



SONDAGE D'INFORMATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL 2020

RAPPORT SUR L'INDUSTRIE CANADIENNE DE LA
TRANSFORMATION DES ALIMENTS ET DES BOISSONS



INFORMATION
SUR LE MARCHÉ
DU TRAVAIL

PROPULSÉ PAR COMPÉTENCES TRANSFORMATION ALIMENTAIRE CANADA



CTAC COMPÉTENCES TRANSFORMATION ALIMENTAIRE CANADA FOOD PROCESSING SKILLS CANADA

Disponible en ligne à www.fpsc-ctac.com

Ce projet est financé par le Programme des initiatives sectorielles du gouvernement du Canada

Les avis et interprétations de cette publication sont ceux de l'auteur et ne reflètent pas forcément ceux du gouvernement du Canada.

ISBN 978-1-989541-60-9

© Copyright 2021 Compétences Transformation Alimentaire Canada (CTAC)

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire, d'enregistrer dans un système de recherche documentaire ou de transmettre sous quelque forme que ce soit ou par n'importe quel moyen une partie quelconque de la présente publication sans l'autorisation écrite de Compétences Transformation Alimentaire Canada (CTAC).

Compétences Transformation Alimentaire Canada (CTAC) portait antérieurement l'appellation de Conseil des RH du secteur de la transformation des aliments (CRHSTA)

Compétences Transformation Alimentaire Canada (CTAC)
201-3030, chemin Conroy
Ottawa (Ontario)
K1G 6C2



À PROPOS

Compétences Transformation Alimentaire Canada (CTAC) est l'organisation de développement de la main-d'œuvre de l'industrie de la transformation des aliments et des boissons. Comme organisme sans but lucratif établi à Ottawa ayant des représentants partout au Canada, l'organisation soutient tous les transformateurs d'aliments et de boissons du pays dans le développement d'une main-d'œuvre et de milieux de travail compétents et professionnels.

Ce que nous faisons se répercute directement et positivement sur l'attraction de talent, le maintien en poste des travailleurs et la culture d'emploi de l'industrie. Nous sommes résolu à aider l'industrie à trouver, former et conserver les meilleurs employés qui soient. Grâce à ses partenariats avec l'industrie, les associations, les éducateurs et tous les paliers de gouvernement du Canada, CTAC a su développer des ressources exceptionnelles pour l'industrie, notamment le **Référentiel de compétences alimentaires^{MC}**, l'**Institut canadien des transformateurs d'aliments^{MC}**, **CertAliment^{MC}** et des rapports d'information sur le marché du travail.

Contenu

SYNOPSIS	4	FORMATION DE L'INDUSTRIE	33
ROFIL DES ENTREPRISES.....	7	PROGRAMMES GOUVERNEMENTAUX ET APPARTENANCE À DES ORGANISATIONS	37
ES TRANSFORMATEURS D'ALIMENTS ET DE BOISSONS D'AUJOURD'HUI.....	13	MÉDIAS SOCIAUX ET MÉTHODOLOGIE.....	43
PROFIL DE LA MAIN-D'ŒUVRE	19		

SYNOPSIS

La plupart des transformateurs d'aliments et de boissons recensés éprouvent certaines difficultés à recruter et maintenir en poste des travailleurs. En fait, plus de la moitié ne parvient pas à trouver des candidats qualifiés, et un peu moins de la moitié dit que les candidats n'ont pas la formation voulue ou ont des attentes salariales démesurées. La disponibilité de main-d'œuvre est cruciale pour bon nombre de transformateurs, les trois cinquièmes estimant que cette situation est très problématique pour les activités. Bien que la moitié des transformateurs signale que les problèmes de recrutement sont identiques à ceux observés il y a un an, ceux qui signalent un changement disent tous que les problèmes de recrutement se sont intensifiés durant

la période, au lieu d'avoir diminué. Le taux de roulement annuel général des entreprises recensées est en moyenne d'environ dix-neuf pour cent.

