journée ou d'une semaine thématique sur la diversité est jugée plus efficace que la simple participation à ce genre d'événement, vraisemblablement organisé par d'autres (81 % contre 60 %). La pratique la plus utilisée par l'ensemble des entreprises, soit la flexibilité dans l'octroi de congés pour raison religieuse, est jugée efficace par près de 8 répondants sur 10, les autres répondants la considérant sans incidence sur le climat de travail.

Graphique 9 – Efficacité comparée des différentes pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle

D'autres pratiques sont également jugées efficaces mais sont, paradoxalement, très peu utilisées. C'est le cas de la traduction en différentes langues de documents destinés aux nouveaux employés (80 % d'appui mais seulement

5,7% d'utilisateurs) et de la création d'une instance chargée de la diversité au sein de l'entreprise (78 % d'appui mais moins de 3 % d'utilisateurs).



2.2.3 Les liens entre les pratiques de gestion de la diversité et la présence de la diversité ethnoculturelle

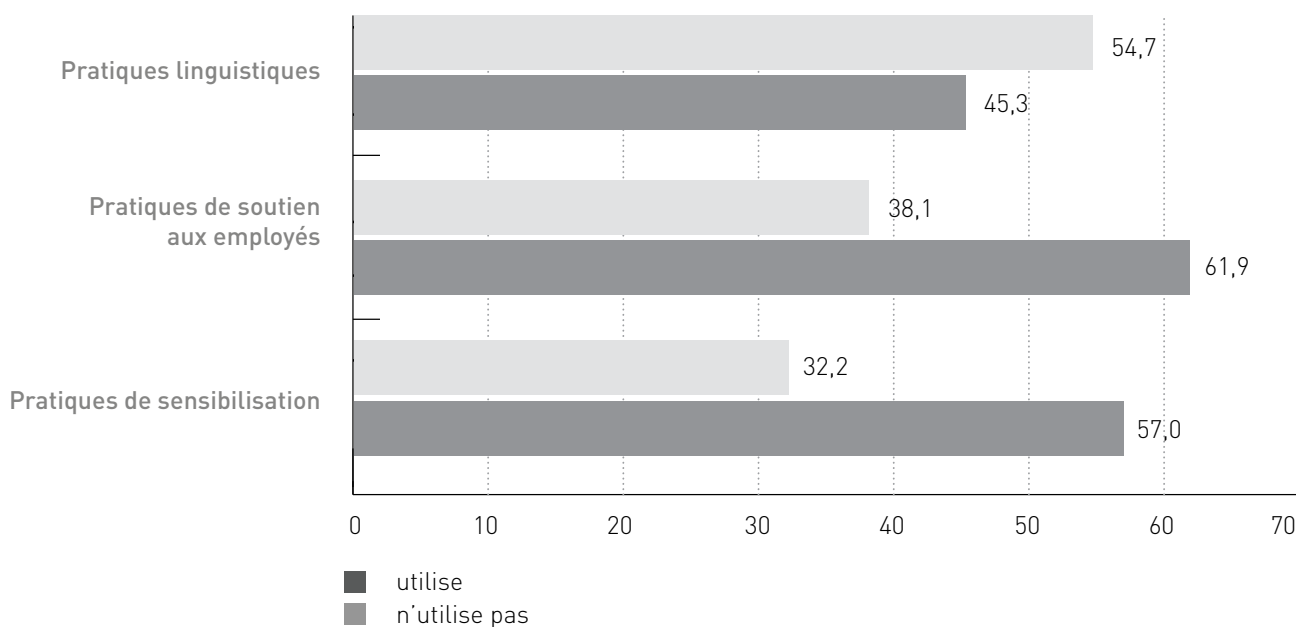
Des tests bivariés (khi-deux) ont été réalisés afin de mesurer les liens entre l'utilisation des différentes pratiques ethnoculturelles et la présence d'une diversité ethnoculturelle parmi les employés. Considérant le grand nombre de pratiques, nous avons regroupé celles-ci en trois catégories :

- les pratiques qui concernent l'environnement de travail, soit les activités de formation et de sensibilisation à la diversité, la participation à des événements de promotion de la diversité, que nous appelons « pratiques de sensibilisation »;
- les pratiques qui visent à soutenir un employé soit en finançant la mise à niveau de ses compétences ou en faisant preuve de flexibilité en ce qui concerne les congés religieux, appelées « pratiques de soutien aux employés »;
- les « pratiques linguistiques » qui visent à faciliter la communication entre les employés et la compréhension des documents internes par les personnes allophones.

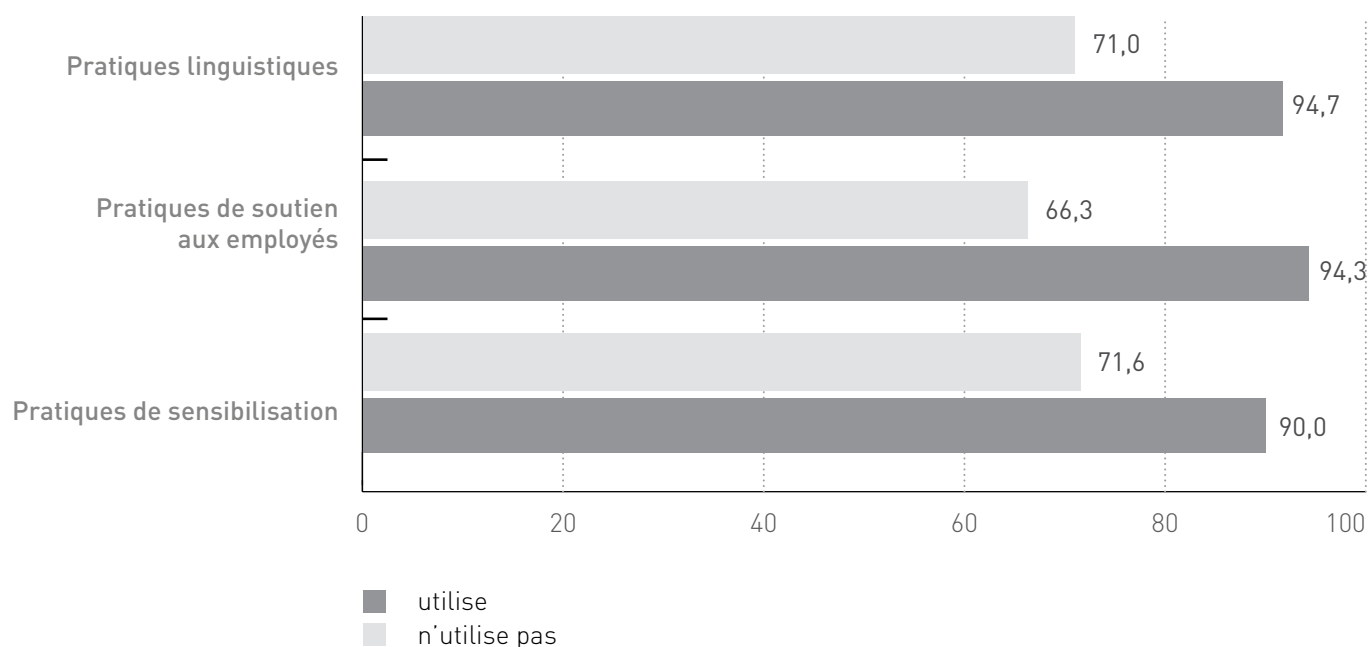
Graphique 10 – Pourcentage des entreprises détenant une forte présence de minorités visibles, selon l'usage de pratiques de gestion de la diversité

Les résultats démontrent une présence plus importante de personnes identifiées aux minorités visibles au sein des entreprises qui adoptent les pratiques dites de « soutien aux employés » et les pratiques dites de « sensibilisation » que celles qui n'adoptent pas ces pratiques. Ce lien est particulièrement marqué dans les entreprises ayant une grande flexibilité dans l'octroi des congés religieux.

Par contre, la relation est inversée dans les entreprises qui adoptent des pratiques linguistiques. Ce résultat pourrait suggérer que les entreprises recrutent des employés identifiés à une minorité visible qui parlent déjà le français ou encore qu'elles ont recours à une formation offerte à l'extérieur de l'entreprise ou enfin que la langue de travail n'est pas le français.



Graphique 11 – Pourcentage des entreprises comptant au moins une personne des minorités ethnoculturelles, selon l'usage de pratiques de gestion de la diversité



Les résultats démontrent que les entreprises qui comptent au moins une personne identifiée à une minorité ethnoculturelle utilisent davantage l'ensemble des pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle.

2.2.4 L'utilisation des pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle selon la région

On note que les « pratiques de sensibilisation » sont davantage utilisées par les entreprises établies dans la région de Montréal et celle de l'Estrie avec un taux d'utilisation de l'ordre de 53,3 % et 42,1 % respectivement. À l'opposé, la région de la Capitale-Nationale et les régions plus éloignées des grands centres sont celles qui ont le moins recours à ce type de pratiques avec des taux d'utilisation inférieurs à 20 %.

