

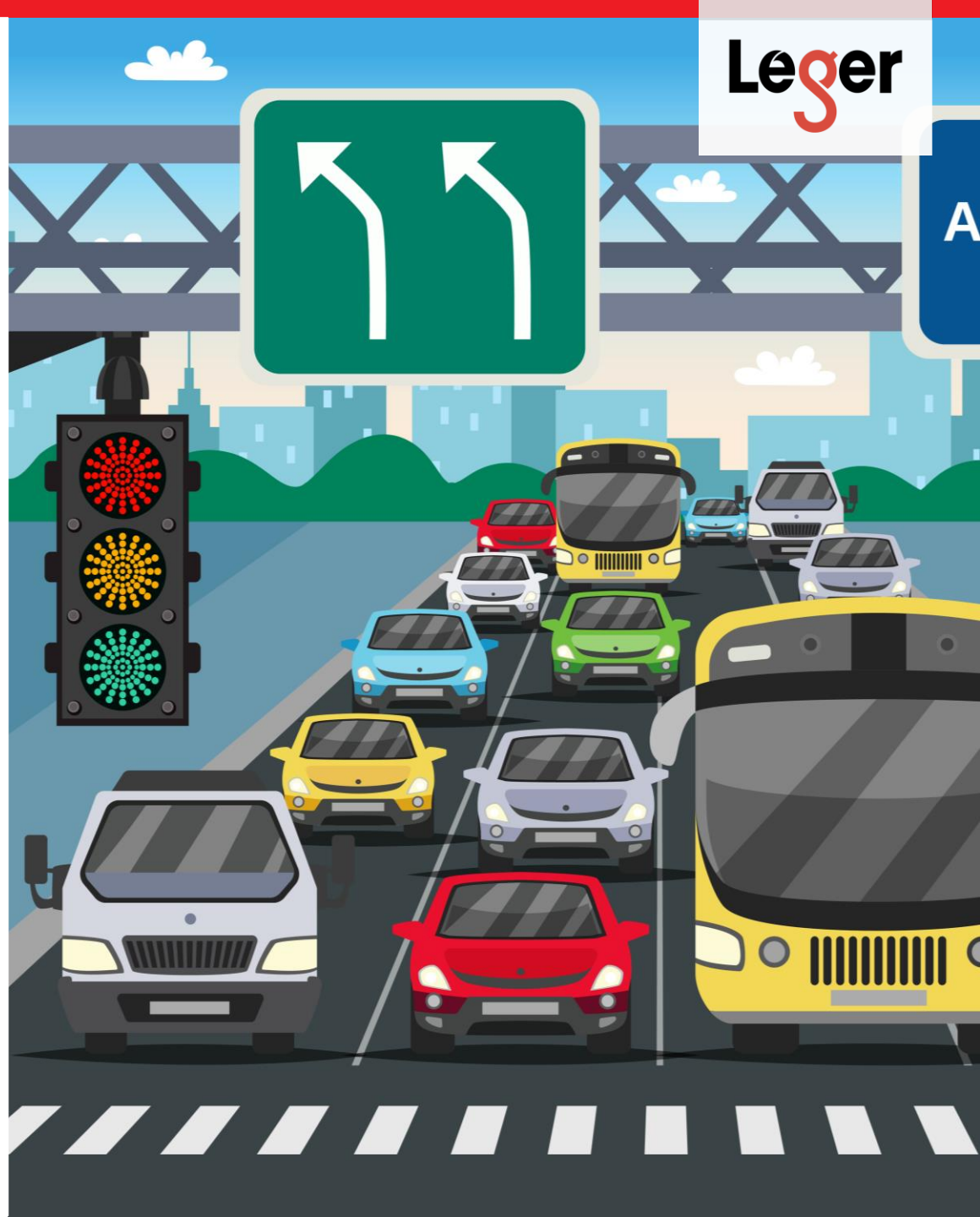
Synthèse stratégique

Étude régionale sur le navettage

Synthèse des deux volets

 **LANAUDIÈRE**
économique

DATE 2020-04-30 NUMÉRO DE PROJET 71483-001





CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

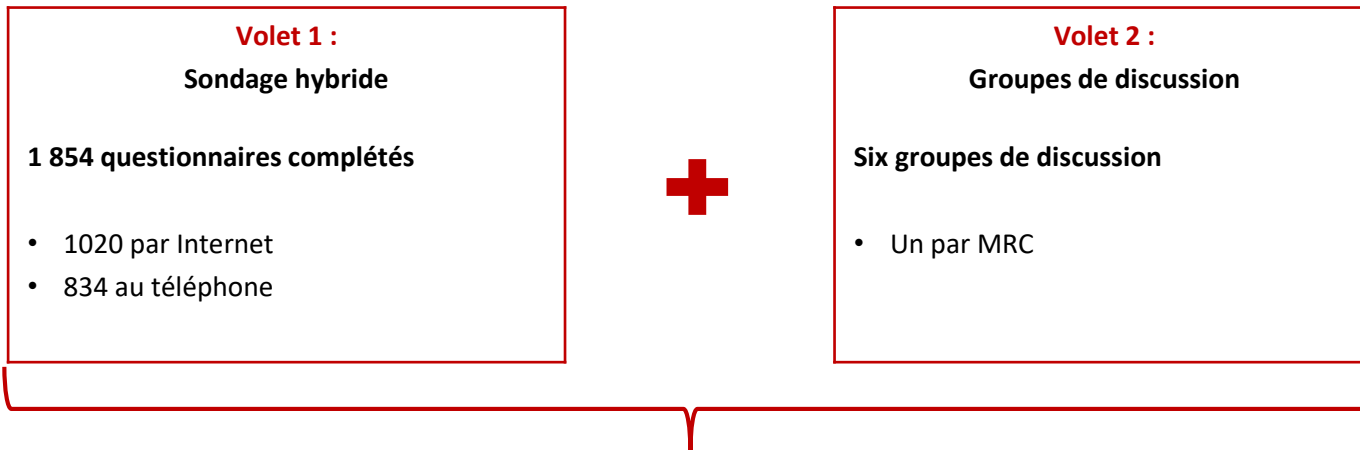
CONTEXTE ET OBJECTIFS

Dans l'optique de réaliser sa mission, qui est de répondre aux enjeux communs du développement économique local et de contribuer au rayonnement de Lanaudière en favorisant la synergie des acteurs du développement économique, Lanaudière Économique a mandaté Léger pour mener une étude auprès des navetteurs.

Comme ces personnes comptent pour 37% de la main-d'œuvre lanauoise, un ensemble de partenaires de la région souhaitaient évaluer les motifs qui les amènent à sortir de Lanaudière pour leur emploi. Plus spécifiquement, les objectifs de cette étude étaient de :

- Sonder la compréhension des motifs qui poussent les navetteurs à faire ce choix;
- Déterminer ce qui les caractérise : Qui sont-ils? D'où viennent-ils et où travaillent-ils? Quelles sont leurs habitudes, leurs valeurs, etc.?
- Cerner les arguments sur lesquels miser afin d'accroître leur rétention.

Pour ce faire, Léger a mené une étude en deux volets, combinant les méthodes quantitative et qualitative :



Le présent rapport est une synthèse stratégique résumant les principaux constats issus des deux volets.

Population et échantillon

La présente étude a été réalisée auprès de 1854 répondants par sondage hybride (834 par téléphone et 1020 au Web).

La population à l'étude était composée de navetteurs lanauois, c'est-à-dire de résidents de Lanaudière qui effectuent un aller-retour, sur une base quotidienne ou presque, à l'extérieur de la région et à des fins d'emploi, âgés de 18 ans ou plus, pouvant s'exprimer en anglais ou en français.

L'échantillon téléphonique a été tiré de façon aléatoire à partir du logiciel *Échantillonneur Canada*, alors que l'échantillon Web provient du panel d'internautes de Léger, soit un panel représentatif de la population.

Pondération des résultats et précision statistique

Les données brutes de l'étude ont été pondérées selon le sexe, l'âge, la MRC de résidence et la présence d'enfant(s) dans le ménage à partir des données du recensement 2016 de Statistique Canada.