Seulement près du tiers (35 %) des postes est occupé par des femmes, le quart (24 %) par des travailleurs de moins de 30 ans et (9 %) par de nouveaux immigrants. Plus de la moitié fait des efforts concertés pour recruter des femmes et des jeunes de moins de 30 ans, mais un nombre nettement moindre de transformateurs le font pour tous les autres groupes sous-représentés. La moitié des entreprises (48 %) doit composer avec des candidats qui n'ont pas la formation nécessaire ou dont les attentes salariales sont démesurées (49 %). Les recommandations d'employés représentent la tactique de recrutement la plus courante.

« Bien plus de la moitié des entreprises interrogées déploient des efforts concertés pour recruter des femmes et des jeunes de moins de 30 ans, bien que beaucoup moins font de même pour tous les autres groupes sous-représentés. »



La moitié des transformateurs d'aliments et de boissons recensés dit que les programmes d'études visant à former des diplômés pour leur secteur sont inadéquats ou inexistant, ceci laissant entendre que des améliorations, voire des réformes des programmes d'éducation et de formation sont nécessaires. De plus, la mise en place de nouveaux programmes visant à doter les travailleurs de connaissances et de compétences plus spécialisées et plus spécifiques au secteur pourrait devenir une « priorité ».

Même si très peu d'entreprises ont intégré entièrement les procédés de production industrie 4.0, la plupart a fait des efforts dans ce sens. Les deux tiers ont une certification HACCP ou sont en voie de l'obtenir, mais presque huit pour cent des compagnies admettent qu'elles ignorent ce qu'est la certification HACCP. La majorité ignore les programmes

gouvernementaux qu'utilise la compagnie, ce qui indique qu'une plus grande sensibilisation à ces programmes pourrait être requise. La plus grande partie de ceux qui ont recours aux programmes gouvernementaux semblent utiliser du financement pour la formation.

Près de la moitié des transformateurs d'aliments et de boissons recensés ont indiqué que les programmes d'études visant à former des diplômés pour leur secteur étaient inadéquats ou qu'ils n'existaient pas. Cela laisse entendre qu'il faut établir de meilleurs rapports avec les institutions académiques afin d'obtenir des diplômés plus adaptés à l'industrie. Ces nouveaux rapports contribueraient également à rehausser l'image de l'industrie qui a été soulevée comme étant un problème.

« Près de la moitié des transformateurs d'aliments et de boissons recensés ont indiqué que les programmes d'études visant à former des diplômés pour leur secteur étaient inadéquats ou qu'ils n'existaient pas. »

ENTREPRISES



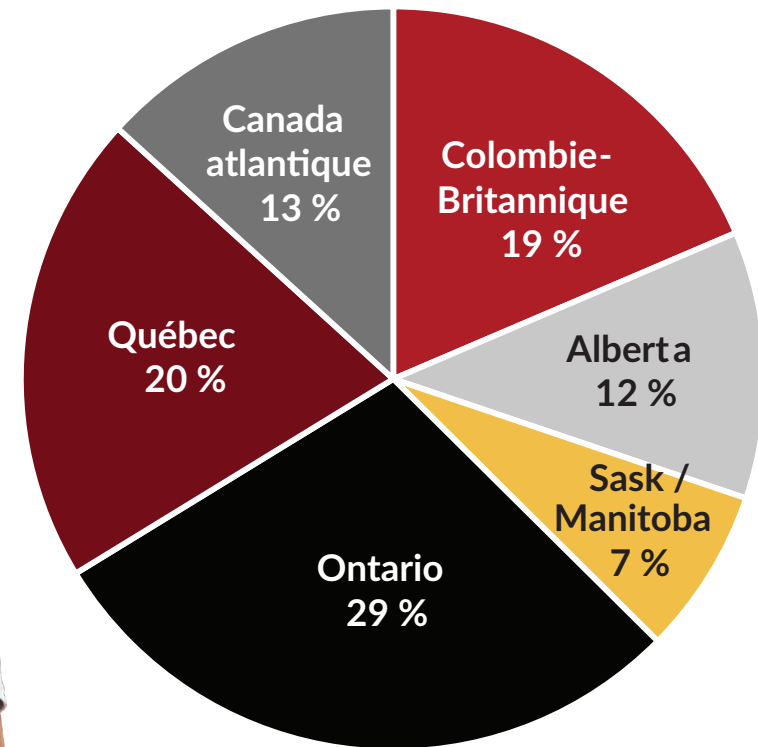
SECTEURS INDUSTRIELS INCLUS DANS LE SONDAGE