La région de Montréal est également celle où les « pratiques de soutien aux employés » sont les plus répandues avec 62,7 % d'entreprises utilisatrices. Une majorité d'entreprises établies dans la région de Laval emploient également ce type de pratique (53,3 %). On

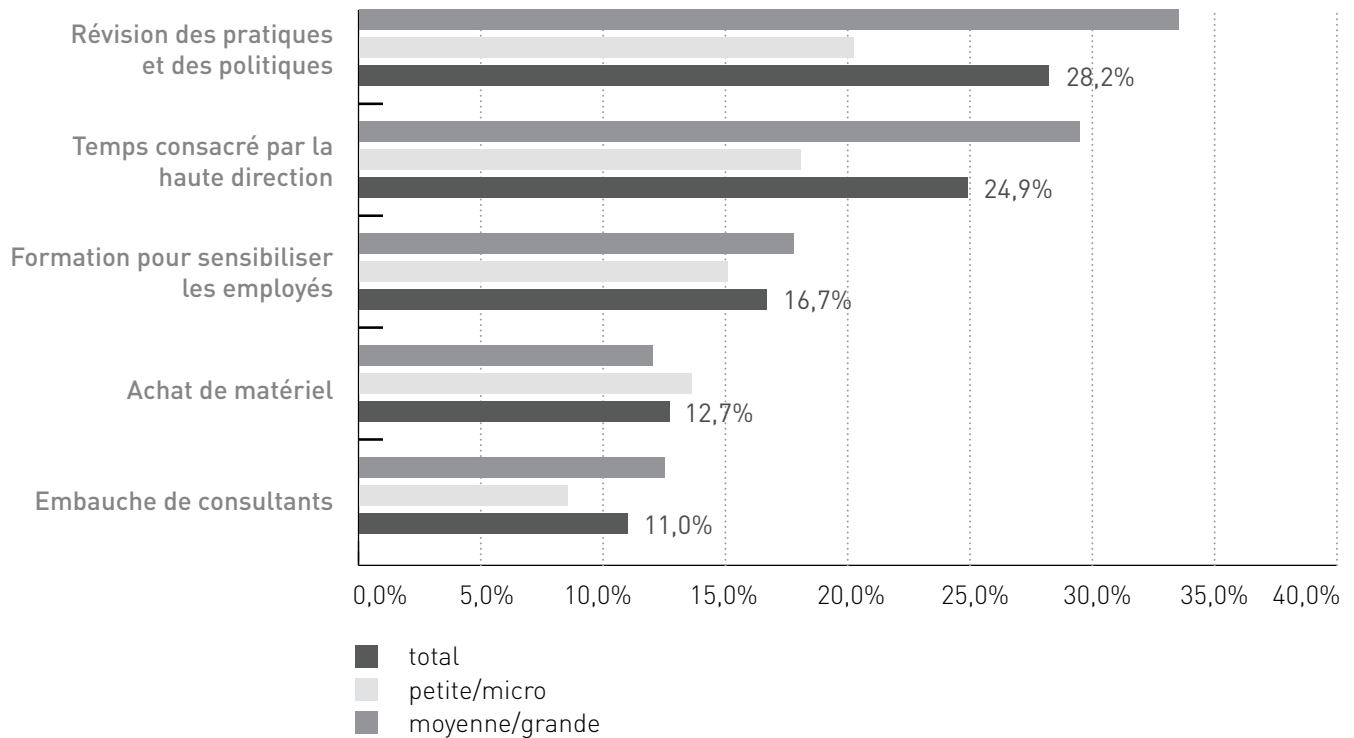
note une utilisation moins fréquente dans les régions de la Capitale-Nationale (27,9 %), de la Montérégie (22,7 %) ainsi que dans les régions plus éloignées des grands centres urbains (24,4 %).

2.2.5 Les déboursés associés à la diversification ethnoculturelle

Le questionnaire abordait également la question des coûts associés à la diversification ethnoculturelle. Globalement, les deux dépenses les plus importantes sont celles liées à la révision des pratiques afin de s'assurer qu'elles ne discriminent pas les employés ainsi que celles liées au temps consacré par la haute direction à la gestion de ce dossier.

Comme le démontre le graphique 12, moins du tiers des entreprises échantillonnées mentionnaient avoir encouru de tels coûts. Par ailleurs, la grande majorité des entreprises jugeait ces coûts « faibles » à « très faibles ».

Graphique 12 – Pourcentage des entreprises disant avoir des coûts relativement à la diversification ethnoculturelle



2.3. LES POLITIQUES OU LES MODALITÉS DE DOTATION

Le questionnaire présentait onze techniques de recrutement susceptibles d'être utilisées par les entreprises. Pour chacune de ces techniques de recrutement, les entreprises se prononçaient sur leur utilisation et l'efficacité qu'elles en retireraient pour joindre les minorités ethnoculturelles.

La présente section présente les résultats de cette collecte de données. Ces résultats sont complétés par une analyse de la relation entre le recours à l'une ou l'autre de ces techniques de recrutement et la présence de personnes identifiées à une minorité visible.

2.3.1 Le recours aux différentes techniques de recrutement

Les entreprises ont recours à plus d'une technique de recrutement. Le nombre des techniques de recrutement utilisées augmente en fonction de la taille de l'entreprise.

Tableau VII – Nombre moyen de techniques de recrutement utilisées

Micro	3,8
Petite	4,2
Moyenne	5,4
Grande	7,3
Très grande	8,2

Les techniques de recrutement ont été classées selon l'usage qui en est fait. Six techniques bénéficient de la faveur d'une majorité des entreprises : le bouche à oreille, les annonces sur Internet, les centres locaux d'emplois, les annonces dans les journaux, les annonces et les stages dans les établissements d'enseignement. Le graphique 13 illustre les résultats obtenus pour chacune de ces techniques, selon la taille de l'entreprise.

On constate que les mêmes techniques sont utilisées quelle que soit la taille de l'entreprise, mais dans des

proportions moindres pour les petites, à l'exception du « bouche à oreille » retenu par la grande majorité des entreprises.

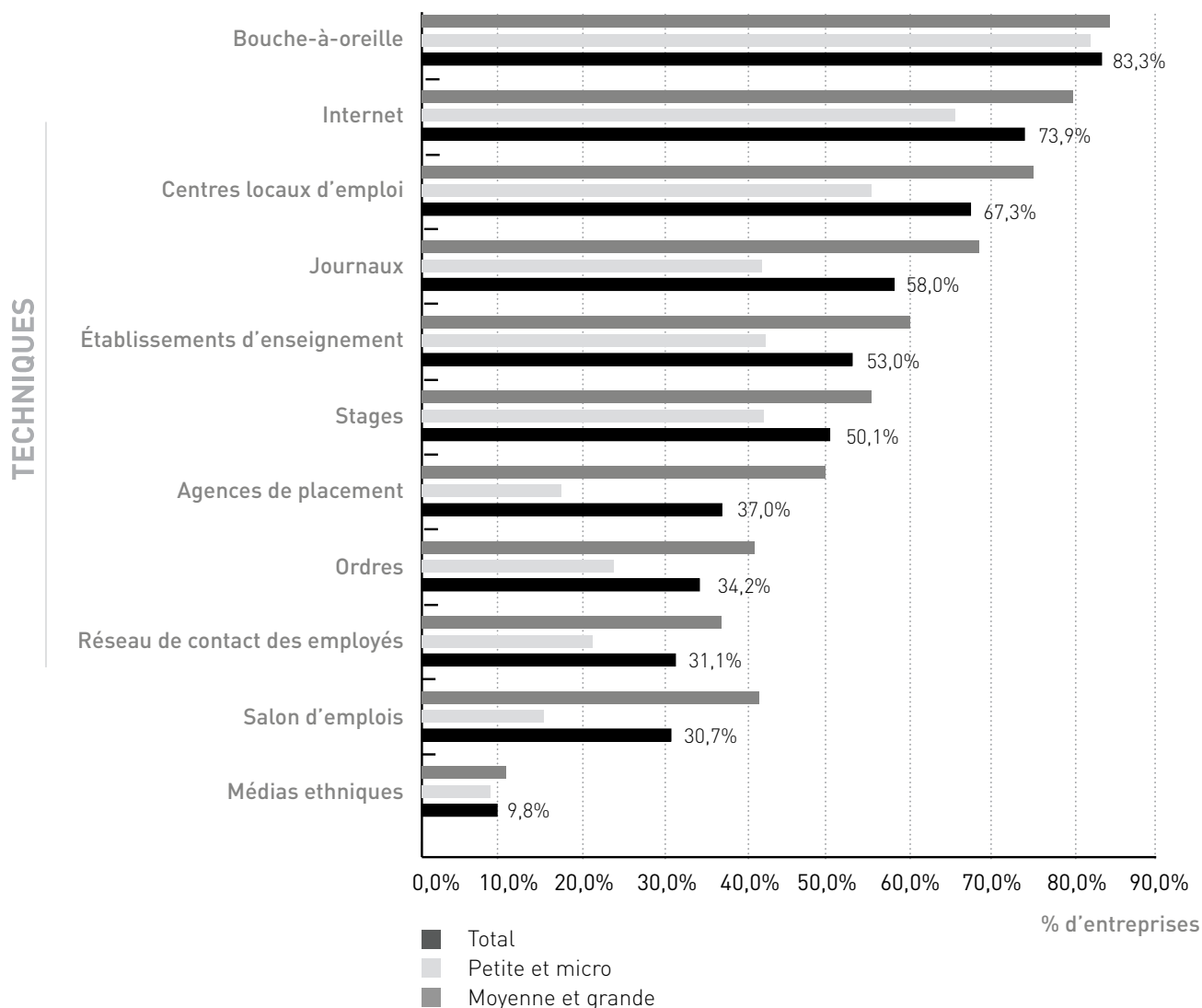
Quelques techniques semblent être particulièrement utilisées par les entreprises plus grandes. C'est le cas du recours aux agences de placement, des salons de l'emploi et des annonces auprès des ordres professionnels, utilisées par moins de 25 % des petites entreprises contre plus de 40 % par les moyennes à très grandes entreprises.

Par ailleurs, on note que les entreprises syndiquées utilisent moins le bouche à oreille (75,0 %) et plus Internet (83,8 %)

que les entreprises non syndiquées (soit 85,3 % le bouche à oreille et 71,4 % Internet). Internet est également privilégié par les entreprises anticipant une pénurie de la main-d'œuvre (81,6 % contre 18,4 %).

