

Rapport

# LA SANTÉ MENTALE DES TRAVAILLEURS EN TEMPS DE CRISE DE LA COVID-19

*Sondage auprès des Québécois – Mai 2020*

# CRHA

Ordre des conseillers  
en ressources  
humaines agréés

DATE 2020-05-25 NUMÉRO DE PROJET 14393-006

Leger



# Table des matières

<b>— CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE</b>	<b>3</b>
<b>— RÉSULTATS DÉTAILLÉS</b>	<b>5</b>
<b>— PROFIL DES RÉPONDANTS</b>	<b>9</b>
<b>— ÉQUIPE</b>	<b>12</b>

# CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

# CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

L'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés (CRHA) a mandaté la firme **Léger** afin de connaître la santé mentale des travailleurs québécois pendant la crise de la Covid-19.

Pour atteindre ces objectifs, un sondage Web a été réalisé du 22 au 25 mai 2020 auprès d'un échantillon de 1 003 Québécois, âgé(e)s de 18 ans ou plus et pouvant s'exprimer en français ou en anglais.

À l'aide des données de Statistique Canada, les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la langue maternelle, la région, la scolarité et la présence d'enfants mineurs dans le ménage afin de rendre l'échantillon représentatif de l'ensemble de la population à l'étude.

Il est à noter que les nombres présentés ont été arrondis. Par contre, ce sont les nombres avant arrondissement qui sont utilisés pour calculer les sommes présentées. Ainsi, les sommes peuvent ne pas correspondre à l'addition manuelle des nombres présentés.

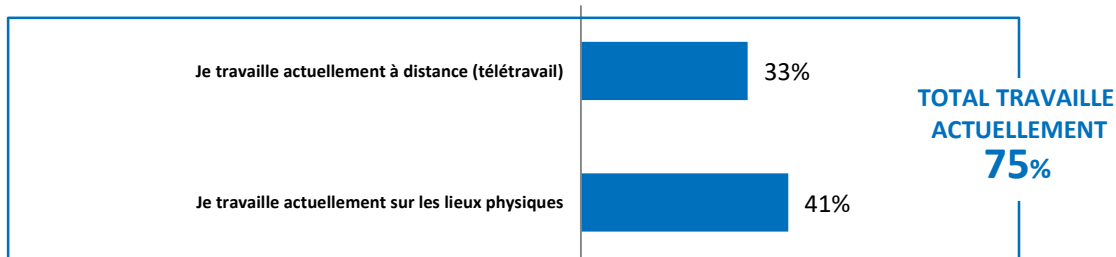
Les résultats présentant des différences statistiquement significatives et pertinentes sont indiqués dans les encadrés à côté de la présentation des résultats globaux.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

# SITUATION ACTUELLE DES TRAVAILLEURS

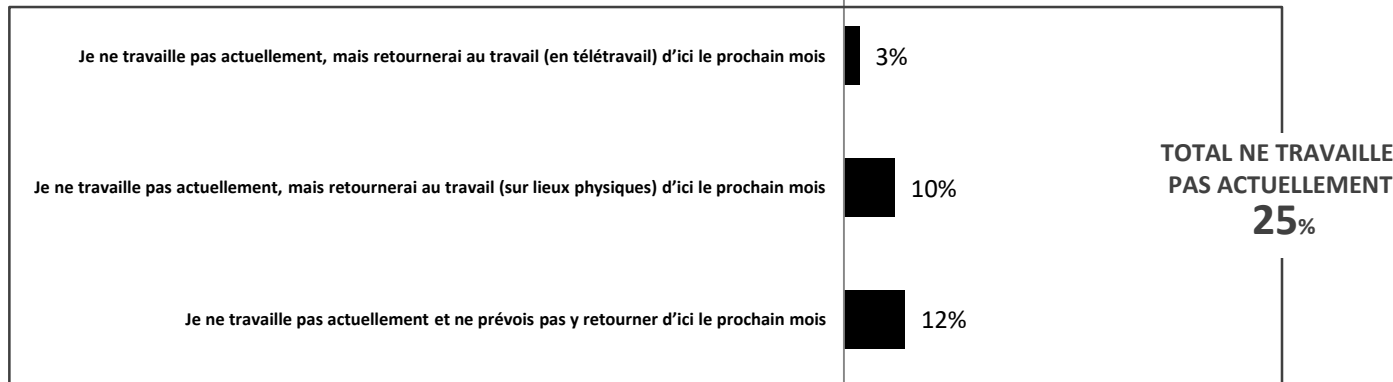
## Q1. Quel énoncé s'applique à votre situation?