- Au total, n=740 transformateurs d'aliments et de boissons ont participé au sondage, dont n=269 en ligne et n=471 au téléphone.
- La plupart des transformateurs de poissons et de fruits de mer se trouve au Canada atlantique, la plupart des transformateurs de boissons en Colombie-Britannique, la majorité des fabricants de grains céréaliers et de graines oléagineuses est au Manitoba ou en Saskatchewan, et une grande partie des transformateurs de viandes recensés était en Alberta et en Ontario.

Q. Quels aliments ou boissons votre organisation transforme-t-elle ou fabrique-t-elle? Sélectionner tous les produits applicables.

Base : Tous les répondants (n=740)

Ventilation régionale



« Il y avait au moins 50 répondants de chaque secteur et des répondants de chaque province. »



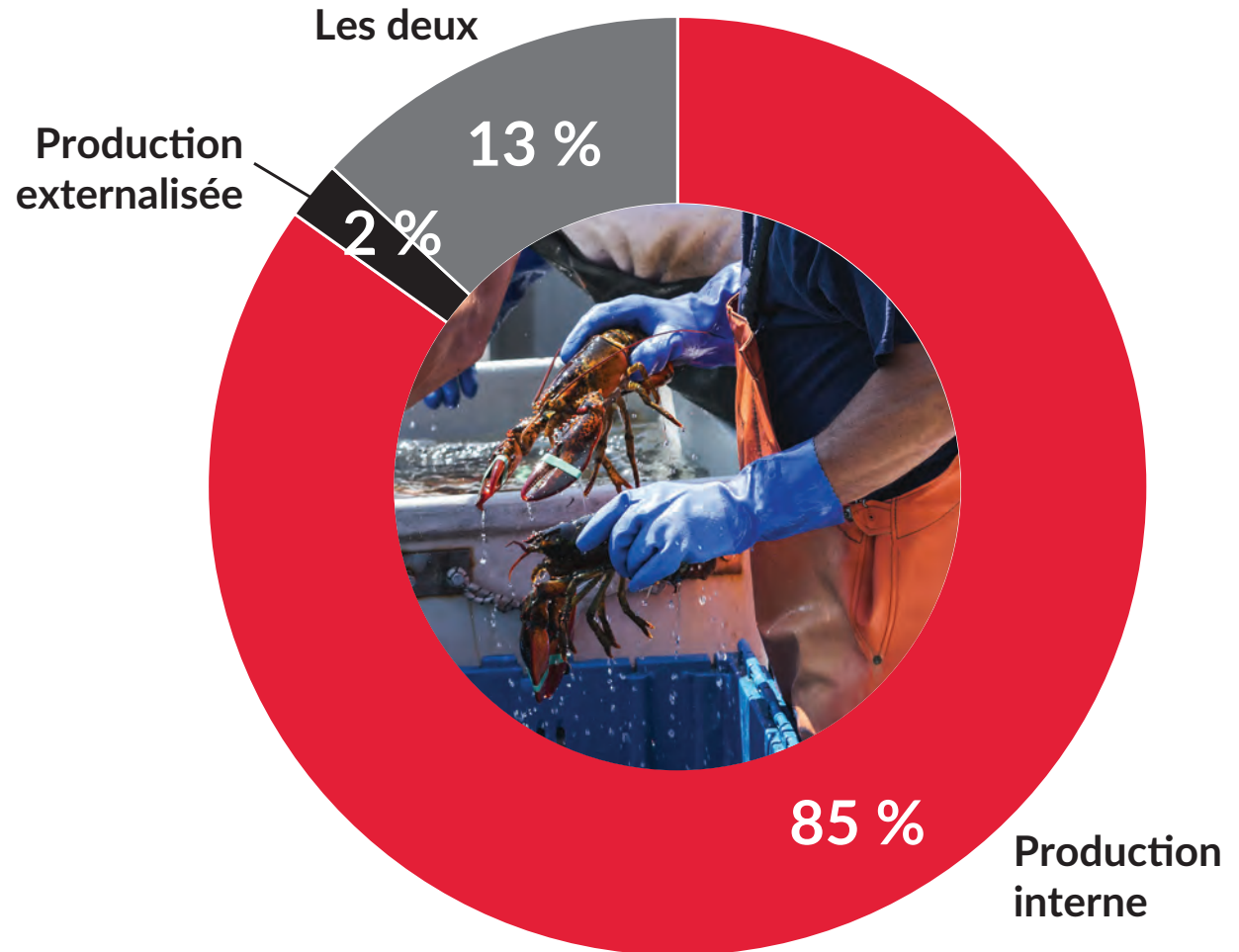



PRODUCTION