Graphique 13 – Techniques de recrutement les plus utilisées

On distingue également des variations régionales dans le choix des techniques de recrutement. C'est ainsi que les entreprises établies dans la région de la Capitale-Nationale et celles établies à Laval utilisent davantage le bouche à oreille que le reste de l'échantillon (95,3 % et 90 % contre 83,3 %).



2.3.2 L'efficacité des différentes techniques de recrutement pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles

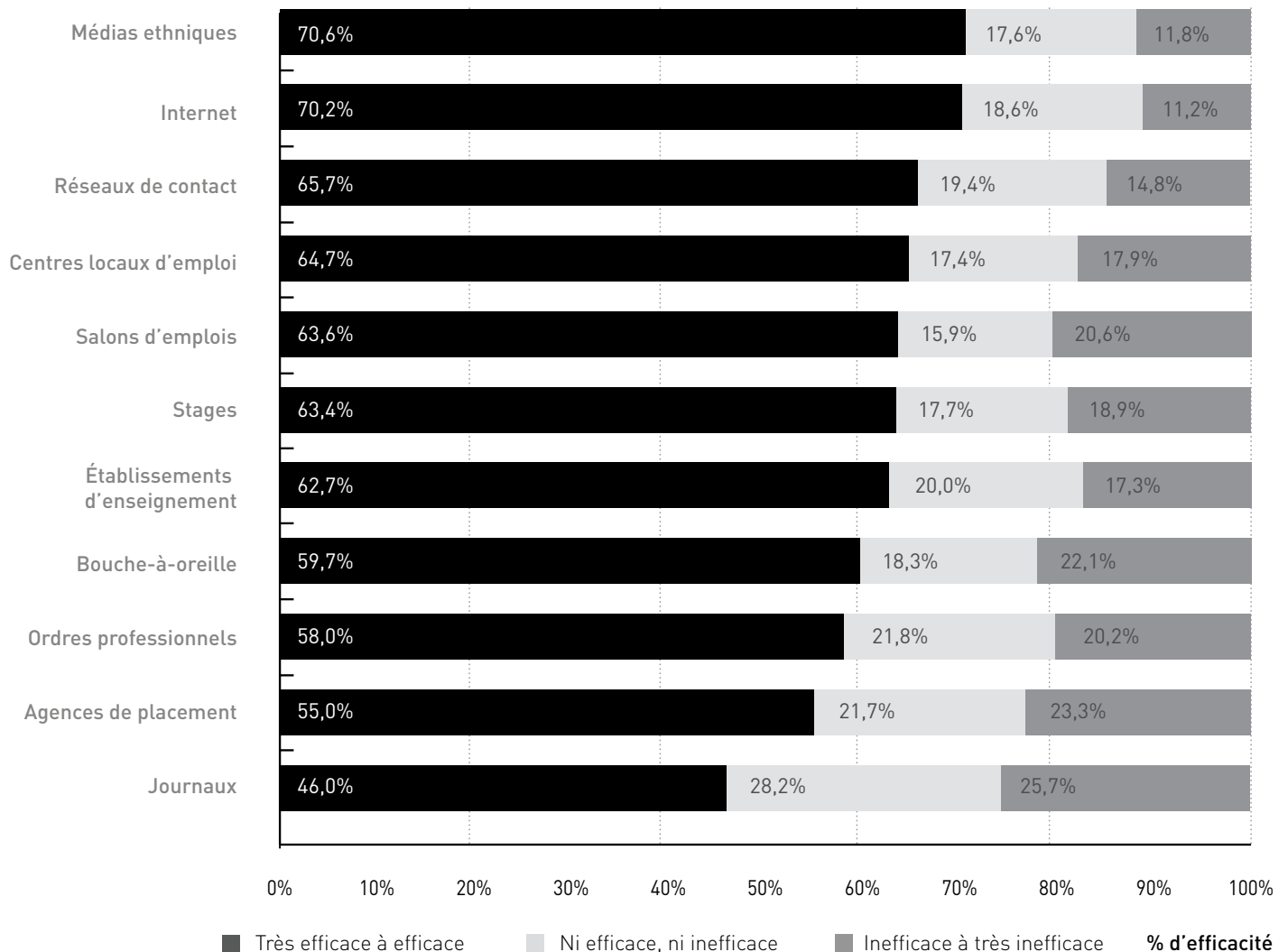
Les entreprises étaient interrogées sur l'efficacité de ces différentes techniques pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles. Le graphique 14 présente les résultats obtenus.

La presque totalité des techniques de recrutement est considérée efficace par la majorité des répondants. Certaines techniques sont jugées particulièrement efficaces : c'est le cas des médias ethniques et d'Internet qui sont cités par plus de 70 % des entreprises. Le recours aux médias ethniques, qui est la pratique jugée la plus efficace, demeure cependant très marginal : c'est

le cas d'à peine 10 % des entreprises de l'échantillon. Les entreprises qui l'utilisent sont majoritairement établies à Montréal et ont déjà une main-d'œuvre diversifiée.

Les pratiques jugées moins efficaces pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles sont les journaux : seulement 46 % des entreprises jugent ce procédé efficace alors que 53,9 % le considèrent soit inefficace ou ni efficace ni inefficace. Le bouche à oreille, qui est la méthode la plus utilisée par les entreprises échantillonnées, n'est jugé efficace que par une faible majorité des répondants (59,7 %) alors que 22,1 % des entreprises considèrent ce procédé inefficace.

Graphique 14 – Efficacité des techniques de dotation pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles



2.3.3 Les difficultés à recruter des minorités ethnoculturelles

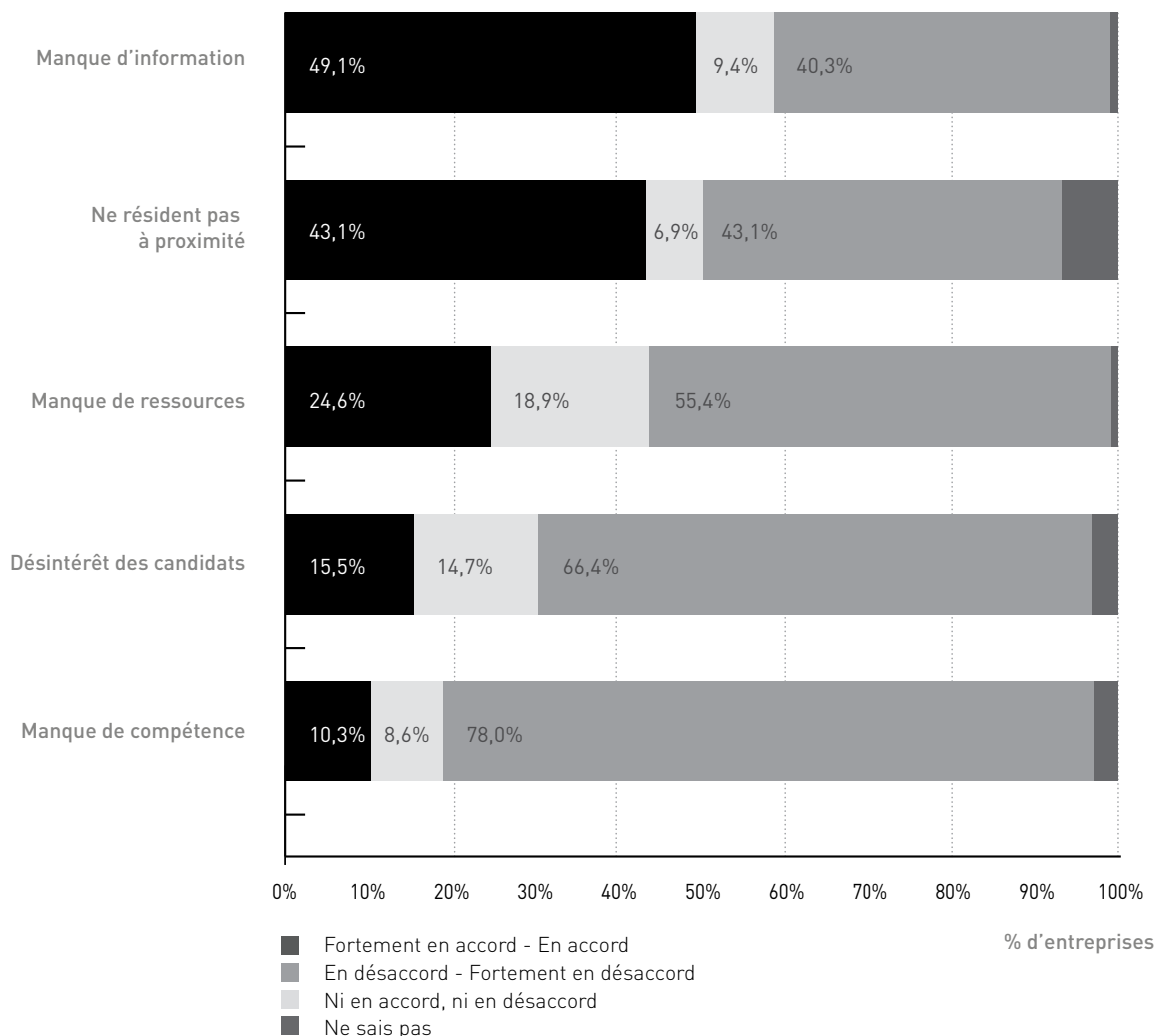
Les entreprises ont été interrogées sur les principales difficultés à recruter des minorités ethnoculturelles. Cinq difficultés étaient évoquées dans le questionnaire :

- le manque d'information sur les organismes communautaires et les médias ethnoculturels;
- la faible présence des personnes des minorités ethnoculturelles à proximité de l'entreprise;
- le manque de ressources pour joindre efficacement les personnes des minorités ethnoculturelles;
- le fait que les personnes des minorités ethnoculturelles ne semblent pas intéressées par les emplois offerts;

- la perception à l'effet que les personnes des minorités ethnoculturelles n'ont pas les compétences requises pour occuper les emplois.