La taille de l'échantillon (1854 répondants) permet d'extrapoler les résultats globaux à l'ensemble de la population étudiée avec une marge d'erreur maximale de $\pm 2,28\%$ dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

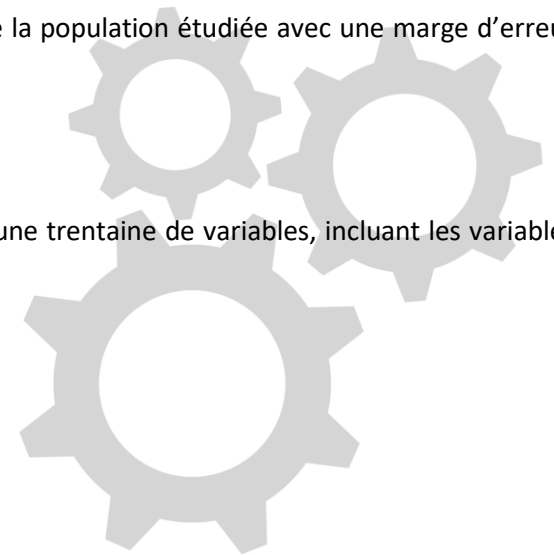
Questionnaire

Le questionnaire a été élaboré en collaboration entre Léger et Lanaudière Économique. Il comporte une trentaine de variables, incluant les variables sociodémographiques. Le temps médian requis pour le remplir a été de 10 minutes.

Collecte des données

Le prétest a eu lieu le 16 décembre 2019 auprès de 25 répondants.

La collecte des données a été réalisée du 17 décembre 2019 au 15 mars 2020.



Le recrutement

Le recrutement des participants a été effectué par voie téléphonique à partir d'une liste de répondants ayant préalablement participé au volet 1 de l'étude et ayant manifesté leur intérêt à participer à un groupe de discussion.

Un questionnaire de recrutement a été élaboré par Léger pour valider le profil des navetteurs. Pour leur participation, en guise de remerciement, les participants ont reçu un cachet de 90\$. Huit participants ont été recrutés pour chaque groupe.

Le déroulement des groupes de discussion

Compte tenu des mesures de distanciation sociales rendues nécessaires par la crise de la COVID-19 au moment de tenir les groupes, ces derniers ont été menés en ligne, via la plateforme GoToMeeting.

Les groupes ont été d'une durée approximative de 90 minutes. Le style d'animation semi-directif a été prôné, en désignant des tours de parole pour faciliter la fluidité des conversations sur le web.

Groupes	Date	Heures	MRC	Participants
1	14 avril	10h30 – 12h	MRC de D'Autray	6
2	14 avril	14h – 15h30	MRC de L'Assomption	8
3	15 avril	10h30 – 12h	MRC de Joliette	4
4	15 avril	14h – 15h30	MRC de Matawinie	4
5	20 avril	10h30 – 12h	MRC de Montcalm	6
6	20 avril	14h – 15h30	MRC Les Moulins	7