- La majorité (85 %) des entreprises recensées transforme ou fabrique leurs produits à l'interne. Seulement deux pour cent (2 %) externalisent la production. Treize pour cent (13 %) ont recours à la production interne et à la production externalisée.
- Les entreprises de la préservation des fruits et des légumes (22 %) et celles de la mouture de grains céréaliers et de graines oléagineuses (25 %) sont plus aptes à recourir à la production interne et externalisée (contre 13 % pour tous les autres secteurs).

Q. Est-ce que votre organisation fabrique ou transforme ses produits à l'interne ou est-ce qu'elle externalise la production à un fabricant externe?

Base : Tous les répondants (n=740)





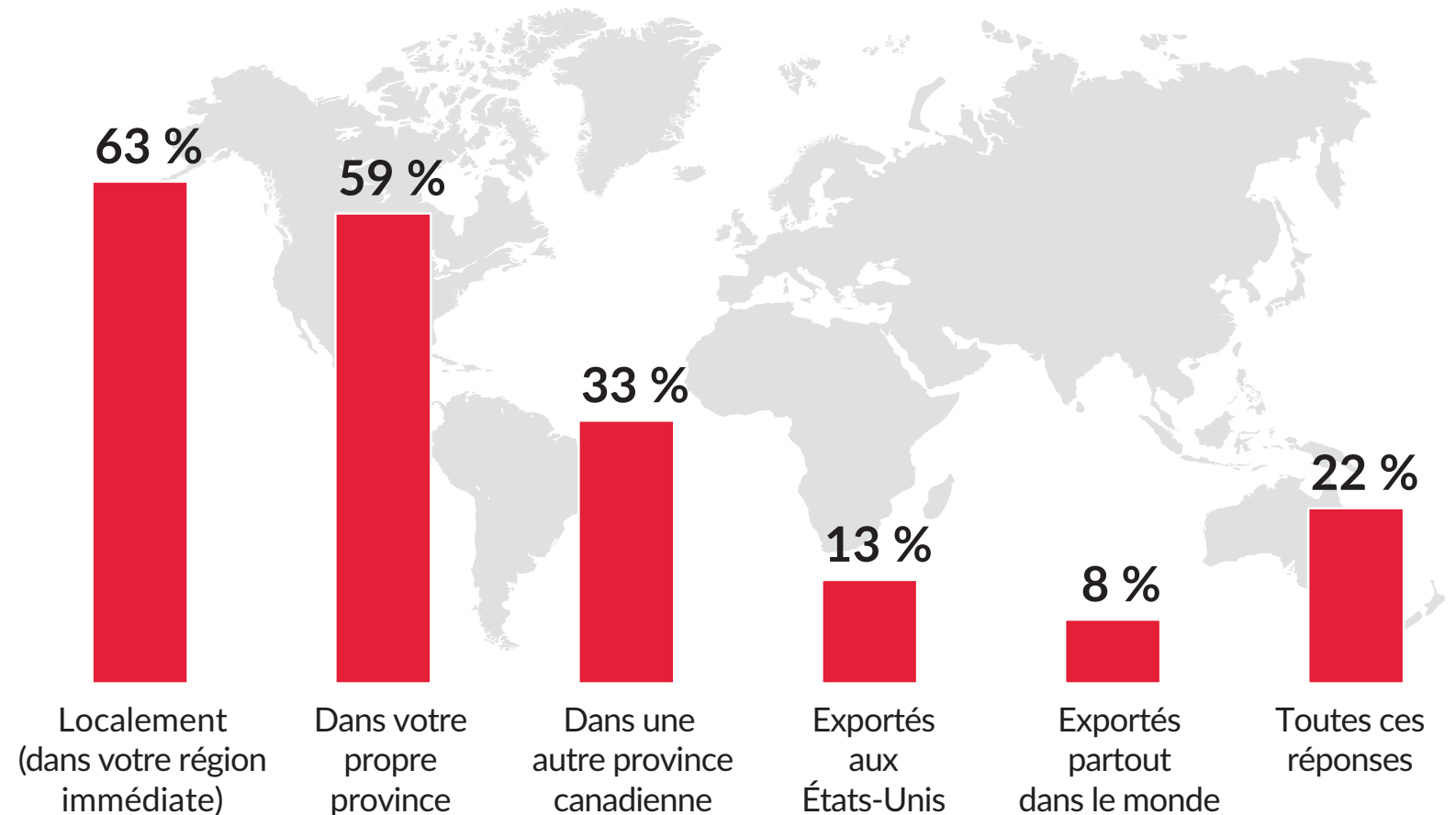
La grande majorité
(85 %) des entreprises
interrogées
transforment ou
fabriquent leurs
produits en interne.