Graphique 15 – Principales difficultés à recruter les personnes des minorités ethnoculturelles

L'analyse des résultats démontre qu'aucune de ces difficultés appréhendées n'est identifiée par la majorité des entreprises répondantes. Le manque d'information (49,1%) sur les organismes communautaires et les médias ethnoculturels constitue la principale difficulté identifiée par les entreprises. Les entreprises qui identifient le manque d'information proviennent surtout de l'Estrie, la Capitale-Nationale et les régions plus éloignées des grands centres.



Les avis sont partagés quant à la difficulté à recruter en raison de l'éloignement du lieu de résidence des personnes des minorités ethnoculturelles. Ce sont les entreprises établies dans les régions plus éloignées des grands centres (82,3 %), ou encore celles établies dans la région de la Capitale-Nationale (51,2 %) ou de la Montérégie (59,1 %) qui affirment éprouver ces difficultés.

Les ressources pour joindre les candidats, l'intérêt et les compétences de ceux-ci ne semblent pas poser de difficulté pour la grande majorité des entreprises répondantes.

Précisons enfin que le questionnaire n'offrait pas la possibilité aux entreprises d'identifier d'autres facteurs qui pouvaient les contraindre dans le recrutement de travailleurs identifiés à une minorité ethnoculturelle.

2.3.4. Les incitatifs à recruter une main-d'œuvre diversifiée

La grande majorité des responsables de l'embauche qualifie de très grande (62,6 %) ou assez grande (30,6 %) la marge de manœuvre dont ils disposent pour prendre les décisions d'embauche. Or, moins du tiers (32,1 %) de ces personnes ont été formées aux principes d'une saine communication interculturelle, de non-discrimination ou à l'impact des préjugés et des stéréotypes.

Ajoutons que très peu d'entreprises ont fixé des objectifs quantitatifs par rapport au recrutement des personnes des minorités ethnoculturelles. Cette proportion ne représente que 10,3 % des entreprises échantillonnées. Une proportion importante des entreprises (71,9 %) a par contre formalisé ses procédures de sélection. C'est

particulièrement le cas des entreprises de taille moyenne à très grande (80,9 %) et, dans une moindre mesure, des entreprises qui ont une présence significative de personnes identifiées à une minorité visible (77,4 % contre 67,5 %).

2.4. LES PERCEPTIONS DE LA DIVERSITÉ ETHNOCULTURELLE

2.4.1. Les perceptions les plus répandues

La presque totalité des répondants considérait que la haute direction de leur entreprise était ouverte à la diversité ethnoculturelle (95,7 %). Une proportion légèrement moindre (84,1 %) était en accord avec une affirmation soutenant que les employés avaient une perception plutôt positive des minorités ethnoculturelles alors que 6,1 % étaient en désaccord.

Une liste des effets généralement attribués à la diversification ethnoculturelle était par la suite soumise à l'attention des entreprises répondantes. Celles-ci étant invitées à indiquer leur niveau d'accord face à chacun des effets appréhendés sachant que certains effets suggéraient une perception positive de la diversité alors que d'autres traduisaient une perception plus négative. Les résultats seront d'abord présentés sous ces deux volets.

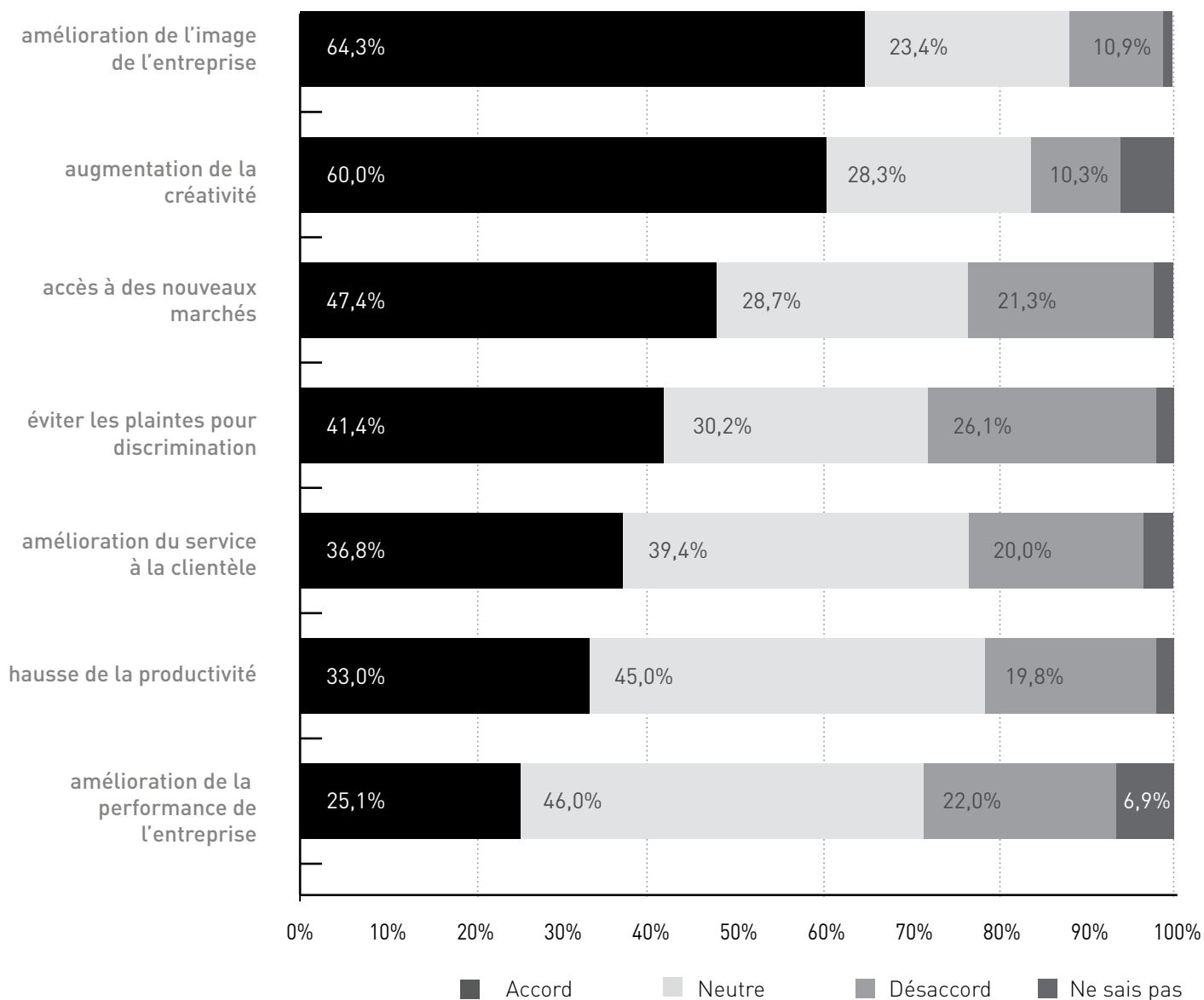
Au chapitre des affirmations dites positives, une majorité d'entreprises considère que la diversification ethnoculturelle entraîne ou pourrait entraîner une amélioration de l'image de l'entreprise et une augmentation de la créativité (64,3 % et 60 %).

Graphique 16 – Niveau d'accord avec les effets possibles de la diversification ethnoculturelle (effets plutôt positifs)

Une proportion importante, quoique plus faible d'entreprises, considèrent que la diversification ethnoculturelle permet l'accès à de nouveaux marchés ou l'évitement de plaintes pour discrimination (respectivement 47,4 % et 41,4 % des entreprises échantillonnées). Enfin, une faible proportion (25,1 %)

y voit une incidence positive sur la performance économique de l'entreprise.