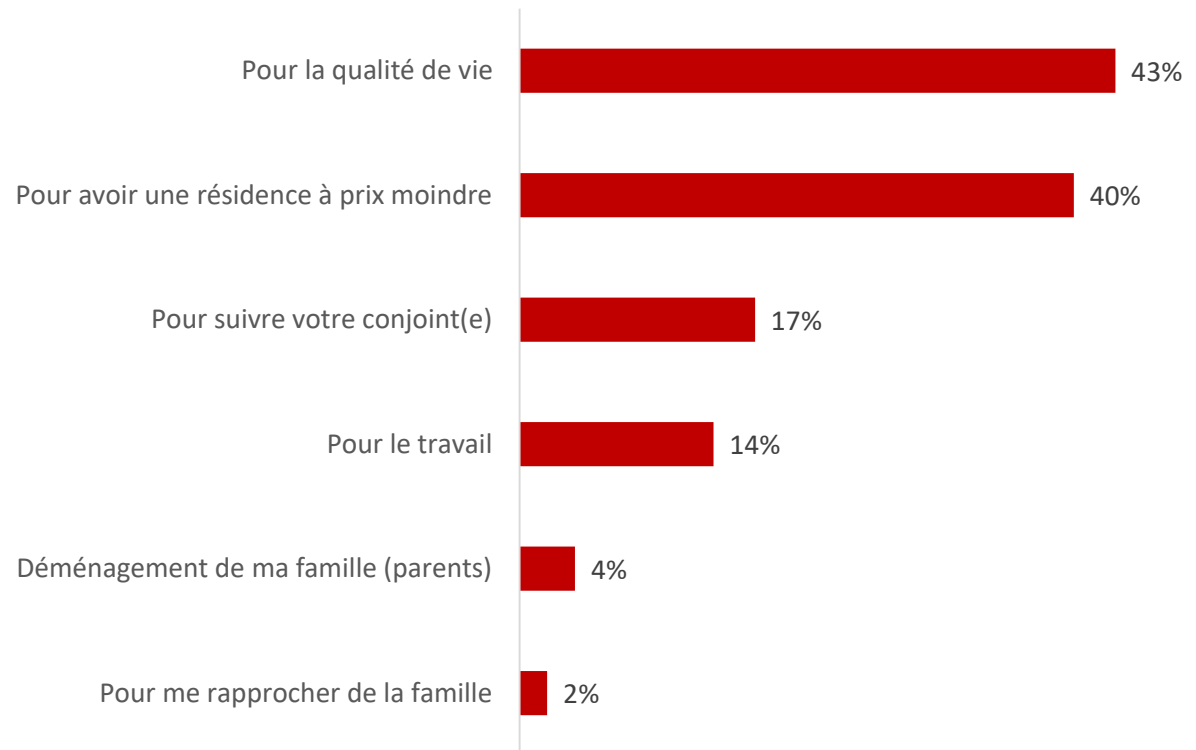
SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

1. QUI SONT LES NAVETTEURS LANAUDOIS?

64% des navetteurs ne sont pas originaires de Lanaudière.

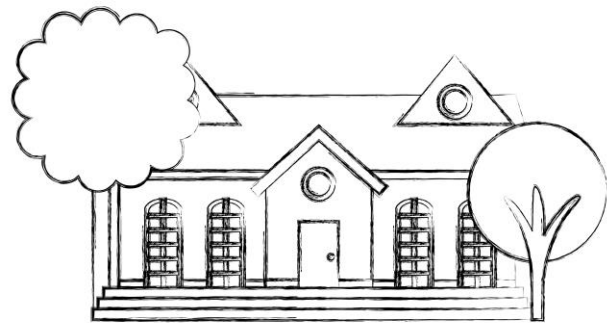
- 49% viennent de Montréal. La majorité (63%) demeurent toutefois dans la région de Lanaudière depuis plus de 10 ans.
- 40% ont des enfants à la maison.
- 27% sont célibataires. Parmi ceux qui sont en couple, 52% ont un(e) conjoint(e) qui doit aussi faire la navette pour aller travailler.
- La santé et les services sociaux (13%) et la construction et la rénovation (10%) sont les deux principaux secteurs d'activités concernés.

Ils ont choisi de s'installer dans Lanaudière pour la qualité de vie et le prix des maisons :