LIEUX OÙ LES PRODUITS SONT VENDUS

- Environ une entreprise recensée sur cinq (22 %) vend ses produits localement, dans sa propre province, dans une autre province canadienne, aux États-Unis et partout dans le monde. Environ six sociétés sur dix vendent leurs produits localement (63 %) ou dans leur propre province (59 %).
- Les transformateurs de poissons et de fruits de mer (54 %) et de grains céréaliers (49 % contre 16 % de tous les autres secteurs) ainsi que les transformateurs du Manitoba / de la Saskatchewan (36 %) et du Canada atlantique (39 % contre 18 % des autres entreprises) sont parmi les plus aptes à dire que leurs produits sont vendus localement, dans leur propre province, dans une autre province, aux États-Unis et partout dans le monde.

Q. Où vos aliments ou boissons sont-ils vendus?

Base : Tous les répondants (n=740)



LES TRANSFORMATEURS D'ALIMENTS ET DE BOISSONS D'AUJOURD'HUI



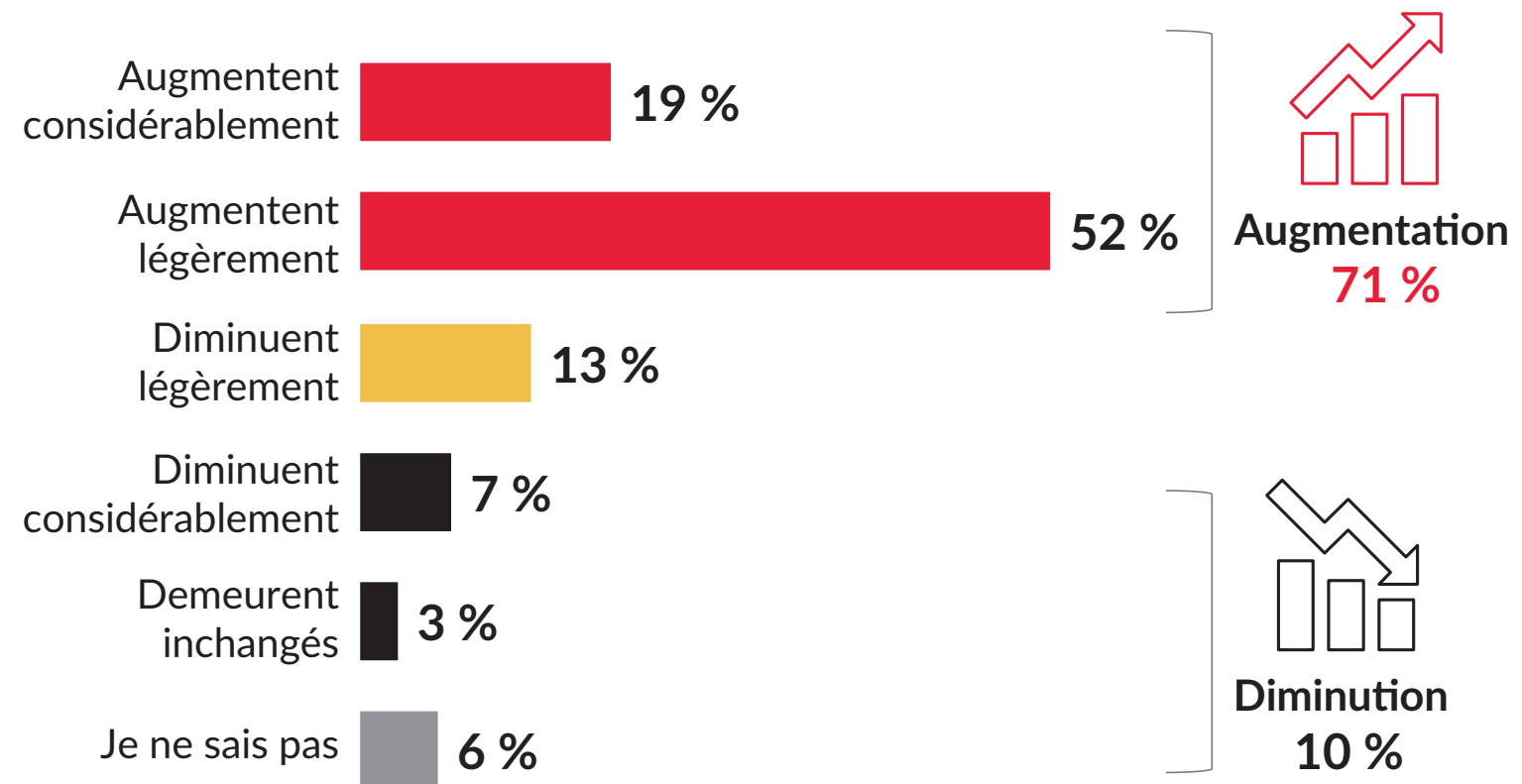
PERSPECTIVES D'AFFAIRES : 12 PROCHAINS MOIS

- En ce qui a trait aux perspectives d'affaires de l'an prochain, la plupart (71 %) des entreprises recensées s'attend à ce que les revenus augmentent, bien que six pour cent (6 %) estiment qu'elles n'en savent pas assez pour se prononcer.

- Étant donné que cette question ne figurait que dans le sondage en ligne, qui avait été largement distribué avant l'écllosion de la COVID-19, il faut être très circonspect dans l'interprétation de cette question.

Q. Réfléchissez à vos perspectives d'affaires de l'an prochain. Vous attendez-vous à ce que vos revenus

Base : Répondants en ligne (n=269)