Base: Les répondants travailleurs (n=570)



**Proportion supérieure chez :**

- Les résidents de la grande région de Québec (82%)
- Les ménages avec un revenu de plus de 100 000 \$ (80%)
- Les professionnels (80%)
- Les diplômés universitaires (80%)



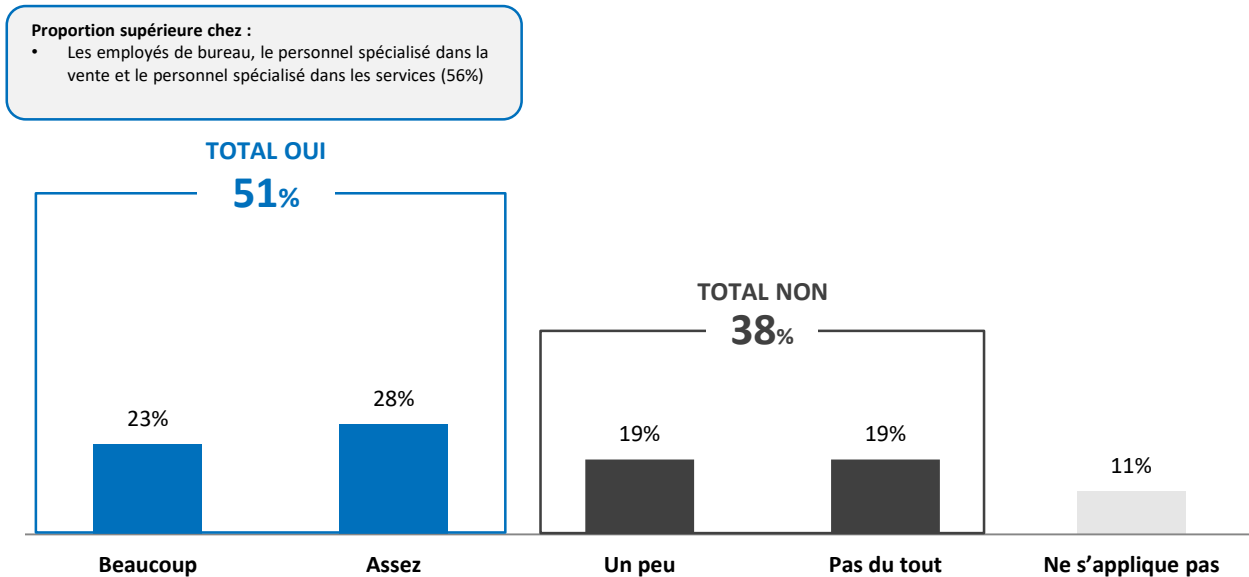
**Proportion supérieure chez :**

- Les personnes âgées de 55 ans et plus (35%)
- Les ménages avec un revenu de moins de 40 000 \$ (40%)
- Les diplômés du collégial (30%)

# MESURES VISANT À PRÉVENIR OU GÉRER LES ENJEUX SPÉCIFIQUES LIÉS À LA SANTÉ MENTALE

Q2. Votre employeur a-t-il mis en place des mesures visant à prévenir ou à gérer les enjeux spécifiques liés à la santé mentale dans le contexte actuel?