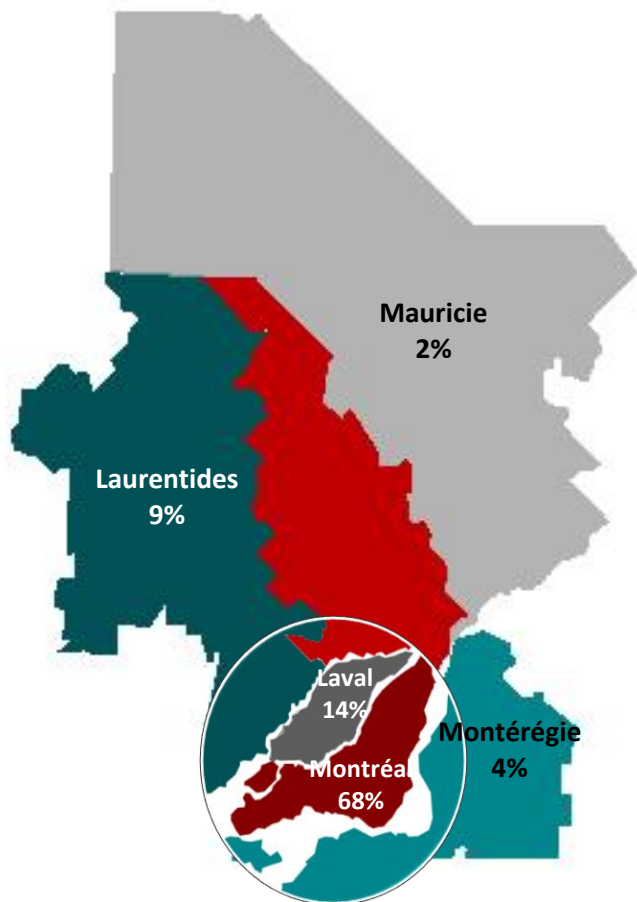
Pour quelle(s) raison(s) êtes-vous venu vous installer dans la région de Lanaudière?

Base : ceux qui ne sont pas originaires de Lanaudière – Mentions multiples (n=1097)



1. QUI SONT LES NAVETTEURS LANAUDOIS?

Où travaillent-ils?



Dans quelle région se trouve votre principal emploi actuel?

Base : l'ensemble des répondants (n=1854)

Quelles sont leurs conditions d'emploi?

- 48% occupent leur emploi actuel **depuis plus de dix ans**.
- Pour la majorité (63%), cet emploi est **lié à leur domaine d'études**.
- 27% gagnent moins de 50 000 \$ par année. En contrepartie, 35% ont un revenu personnel annuel brut de plus de 75 000 \$.
- 80% ont un **horaire de travail régulier**, dont 72% de jour.
- Pour un navetteur sur trois (33%), l'horaire de travail a été ajusté afin de contrebalancer la circulation routière.
- Ils se disent **très satisfaits** de leur situation professionnelle actuelle, à laquelle ils octroient une note de 7,8 sur 10.

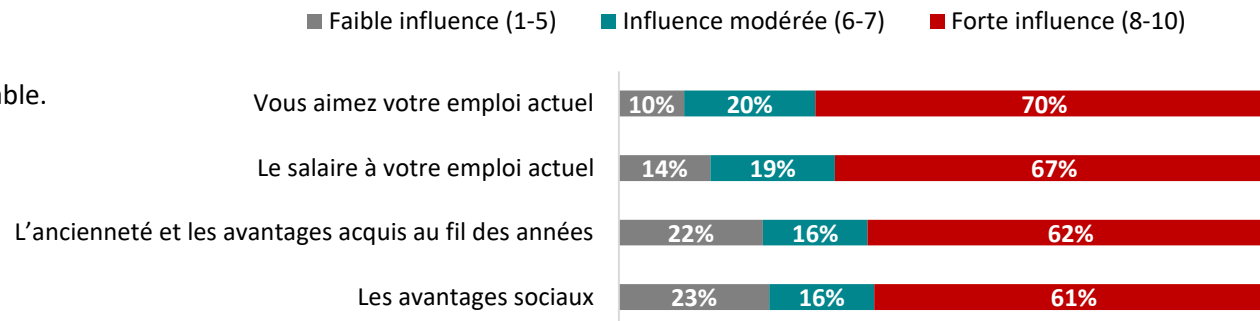
Les plus satisfaits sont :

- Les hommes (moyenne de 7,9 sur 10, contre 7,5 chez les femmes);
- Ceux qui occupent des postes de direction (gestionnaires, administrateurs ou propriétaires) (8,1 sur 10);
- Ceux qui ont un salaire personnel brut de 125 000 \$ et plus (8,5 sur 10);
- Ceux qui occupent un emploi spécialisé (8,1 sur 10).