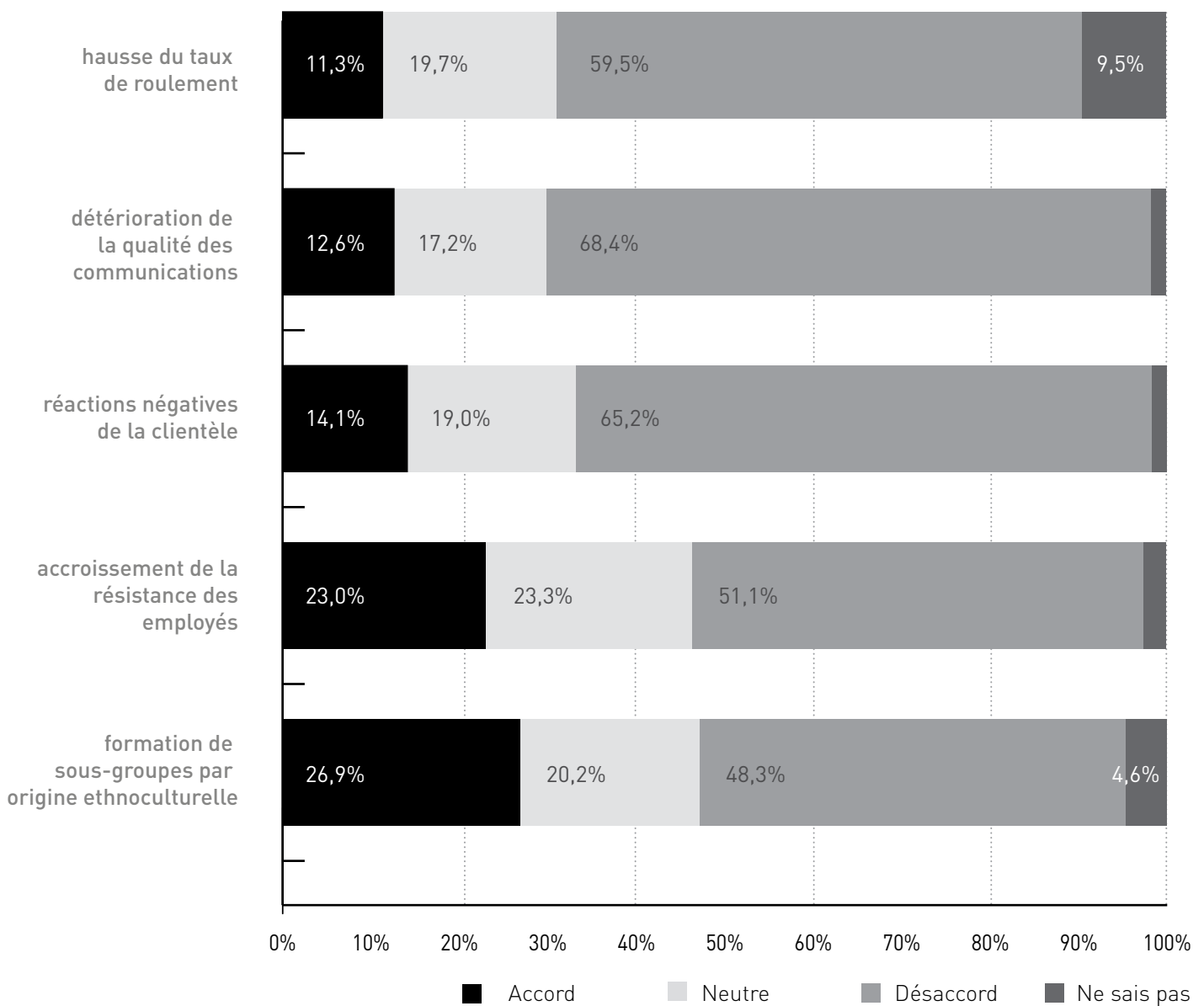
Pour leur part, les affirmations dites négatives reçoivent un faible pourcentage d'adhésion. Peu d'entreprises considèrent que la diversification ethnoculturelle entraîne (ou pourrait entraîner) une hausse du taux de roulement, une détérioration de la qualité des communications ou des réactions négatives de la part de la clientèle (entre 11,3 et 14,1 %).



Graphique 17 – Niveau d'accord avec les effets possibles de la diversification ethnoculturelle (effets plutôt négatifs)

Une proportion légèrement plus importante considère que la diversité est susceptible d'entraîner un accroissement

de la résistance des employés et la formation de sous-groupes d'employés par origine ethnoculturelle, mais ces perceptions ne sont présentes que pour le quart de l'échantillon.



2.4.2 Les liens entre les perceptions et les caractéristiques des entreprises

Nous avons approfondi l'analyse des perceptions en regroupant les résultats obtenus selon l'intensité des perceptions positives et négatives. Trois groupes ont été identifiés dans l'échantillon. L'annexe A présente la façon dont ont été constitués chacun des trois groupes.

- Le groupe A qui comprend des entreprises ayant une perception très positive de la diversification.
- Le groupe B ayant une perception plutôt positive de la diversification.
- Le groupe C qui comprend des entreprises ayant une opinion plutôt négative de la diversification.

Mentionnons que cette catégorisation vise à situer les entreprises ayant une opinion similaire, de façon à quantifier l'incidence de chacune de ces positions et à identifier les caractéristiques communes et, possiblement, les actions nécessaires pour favoriser l'amélioration de l'opinion et des perceptions liées à la diversification ethnoculturelle.

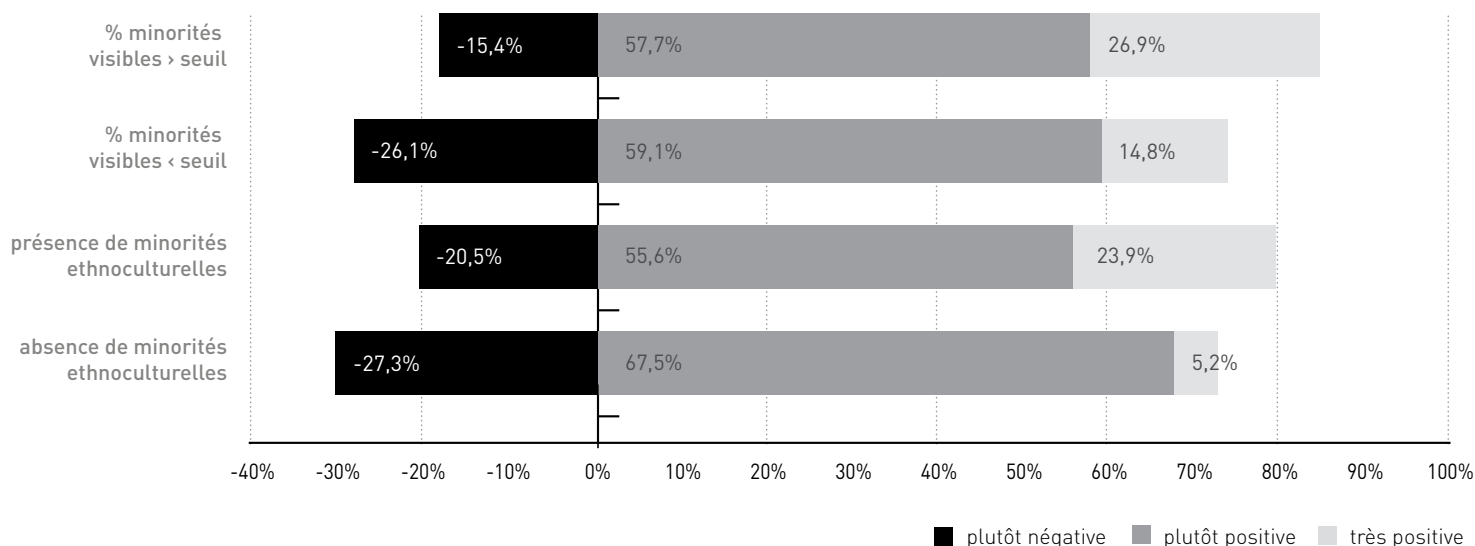
Il en résulte que la très grande majorité des entreprises de l'échantillon (78,1 %) a une perception positive ou très positive des effets de la diversification ethnoculturelle

et parmi elles, 19,5 % des entreprises affichent même une perception très positive (groupe A). Enfin, 21,9 % des entreprises interrogées ont une perception plutôt négative des effets de la diversité (groupe C).

Parmi les attributs qui caractérisent l'appartenance à l'un ou l'autre de ces groupes, mentionnons d'abord la localisation géographique. Les régions de Montréal et Laval se caractérisent par une forte proportion d'entreprises ayant une perception très positive (groupe A) atteignant respectivement 36,1 % et 26,7 %. À noter que la région de Laval se distingue également en ayant la plus forte proportion (43,3 %) d'entreprises ayant une perception plutôt négative des effets de la diversification (groupe C). Les entreprises des autres régions affichent majoritairement une perception plutôt positive (groupe B).

Les entreprises qui comptent une plus grande diversité ethnoculturelle ont également une perception plus positive des effets de la diversification que les entreprises moins diversifiées.

Graphique 18 – Perception à l'égard des effets de la diversification selon le degré de diversité ethnoculturelle



CONCLUSION

Le projet EDIT a permis de démontrer la possibilité de mesurer la situation de l'intégration des travailleurs issus des minorités ethnoculturelles à l'échelle de l'entreprise, de la région et de la province et ainsi d'identifier les lieux où des actions sont nécessaires pour susciter une meilleure intégration de la diversité ethnoculturelle. Il serait nécessaire d'adapter le questionnaire à certaines réalités sectorielles d'affaires et régionales.

Le sondage mené auprès de 350 entreprises donne un aperçu de la gestion de la diversité ethnoculturelle en entreprise au niveau de quatre dimensions : la présence de la diversité ethnoculturelle, les pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle, les politiques et modalités de dotation et les perceptions liées aux effets de la diversité ethnoculturelle.

Bien que la composition de l'échantillon ne permette pas d'inférer les résultats à l'ensemble du Québec, certaines tendances se dessinent et méritent d'être plus approfondies.

- La présence des minorités ethnoculturelles, même en appliquant un seuil régional adapté à la disponibilité de la main-d'œuvre ethnoculturelle, s'accroît avec la taille de l'entreprise et principalement dans les entreprises situées dans les grands centres urbains tels que Montréal, Laval et l'Estrie ainsi que dans les entreprises appréhendant une pénurie de main-d'œuvre et les entreprises syndiquées.
- Les pratiques de gestion de la diversité sont faiblement utilisées par la majorité des entreprises. Certaines pratiques, notamment les « pratiques de sensibilisation » et de « soutien aux employés » semblent plus répandues à Montréal que dans les autres régions, considérant un taux de présence des minorités ethnoculturelles plus important dans cette région.

Les pratiques les plus utilisées sont la flexibilité dans l'attribution des congés pour raison religieuse ainsi que la participation à des événements liés à la diversité. Le recours à des interprètes internes ainsi que les différents types de formation aux employés (mise à niveau des qualifications et formation à la diversité) sont les pratiques jugées les plus efficaces.

- Les techniques de recrutement les plus répandues sont le recours au bouche à oreille, à l'Internet et aux centres locaux d'emploi.

Les techniques de recrutement sont jugées efficaces pour joindre les personnes des minorités ethnoculturelles par la majorité des répondants bien que, paradoxalement, les plus efficaces soient également les moins utilisées. Les techniques jugées les plus efficaces sont : le recours aux médias ethniques, à l'Internet, aux réseaux de contacts des employés et aux centres locaux d'emploi.

On constate que plus la taille des entreprises augmente, plus elles utilisent une variété de techniques de recrutement.