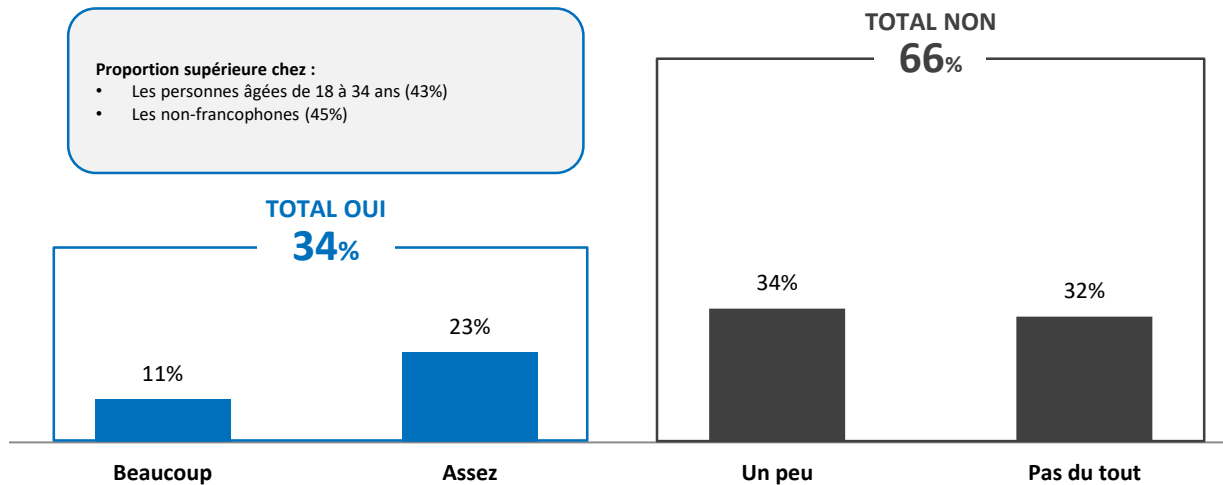
Base: Les répondants travailleurs (n=570)