2. POURQUOI NAVETTENT-ILS?

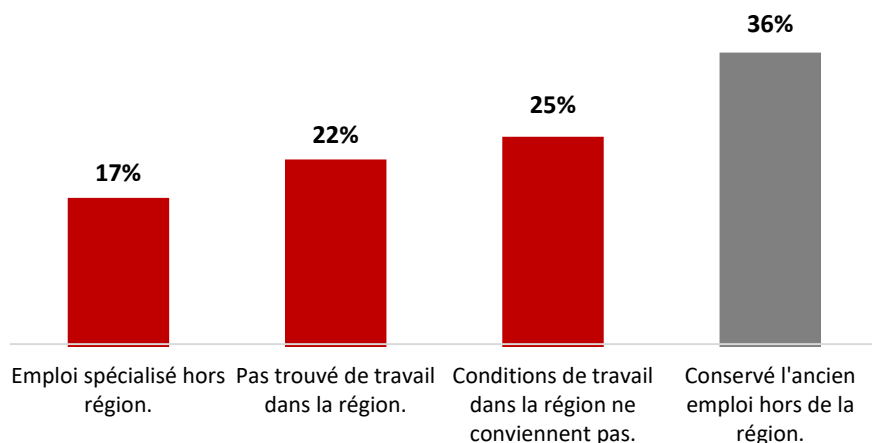
C'est principalement parce qu'ils aiment leur emploi actuel que les navetteurs choisissent de travailler à l'extérieur de la région.

Le salaire, l'ancienneté et les avantages sociaux ont aussi une influence considérable.



Preuve supplémentaire de l'attachement au travail :

Lorsqu'on leur demande de trancher laquelle de ces quatre situations correspond le mieux à leur réalité, la réponse la plus fréquente est qu'ils ont simplement conservé l'emploi qu'ils avaient avant d'emménager dans Lanaudière.



En complément, les groupes de discussion nous ont appris que :

- Non seulement les navetteurs aiment leur emploi actuel, mais ils ont la ferme conviction que ce dernier représente une chance unique qu'ils ne pourraient pas retrouver ailleurs.
- Il existe un fort sentiment de peur à l'idée de devoir changer d'emploi et de perdre leurs acquis.



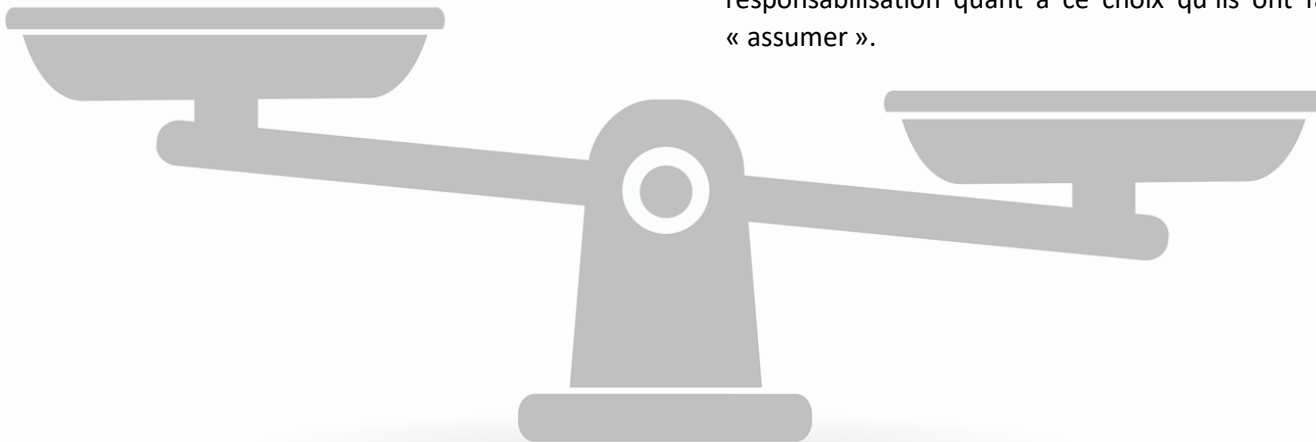
2. POURQUOI NAVETTENT-ILS?