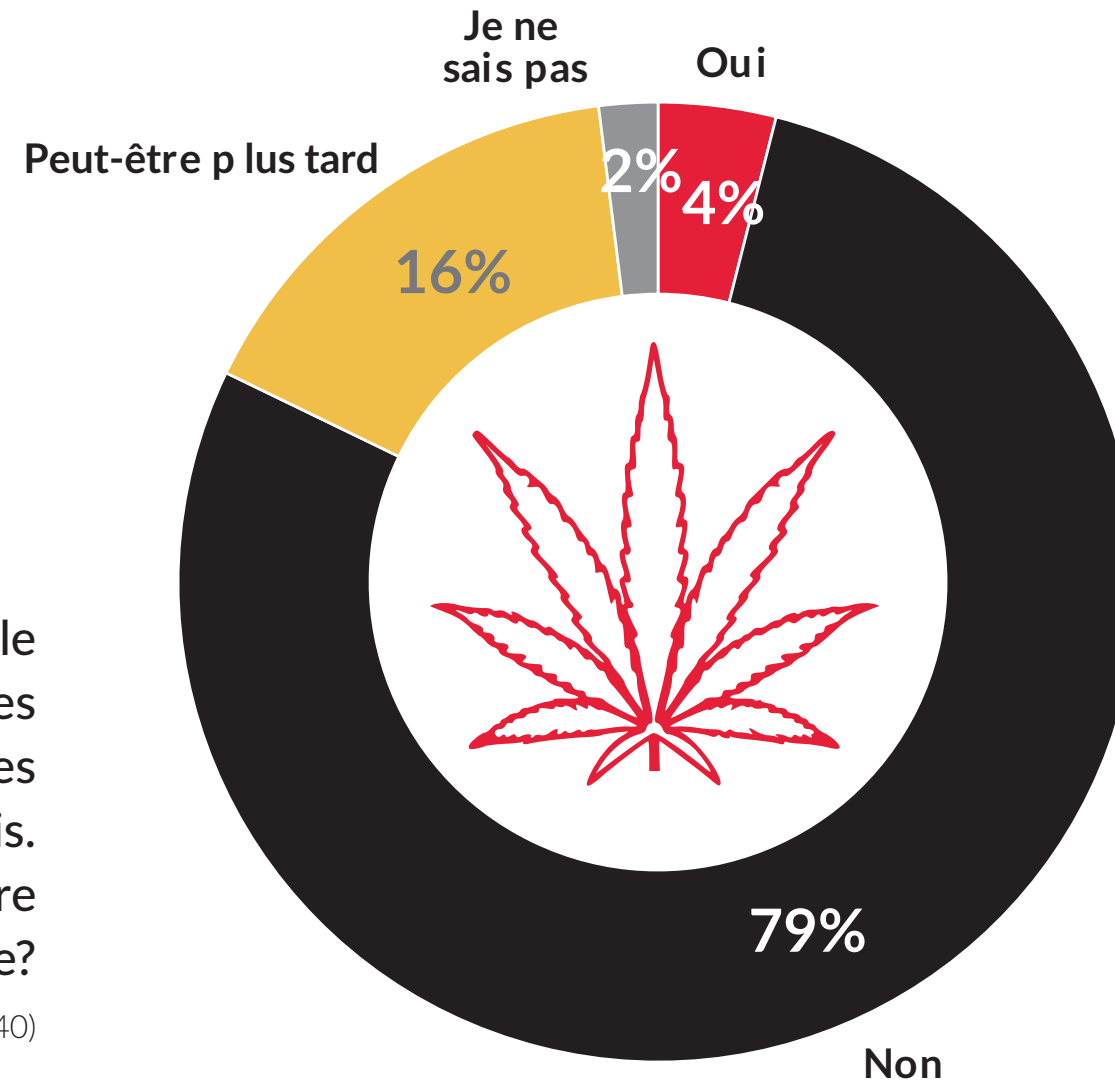


ALIMENTS AU CANNABIS ET BOISSONS À BASE DE CANNABIS

- Une entreprise recensée sur cinq (20 %) compte (4 %) ou envisage (16 %) fabriquer des aliments au cannabis et des boissons à base de cannabis.
- Les entreprises des secteurs des confiseries (29 %) ou des boissons (32 %) sont parmi les plus aptes à dire qu'elles envisageraient fabriquer des produits à base de cannabis plus tard (contre 13 % pour tous les autres secteurs).

Q. La réglementation fédérale autorise maintenant les aliments au cannabis et les boissons à base de cannabis. Est-ce quelque chose que votre organisation envisage faire?