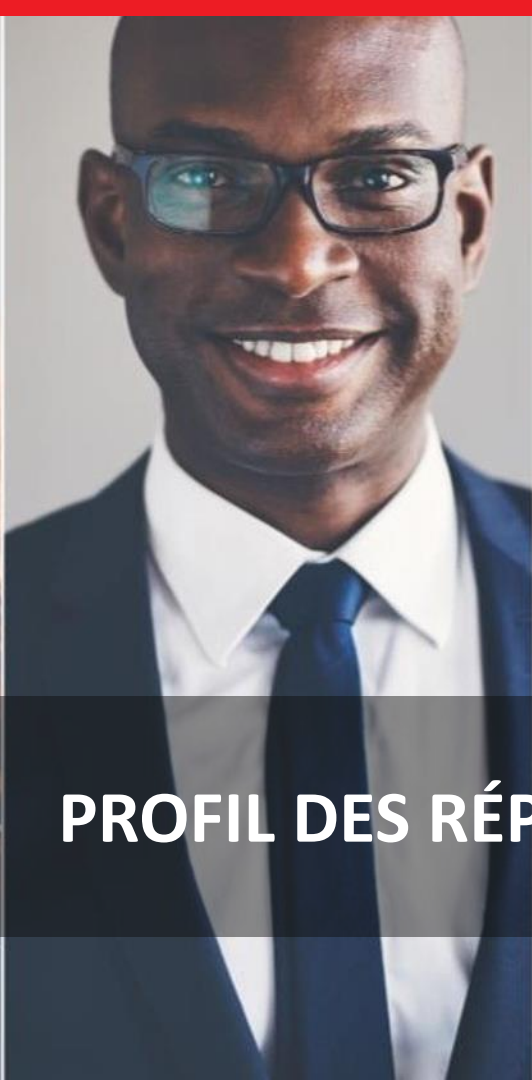
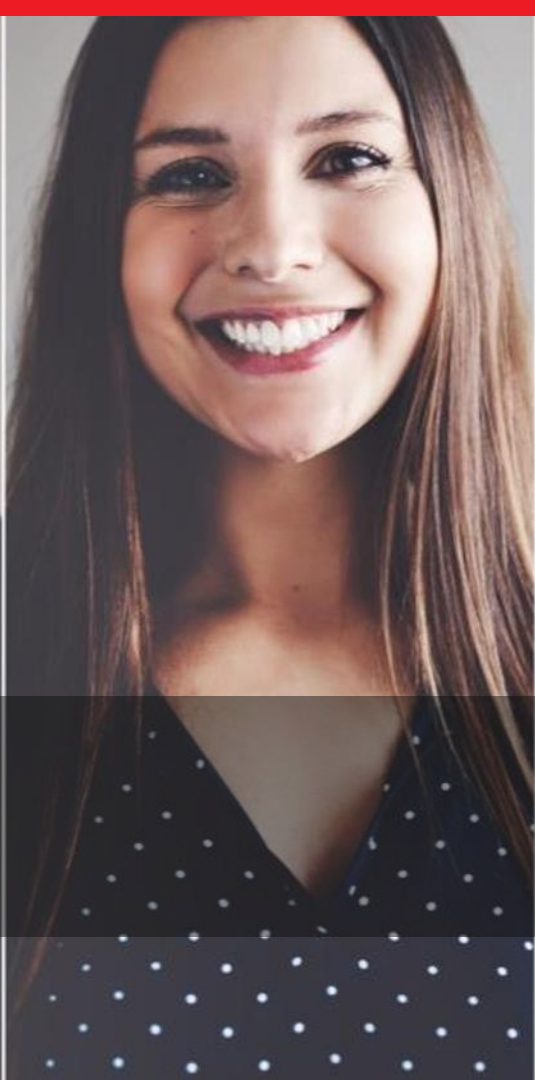
# STRESS ET ANXIÉTÉ EN LIEN AVEC LE TRAVAIL

## Q3. Vivez-vous actuellement du stress et de l'anxiété en lien avec le travail?

Base: Les répondants qui travaillent actuellement ou qui retourneront travailler d'ici le prochain mois (n=500)







**Le**ger

## PROFIL DES RÉPONDANTS

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## RÉGION



Région	Pourcentage
Montréal RMR	50%
Québec RMR	10%
Autres régions	40%
<i>Est</i>	8%
<i>Centre</i>	15%
<i>Ouest</i>	17%