Les faits liés à la pratique du navettage :

- C'est dans leur **voiture, en solo**, que la plupart (78%) des navetteurs se rendent à leur travail.
- Les navetteurs mettent en moyenne **une heure et demie par jour** à se rendre et revenir du travail.
- Chaque semaine, les navetteurs estiment dépenser en moyenne **77 \$** en transport pour se rendre au travail.

Les perceptions :

- Près d'un navetteur sur cinq (17%) ne voit aucun désavantage à cette pratique.
- Un peu plus de la moitié des navetteurs rencontrés avouent réellement souffrir du navettage (fatigue, stress, sentiment de passer à côté de moments en famille).
- Les autres disent avoir trouvé des stratégies pour diminuer les impacts négatifs sur leur qualité de vie. Par exemple, 51% profitent de leur navettage pour faire d'autres activités, en particulier des courses (43%).
- Les navetteurs font preuve d'une grande résilience et d'un sentiment de responsabilisation quant à ce choix qu'ils ont fait et qu'ils disent devoir « assumer ».



Pour cette raison, ils n'aiment pas s'en plaindre ni calculer les impacts financiers réels du navettage, ce qui risquerait de créer de la dissonance cognitive.

3. COMMENT VOIENT-ILS LE MARCHÉ DE L'EMPLOI DANS LANAUDIÈRE?

Les navetteurs ont une vision plutôt pessimiste du marché du travail dans Lanaudière.

En effet, la vaste majorité considèrent :

- qu'il y a **peu ou moyennement d'emplois disponibles** (76%) en général dans la région...
- qu'ils sont **plus ou moins bien payés** (94%)...
- et que ceux qui existent **correspondent peu ou moyennement à leurs qualifications** (89%).

Cette vision est liée au fait qu'il existe peu de grandes entreprises ou de sièges sociaux dans la région.

- Aux yeux des navetteurs, les plus petites entreprises ne sont pas en mesure d'offrir des postes spécialisés ou bien rémunérés.

Notons aussi que :

- Les navetteurs jugent que **les emplois disponibles dans la région souffrent d'un manque de visibilité**. S'ils avaient à en chercher un, ils ne sauraient pas où se diriger, disent-ils.
- Il existe une barrière psychologique liée à ce que certains appellent **l'existence de « cliques »** et qu'ils perçoivent à Lanaudière. Aux yeux de plusieurs navetteurs, la communauté d'affaires de Lanaudière forme un clan tissé serré et difficile d'accès, qui privilégierait les candidatures issues de leurs contacts personnels.



4. COMMENT LES CONVAINCRE?

84% des navetteurs interrogés accepteraient de rencontrer l'employeur si on leur proposait un emploi dans leur domaine dans la région de Lanaudière.

Les arguments les plus convaincants font appel au côté rationnel des navetteurs :

- Les navetteurs sont des travailleurs qui ont, pour la plupart, abouti dans cette situation après **un calcul coût-bénéfice** surtout lié aux économies engendrées par le coût de la vie moindre en région.
- Un **salaire et des conditions similaires** à ce qui leur est offert par leur emploi actuel demeurent donc, évidemment, l'argument-clé.
- La question des **horaires flexibles et de la sécurité d'emploi** sont aussi très importants.



Or, les arguments monnayables seuls ne seront pas suffisants :

- Parce qu'ils tirent un grand sentiment de valorisation lié à leur travail, il faut impérativement leur parler de **défis stimulants**.
- Comme ils ont généralement un moins grand sentiment d'appartenance envers leur employeur et accordent une valeur plus grande au temps (notamment celui perdu dans la voiture), il sera plus productif de **s'adresser aux plus jeunes**.
- Ceux qui habitent de plus petites municipalités ou qui sont natifs de la région ont un réel attachement à Lanaudière. Ils pourront être rejoints par des arguments plus émotifs liés à l'amour de la région.

Pour plus d'information :

Cyntia Darisse
Vice-présidente, bureau de Québec
B 418-522-7467 poste 1004
C. cdarisse@leger360.com

Leger



leger360.com



[@leger360](https://twitter.com/leger360)



[/LegerCanada](https://www.facebook.com/LegerCanada)



[/company/leger360](https://www.linkedin.com/company/leger360)



[@leger360](https://www.instagram.com/leger360)