- La majorité des entreprises ont une perception positive ou plutôt positive des effets de la diversification ethnoculturelle. Une entreprise sur quatre a cependant une perception plutôt neutre ou négative. Les perceptions positives sont le fait des entreprises ayant une plus grande diversité ethnoculturelle (minorités visibles et autres minorités ethnoculturelles).

La diversité ethnoculturelle en entreprise au Québec est un phénomène complexe caractérisé par différents facteurs qu'il importe de mesurer et d'analyser. Pour ce faire, nous proposons que davantage d'entreprises aient recours à l'outil EDIT, afin d'évaluer leur situation en matière de gestion de la diversité.

Grâce au premier diagnostic fourni par cet outil, on peut déjà entrevoir comment l'un de ses objectifs qui était d'amener chaque entreprise à se comparer et à améliorer, le cas échéant, sa gestion de la diversité ethnoculturelle, pourra être atteint. Pour l'État, la prise en compte de résultats globaux, représentatifs de l'ensemble du Québec, lui permettrait de mieux orienter ses interventions.

ANNEXE A

L'ANALYSE DES PERCEPTIONS : MÉTHODE POUR COMPOSER LES GROUPES

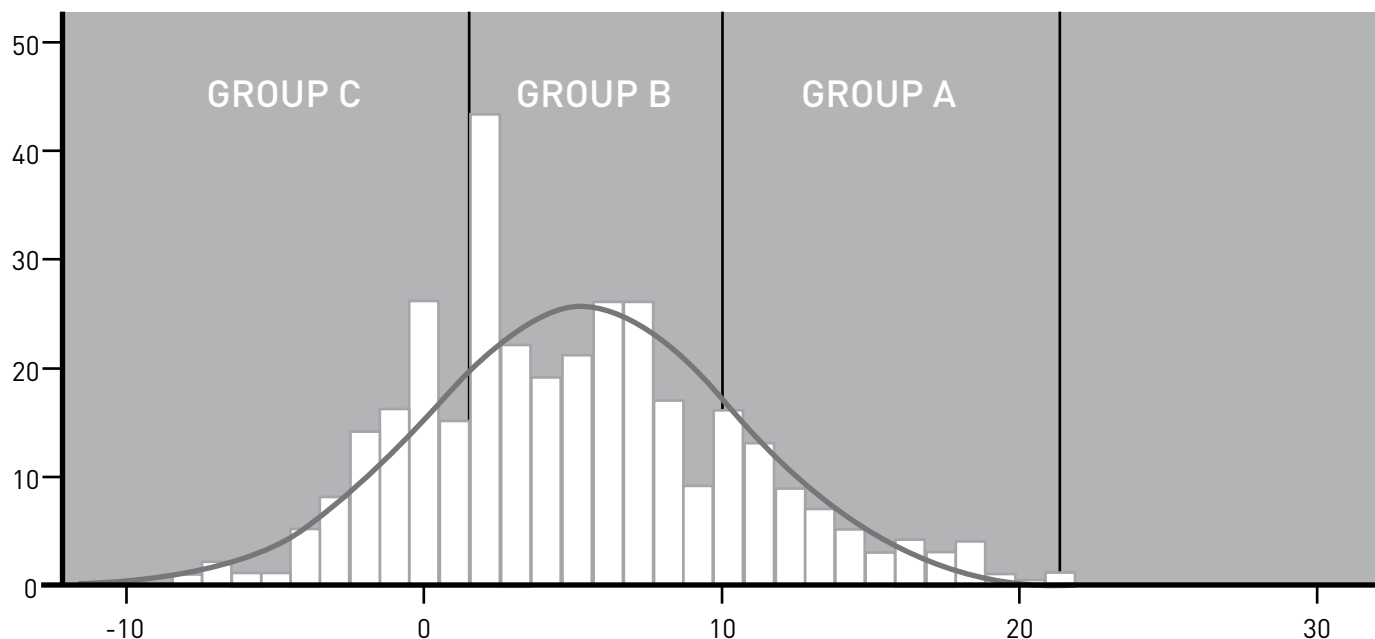
Trois groupes ont été identifiés dans l'échantillon à partir des résultats aux questions formulées sur les effets de la diversification. Un pointage a été attribué à chacune des réponses possibles, faisant en sorte que les valeurs extrêmes soient de -24 (très négatif) et +24 (très positif). Dans les faits, les résultats s'échelonnent plutôt entre -8 et +21.

- Le groupe A comprend des entreprises ayant une perception très positive de la diversification. Ce groupe est composé d'entreprises en accord avec la majorité des affirmations positives et en désaccord avec la majorité des affirmations négatives : les résultats se situant pour ce groupe entre +10 et +21.

- Le groupe B, ayant une perception plutôt positive de la diversification, est composé d'entreprises exprimant une opinion généralement favorable aux affirmations positives et défavorables aux affirmations négatives, les résultats se situant pour ce groupe entre +1 et +9.

- Le groupe C comprend des entreprises ayant une opinion plutôt négative de la diversification. Il est composé d'entreprises ayant des opinions partagées mais majoritairement défavorables aux affirmations positives et favorables aux affirmations négatives, les résultats se situant pour ce groupe entre 0 et -8.

Le graphique suivant illustre la distribution des résultats dans l'échantillon.



ANNEXE B

LA PROPORTION DES MINORITÉS VISIBLES ET ETHNOCULTURELLES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

Secteur d'activité économique	% de minorités visibles	Nombre de groupes ethnoculturels	Minorités ethnoculturelles les plus présentes
Moyenne globale	14,2 %	2,8 groupes	
Agriculture, foresterie, chasse et pêche, extraction minière, pétrole et gaz (n=12)	9,6 %	1,4 groupes	Amérique latine (33,3 %)
Construction (n=14)	6,1 %	1,8 groupes	Canadien-anglais (50,0 %)
Fabrication (n=89)	10,0 %	2,8 groupes	Autres origines européennes (51,7 %)
Commerce de gros (n=22)	14,5 %	1,9 groupes	Canadien-anglais (40,9 %)
Commerce de détail (n=29)	12,5 %	2,2 groupes	Amérique latine (34,5 %)
Transport et entreposage (n=9)	9,1 %	4,1 groupes	Canadien-anglais et européens (55,6 %)
Industrie de l'information et culturelle (n=19)	28,9 %	4,6 groupes	Arabe (72,2 %)
Finance et assurance (n=5)	8,0 %	3,8 groupes	Autres origines européennes et asiatiques (60,0 %)
Services immobiliers et de location (n=5)	36,0 %	4,4 groupes	Canadien-anglais, autres origines européenne et Antilles, Caraïbes (60 %)
Services professionnels, scientifiques et techniques (n=49)	15,9 %	3,0 groupes	Européens (42,9 %)
Services administratifs, gestion des déchets (n=14)	13,6 %	2,9 groupes	Autres origines européennes et Amérique latine
Services d'enseignement (n=12)	12,6 %	2,9 groupes	Canadien-anglais, européens et arabe (41,7 %)
Soins de santé et assistance sociale (n=6)	15,9 %	2,8 groupes	Européens (50,0 %)
Arts, spectacles et loisirs (n=11)	18,2 %	1,4 groupes	Canadien-anglais (27,3 %)
Hébergement et services de restauration (n=35)	11,1 %	2,8 groupes	Autres origines européennes (51,4 %)
Autres services (n=17)	31,8 %	2 groupes	Antilles et Caraïbes (41,2 %)
Administrations publiques (n=2)	0,7 %	5,5 groupes	Canadien-anglais, européens, asiatiques (100 %)



ANNEXE C

Questionnaire

Entreprises diversifiées et talentueuses « EDIT »

Le Conseil des relations interculturelles, en collaboration avec Images interculturelles et la Fondation canadienne des relations raciales, ont créé le projet **EDIT** afin de faciliter la mise en place d'un contexte d'affaires qui soit propice à l'essor de nos entreprises tout en favorisant la pleine participation de toutes et tous au marché du travail. La liste des autres partenaires qui se sont joints au projet figure à la fin de ce document.

Ce projet vise à connaître les pratiques des entreprises en gestion de la diversité ethnoculturelle.

Objet de l'enquête

Cette enquête permettra au Conseil des relations interculturelles et à ses partenaires de mettre en place certains outils pour aider les entreprises qui veulent tirer profit de la gestion de la diversité ethnoculturelle.

Droits d'auteur

Ce questionnaire est la propriété entière et exclusive du Conseil des relations interculturelles. Toute reproduction du contenu de cet outil est autorisée dans la mesure où la source est indiquée et avec l'autorisation du Conseil des relations interculturelles, d'Images interculturelles et de la Fondation canadienne des relations raciales.

Confidentialité

Toutes les informations recueillies dans le cadre de cette enquête sont strictement confidentielles et le Conseil et ses partenaires s'engagent formellement à en assurer l'intégrité.

Directives générales

Votre participation à cette enquête est volontaire.

Répondez à toutes les questions au meilleur de votre connaissance.

Les définitions des termes employés dans cette enquête sont incluses à la fin du questionnaire.

Ce questionnaire peut également être rempli sur Internet sur le site sécurisé du Conseil à l'adresse :

<http://www.conseilinterculturel.gouv.qc.ca/sondage>

SI VOUS SOUHAITEZ AVOIR UNE ÉVALUATION DE VOS PRATIQUES DE GESTION DE LA DIVERSITÉ ETHNOCULTURELLE, VOUS POUVEZ CONTACTER L'ÉQUIPE DU CONSEIL DES RELATIONS INTERCULTURELLES AU 514 873-8430.