## SEXE



**Homme**

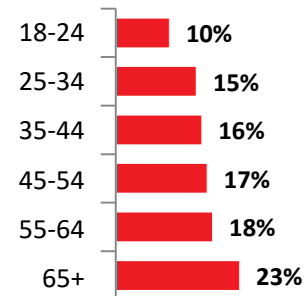
49%



**Femme**

51%

## ÂGE



## LANGUE

**Français**

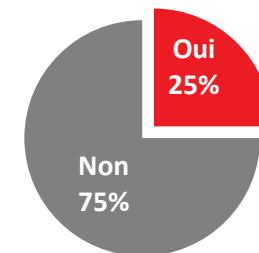
77%

**Anglais et autre**

23%



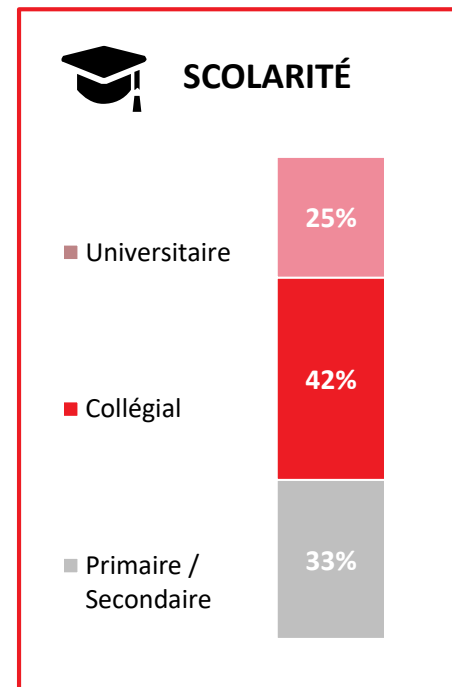
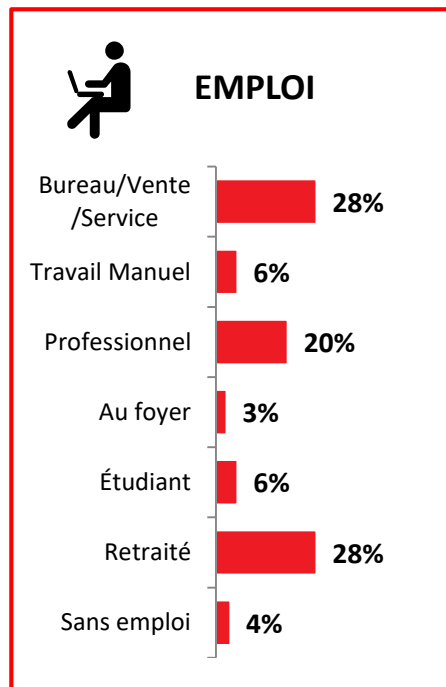
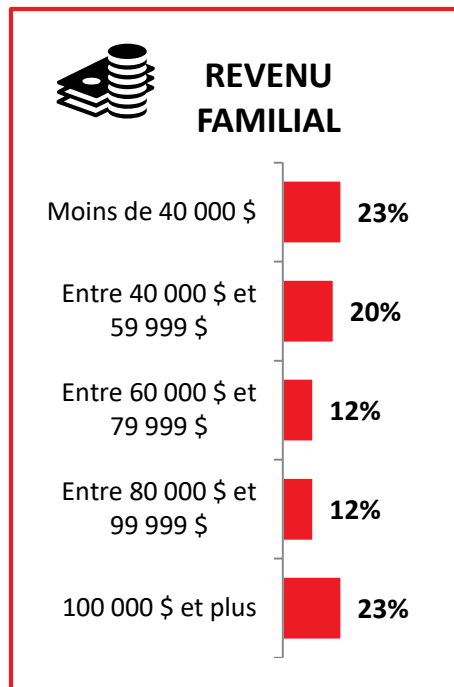
## ENFANTS



Base : Tous les répondants (n=1 003)

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

# PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=1 003)

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



ÉQUIPE


# ÉQUIPE

Pour plus d'informations, veuillez contacter ...

**Anne-Marie Delisle**

Directrice de recherche sénior

 [adelisle@leger360.com](mailto:adelisle@leger360.com)

 514-982-2464 poste 3153

## Équipe

**Anne-Marie Delisle**, Directrice de recherche sénior

**Stefan Rakoto**, Analyste de recherche

**Sylvain Gauthier**, Vice-Président Communication et Affaires Publiques

## NOS SERVICES

- **Léger**  
Recherche marketing et sondage
- **Léger Metrics**  
VOC Mesure de satisfaction continue en temps réel
- **Léger Analytiques**  
Analyse de modélisation de données
- **Legerweb**  
Gestion de panel
- **Léger Communauté**  
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**  
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**  
Worldwide Independent Network (WIN)

**600**  
EMPLOYÉS



**185**  
CONSULTANTS



**8**  
BUREAUX

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

# NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



CANADIAN RESEARCH  
INSIGHTS COUNCIL  
LE CONSEIL DE RECHERCHE  
ET D'INTELLIGENCE  
MARKETING CANADIEN

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



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



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

# Leger

*Comprendre le monde*



[leger360.com](http://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)