Section A : Caractéristiques de l'entreprise

A1	NOM DE L'ENTREPRISE	A2	ADRESSE DE L'ENTREPRISE
A3	NOM ET PRÉNOM DU RÉPONDANT	A4	TÉLÉPHONE DU RÉPONDANT
A5	ADRESSE COURRIEL DU RÉPONDANT	A6	TITRE ET FONCTION DU RÉPONDANT
A7	ANNÉE DE FONDATION DE L'ENTREPRISE	A8	SECTEUR D'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE
PROPRIÉTÉ DE L'ENTREPRISE (NE COCHEZ QU'UNE SEULE RÉPONSE)			
A9	1 <input type="checkbox"/> Entreprise privée à propriétaire unique 2 <input type="checkbox"/> Entreprise privée/publique en partenariat/actionnariat		
A10	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS	A11	L'UNITÉ COMMERCIALE QUE VOUS REPRÉSENTEZ EST-ELLE... ?
	1 <input type="checkbox"/> Un seul établissement 2 <input type="checkbox"/> Plusieurs		<input type="checkbox"/> Le siège social <input type="checkbox"/> Une succursale
A12	ORIGINE ETHNIQUE DU PROPRIÉTAIRE (SI UNIQUE)	A13	À QUEL ENDROIT SE TROUVE LE SIÈGE SOCIAL DE VOTRE ENTREPRISE?
			1 <input type="checkbox"/> Au Québec 2 <input type="checkbox"/> Ailleurs au Canada 3 <input type="checkbox"/> À l'extérieur du Canada
A14	INDIQUEZ LE NOMBRE D'EMPLOYÉS AU QUÉBEC.	A15	VOTRE ENTREPRISE EXPORTE-T-ELLE À L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC?
	1 <input type="checkbox"/> 1 à 4 2 <input type="checkbox"/> 5 à 9 3 <input type="checkbox"/> 10 à 19 4 <input type="checkbox"/> 20 à 49 5 <input type="checkbox"/> 50 à 99 6 <input type="checkbox"/> 100 à 249 7 <input type="checkbox"/> 250 et plus		1 <input type="checkbox"/> Oui 2 <input type="checkbox"/> Non
		A16	SI VOTRE ENTREPRISE EXPORTE À L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC, INDIQUEZ EN % LA PROPORTION APPROXIMATIVE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE VOTRE ENTREPRISE RÉALISÉE À L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC.

A17. Si votre entreprise est la filiale ou la succursale québécoise d'une entreprise étrangère, jusqu'à quel point la gestion des ressources humaines est-elle décentralisée au bureau chef? (Ne cochez qu'une seule réponse.)

- 1 Complètement décentralisée 2 En partie décentralisée 3 Complètement centralisée
8 Ne sais pas 9 Sans objet

A18. Au cours des trois dernières années, diriez-vous que le nombre d'employés de votre entreprise au Québec... (Ne cochez qu'une seule réponse.)

- 1 A augmenté 2 Est demeuré le même 3 A diminué
8 Ne sais pas 9 Sans objet

A19. Au cours des trois dernières années, diriez-vous que le chiffre d'affaires québécois de votre entreprise... (Ne cochez qu'une seule réponse.)

- 1 A augmenté 2 Est demeuré le même 3 A diminué
8 Ne sais pas 9 Sans objet

- | | Oui | Non | Ne sais pas |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| A20. Votre entreprise est-elle soumise à un programme d'accès à l'égalité ou à la Loi sur l'équité en matière d'emploi? | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> |
| A21. Les employés de votre entreprise sont-ils syndiqués? | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> |
| Si vous avez répondu Oui à la question A21, répondez à la question A22. | | | |
| A22. Est-il explicitement fait mention de la diversité ethnoculturelle ou de l'interdiction de discriminer à l'endroit des personnes des minorités ethnoculturelles dans la ou les conventions collectives de votre entreprise? | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> |

Pour la question A23, ne tenir compte que des employés et des gestionnaires ou membres de la haute direction au Québec.

- A23.** Indiquez, au meilleur de votre connaissance, le nombre d'employés pour chacun des groupes d'occupation suivants :

(Utilisez des nombres ou des pourcentages. Si vous utilisez des pourcentages, le total d'hommes et de femmes doit équivaloir à 100 %. Si vous utilisez des nombres, le total doit être identique à celui indiqué à la question A14. Si pour un groupe d'occupation particulier vous n'avez pas d'employés, n'inscrivez rien.)

		Employés	Gestionnaires ou membres de la haute direction
A	Femmes	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B	Hommes	<input type="text"/>	<input type="text"/>
C	Minorités visibles	<input type="text"/>	<input type="text"/>
D	Autres minorités ethnoculturelles (allophones)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

- A25.** Quels sont les principaux groupes ethnoculturels présents dans votre entreprise? **(Cochez toutes les réponses appropriées.)**

- | | |
|---|---|
| 1 <input type="checkbox"/> <u>Origine canadienne-française</u> | 2 <input type="checkbox"/> Origine canadienne-anglaise |
| 3 <input type="checkbox"/> <u>Origine française ou britannique</u> | 4 <input type="checkbox"/> <u>Origine africaine sub-saharienne</u> (Afrique Noire) |
| 5 <input type="checkbox"/> <u>Autres origines européennes</u> (Italiens, Roumains, etc.) | 6 <input type="checkbox"/> <u>Origine d'Asie occidentale</u> (Turcs, Kurdes, Arméniens, Afghans, Géorgiens, Iraniens, etc.) |
| 7 <input type="checkbox"/> <u>Origine arabe</u> (Algériens, Égyptiens, Marocains, etc.) | 8 <input type="checkbox"/> <u>Origine de l'Amérique latine, centrale et du Sud</u> (Colombiens, Mexicains, etc.) |
| 9 <input type="checkbox"/> <u>Origine des Antilles et des Caraïbes</u> (Haïtiens, Jamaïcains, etc.) | 10 <input type="checkbox"/> Origine autochtone |
| 11 <input type="checkbox"/> <u>Origine asiatique, Sud ou Est</u> (Chinois, Indiens, Pakistanais, Vietnamiens, etc.) | 99 <input type="checkbox"/> <u>Autres origines</u> (p. ex. : Américains, Australiens, etc.) (Précisez ci-dessous) |

Section B : Perceptions de la diversité ethnoculturelle

B1. Par rapport à votre entreprise, dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes? (**Ne cochez qu'une seule réponse par énoncé.**)

	Fortement en accord	En accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Fortement en désaccord	Ne sais pas / Sans objet
A La haute direction est ouverte à la diversité ethnoculturelle	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
B Les employés ont une perception plutôt positive des personnes des minorités ethnoculturelles.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

B2. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord pour dire que la diversification ethnoculturelle entraîne ou pourrait entraîner les effets suivants au sein de votre entreprise? (**Ne cochez qu'une seule réponse par énoncé.**)

	Fortement en accord	En accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Fortement en désaccord	Ne sais pas / Sans objet
A Une hausse de la productivité	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
B Une augmentation de la créativité.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
C Une amélioration de l'image de votre entreprise (p. ex. : meilleur citoyen corporatif ou employeur de choix).....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
D L'accès à de nouveaux marchés.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
E Une amélioration du service à la clientèle	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
F Une amélioration de la performance économique dans les marchés habituels de l'entreprise.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
G La possibilité d'éviter des plaintes pour discrimination.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
H Un accroissement de la résistance des employés aux changements au sein de l'entreprise	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
I Des réactions négatives de la clientèle envers le personnel des minorités ethnoculturelles	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
J La détérioration de la qualité des communications au sein de l'entreprise	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
K Une hausse du taux de roulement dans les occupations où sont concentrées les personnes des minorités ethnoculturelles.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
L La formation de sous-groupes d'employés d'origine ethnoculturelle distincte.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

B3. Veuillez indiquer si votre entreprise a dû déboursier chacun des coûts suivants associés à la diversification ethnoculturelle et, le cas échéant, l'importance relative de ces coûts?

	Coûts déboursés		Importance relative de ce coût pour l'entreprise			
	Non	Oui	Très élevée	Élevée	Faible	Très faible
A Formation pour sensibiliser les employés à la diversité ethnoculturelle	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> ⇒	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
B Achat de matériel particulier	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> ⇒	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
C Temps consacré par la haute direction et les gestionnaires à la gestion de ce dossier	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> ⇒	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
D Révision des pratiques et des politiques en gestion des ressources humaines afin de s'assurer qu'elles ne discriminent pas les employés actuels ou futurs	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> ⇒	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
E Embauche de personnes ou de consultants spécialisés pour gérer le dossier de la diversité ethnoculturelle	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> ⇒	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>

Section C : Dotation (recrutement, sélection, accueil et formation)

C1. Identifiez les techniques de recrutement que votre entreprise utilise et, le cas échéant, l'efficacité relative de ces techniques pour rejoindre les personnes des minorités ethnoculturelles? **(Ne cochez qu'une seule réponse par technique.)**

	Technique utilisée		Efficacité relative de cette technique pour rejoindre les personnes des minorités ethnoculturelles				
	Non	Oui	Très efficace	Efficace	Ni efficace, ni inefficace	Inefficace	Très inefficace
A Annonce dans Internet.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
B Annonce dans les journaux.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
C Annonce dans les médias ethniques	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
D Annonce dans les sites des centres locaux d'emploi.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
E Annonce auprès des associations ou des ordres professionnels	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
F Annonce dans les établissements d'enseignement.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
G Présence à des salons d'emplois.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
H Recours aux agences de placement.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
I Bouche à oreille.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
J Proposition de stage dans les établissements d'enseignement.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
K Réseau de contact des employés (avec prime si référence).....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>

C2. Indiquez les pratiques et les politiques de votre entreprise en matière de gestion de la diversité ethnoculturelle. **(Ne cochez qu'une seule réponse par énoncé.)**

	Oui	Non	Ne sais pas
A Votre entreprise a-t-elle intégré des objectifs quantifiables par rapport au recrutement des personnes des minorités ethnoculturelles dans ses pratiques de gestion des ressources humaines relatives à la dotation?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Si vous avez répondu Oui à la question C2A, répondez à la question C2B.			
B Les gestionnaires sont-ils responsables de l'atteinte des objectifs de représentation des minorités ethnoculturelles mis en place au sein de l'entreprise?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
C Les personnes qui doivent prendre des décisions d'embauche ont-elles été formées aux principes d'une saine communication interculturelle, de non-discrimination ou à l'impact des préjugés et des stéréotypes?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

C3. Dans quelle mesure êtes-vous en accord ou en désaccord avec les affirmations suivantes concernant les difficultés à recruter des personnes des minorités ethnoculturelles pour votre entreprise? **(Ne cochez qu'une seule réponse par énoncé.)**

	Fortement en accord	En accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Fortement en désaccord	Ne sais pas / Sans objet
A Nous n'avons pas les ressources suffisantes pour rejoindre efficacement les personnes des minorités ethnoculturelles	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
B Nous manquons d'information sur les organismes communautaires et les médias ethnoculturels	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
C Les personnes des minorités ethnoculturelles ne semblent pas intéressées par nos offres d'emploi.	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

(suite page suivante)

(suite de la page précédente)

	Fortement en accord	En accord	Ni en accord, ni en désaccord	En désaccord	Fortement en désaccord	Ne sais pas / Sans objet
D En général, les personnes des minorités ethnoculturelles n'ont pas les compétences requises pour occuper nos postes	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
E Peu de personnes des minorités ethnoculturelles résident à proximité de notre entreprise.....	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

C4. Indiquez quelles sont les pratiques et les politiques de votre entreprise en matière de dotation. (Ne cochez qu'une seule réponse par énoncé.)

	Oui	Non	Ne sais pas
A Votre entreprise a-t-elle formalisé sa procédure de sélection (mise en place d'une série d'étapes à franchir pour évaluer les candidatures et recours à des entrevues structurées pour évaluer les candidats)?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
B Votre entreprise possède-t-elle une politique d'accueil et d'intégration des nouveaux employés?...	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
C Votre entreprise reconnaît-elle les diplômes acquis dans un autre pays?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
D Votre entreprise reconnaît-elle les années d'expérience acquises dans un autre pays?	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

C5. Selon vous, quelle est la marge de manœuvre de la personne qui prend la décision d'embauche? Est-elle...

Très grande	Assez grande	Assez faible	Très faible	Ne sais pas / Sans objet
4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

Si vous avez répondu Oui à la question C4B, répondez à la question C6.

C6. Est-ce que votre politique d'accueil et d'intégration des nouveaux employés comporte des dispositions particulières concernant les personnes des minorités ethnoculturelles?

1 Oui 2 Non 9 Ne sais pas / Sans objet

C7. Au cours de la dernière année, combien de personnes à temps plein votre entreprise a-t-elle embauchées?

(Inscrire 0 dans l'espace prévu si votre entreprise n'a embauché personne à temps plein.)

	Inscrire le nombre	Ne sais pas / Sans objet
A Inscrire le nombre de personnes embauchées à temps plein	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
B Et parmi elles, combien sont membres d'une minorité ethnoculturelle?	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

C8. Et toujours au cours de la dernière année, combien de personnes à temps partiel votre entreprise a-t-elle embauchées?

(Inscrire 0 dans l'espace prévu si votre entreprise n'a embauché personne à temps partiel.)

	Inscrire le nombre	Ne sais pas / Sans objet
A Inscrire le nombre de personnes embauchées à temps partiel	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
B Et parmi elles, combien sont membres d'une minorité ethnoculturelle?	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

Section D : Gestion de la diversité ethnoculturelle

D1. Identifiez les différentes pratiques de gestion de la diversité ethnoculturelle utilisées par votre entreprise et, le cas échéant, l'efficacité de ces pratiques pour améliorer le climat de travail au sein de votre entreprise?

	Technique utilisée		Efficacité de cette technique pour l'amélioration du climat de travail				
	Non	Oui	Très efficace	Efficace	Ni efficace, ni inefficace	Inefficace	Très inefficace
A Activités de formation sur la gestion de la diversité ou les relations interculturelles offertes aux gestionnaires.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
B Activités de formation et de sensibilisation à la diversité ethnoculturelle ou aux relations interculturelles pour l'ensemble des employés	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
C Organisation d'une journée ou d'une semaine thématique sur la diversité au sein de l'entreprise.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
D Utilisation de publicités, discours, documents promotionnels et autres éléments pour donner une image positive de la diversité ethnoculturelle dans l'entreprise.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
E Participation de l'entreprise à différents événements associés à certains groupes ethnoculturels.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
F Cours de français offerts par l'entreprise.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
G Traduction en différentes langues (autre que le français ou l'anglais) de documents destinés aux nouveaux employés.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
H Identification au sein de l'entreprise de travailleurs pouvant servir d'interprètes (langues autres que le français et l'anglais).....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
I Mise en place dans l'entreprise d'un conseil ou d'un comité de gestion de la diversité ethnoculturelle.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
J Participation financière de l'entreprise aux coûts de formation des employés des minorités ethnoculturelles afin de permettre une mise à niveau de leur qualification.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
K Flexibilité dans l'attribution des congés annuels afin de permettre un accommodement par rapport aux congés religieux.....	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/> →	5 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>

D2. Indiquez ci-dessous les pratiques et les politiques de votre entreprise en matière de gestion de la diversité ethnoculturelle.

	Oui	Non	Ne sais pas
A Votre entreprise a-t-elle mis en place une politique pour prévenir et contrer le harcèlement?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Si vous avez répondu Oui à la question D2A, répondez à la question D2B.			
B Cette politique comporte-t-elle des dispositions particulières relatives au harcèlement basé sur des motifs ethniques, nationaux ou religieux?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
Si vous avez répondu Oui à la question D2A, répondez à la question D2C.			
C Cette politique a-t-elle été transmise à tous les employés?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
D La direction de votre entreprise a-t-elle mis au point une stratégie de gestion de la diversité ethnoculturelle?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
E Votre entreprise a-t-elle déjà reçu une demande d'accommodement pour motifs religieux ou ethnoculturels?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
F Si oui, y a-t-elle répondu favorablement?.....	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>

Section E : Prévisions des besoins pour la gestion des ressources humaines

E1. Au cours des trois prochaines années, diriez-vous que votre entreprise prévoit...
(Ne cochez qu'une seule réponse.)

1 Accroître le rythme d'embauche
3 Réduire le rythme d'embauche

2 Conserver le rythme d'embauche actuel
9 Ne sais pas / Sans objet

E2. Au cours des trois prochaines années, anticipez-vous des pénuries de travailleurs pour certains postes? (Ne cochez qu'une seule réponse.)

1 Oui

2 Non

9 Ne sais pas / Sans objet

Merci de votre collaboration

Définitions

Minorité ethnoculturelle : Ensemble de personnes qui appartiennent à l'un ou à plusieurs des groupes suivants : allophones, minorités visibles (voir définition). Ces personnes peuvent être nées ou non au Canada.

Allophone : Personne dont la langue maternelle n'est ni le français ni l'anglais. La langue maternelle est celle qu'une personne a apprise en premier dans son enfance.

Minorité visible : Ensemble de personnes qui appartiennent à l'un ou à plusieurs des groupes suivants : Chinois, Sud-Asiatique, Noir, Philippin, Latino-Américain, Asiatique du Sud-Est, Arabe, Asiatique occidental, Japonais, Coréen et habitants des îles du Pacifique.

Gestion de la diversité : Ensemble des pratiques et politiques mises en place par une organisation pour améliorer la qualité de la communication et les relations interpersonnelles et intergroupes.

Conception et rédaction :

Éric Charest, doctorant à l'École de Relations industrielles de l'Université de Montréal

Évelyne Bishisha Bashala, Conseil des relations interculturelles

Validation :

Hélène Cardu, Université Laval

Marie-Thérèse Chicha, Université de Montréal

Pré-test auprès de : Soprema, K3-Media et Restaurants Pacini Inc.

Autres collaborations :

Bogidar Pérucich, membre du Conseil des relations interculturelles

Ralph Rouzier, Conseil des relations interculturelles

Alix Laurent, Images interculturelles

Gaëlle Brocvielle, Images interculturelles

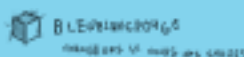
Maurice Chalom, Centre international de criminologie comparée

Dominique Etienne, Fondation canadienne des relations raciales

Véronique Groulx, Fondation canadienne des relations raciales

Geneviève Lessard, ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles

Michel Jacob, ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles



ANNEXE D

LES MEMBRES DU CONSEIL DES RELATIONS INTERCULTURELLES

PRÉSIDENTE

Mme Patricia RIMOK

MEMBRES

Mme Marie-Luce AMBROISE
M. Abderrahmane BÉNARIBA
Mme Geneviève BOUCHARD
M. Karim DAABOUL
M. Hoanh DAM-VAN
Mme Sylvie FONTAINE
M. Shah Ismatullah HABIBI
Mme Danielle LEMIRE
M. Bogidar PÉRUCICH
M. Stephan REICHHOLD
M. Witakenge Benoît SONGA
Mme Sharon SPRINGER
M. Terry TATASCIORE

SOUS-MINISTRE, MINISTÈRE DE L'IMMIGRATION ET DES COMMUNAUTÉS CULTURELLES (SANS DROIT DE VOTE)

M. Marc LACROIX

CONSEIL DES RELATIONS INTERCULTURELLES

500, boul. René-Lévesque Ouest, bureau 10-04
Montréal (Québec) H2Z 1W7

info@conseilinterculturel.gouv.qc.ca
www.conseilinterculturel.gouv.ca

Téléphone 514 873.5634
Télécopieur 514 873.3469

*Conseil des relations
interculturelles*

Québec 

« EDIT »