Base : Tous les répondants (n=740)

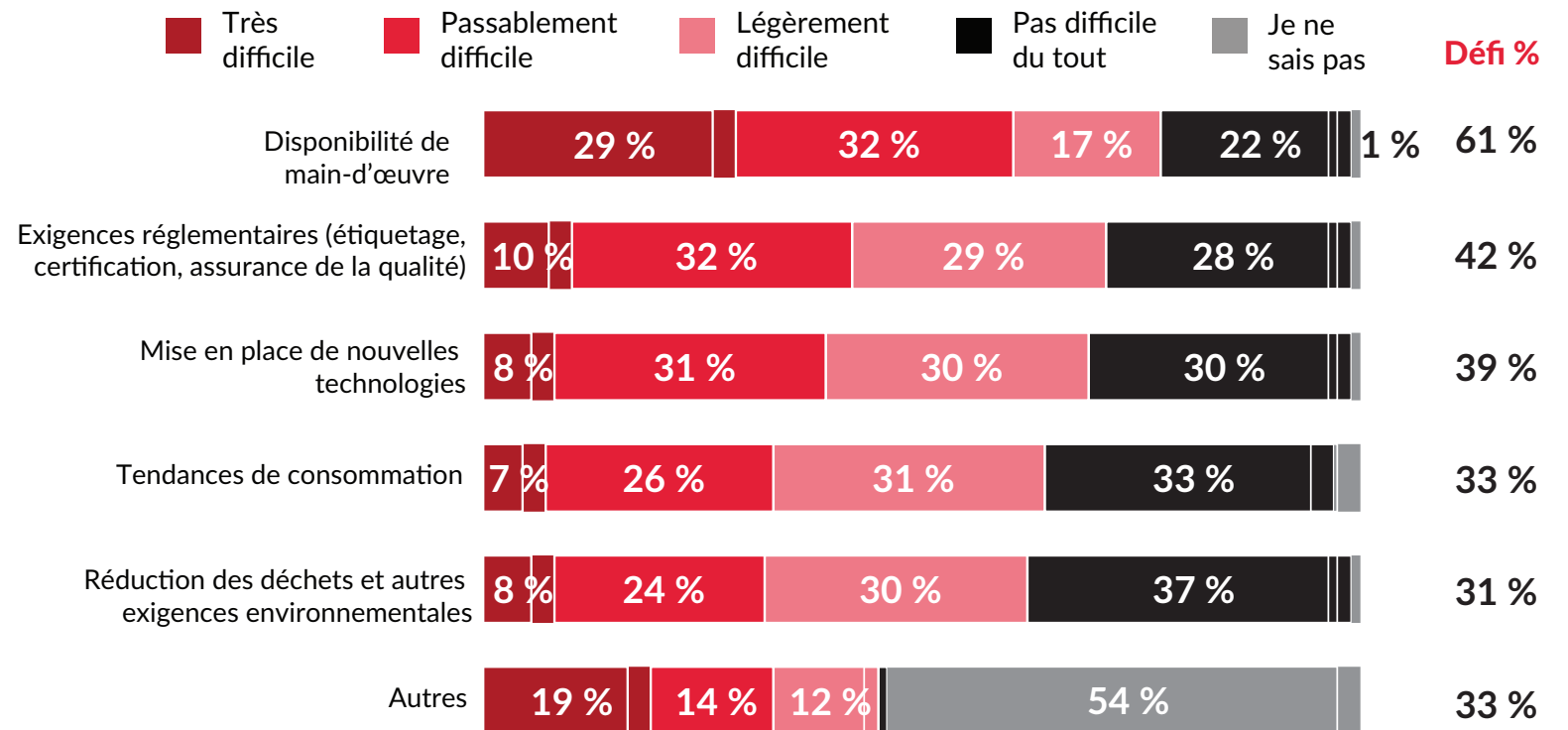


DÉFIS COMMERCIAUX

- La disponibilité de main-d'œuvre continue de représenter le plus grand défi, comme le soulignent les trois cinquièmes (61 %) des transformateurs d'aliments et de boissons.
- Environ quatre entreprises sur dix éprouvent des difficultés avec la mise en place de nouvelles technologies (39 %) ou les exigences réglementaires (42 %).
- Les défis liés à la disponibilité de main-d'œuvre sont plus prononcés dans le secteur du poisson et des fruits de mer (85 % contre 60 % pour tous les autres secteurs) et hors des Prairies (64 % autres compagnies contre 44 % Alberta / Saskatchewan / Manitoba).

Q. Comment qualifieriez-vous les défis suivants en termes d'impact sur vos activités?

Base : Tous les répondants (n=740)



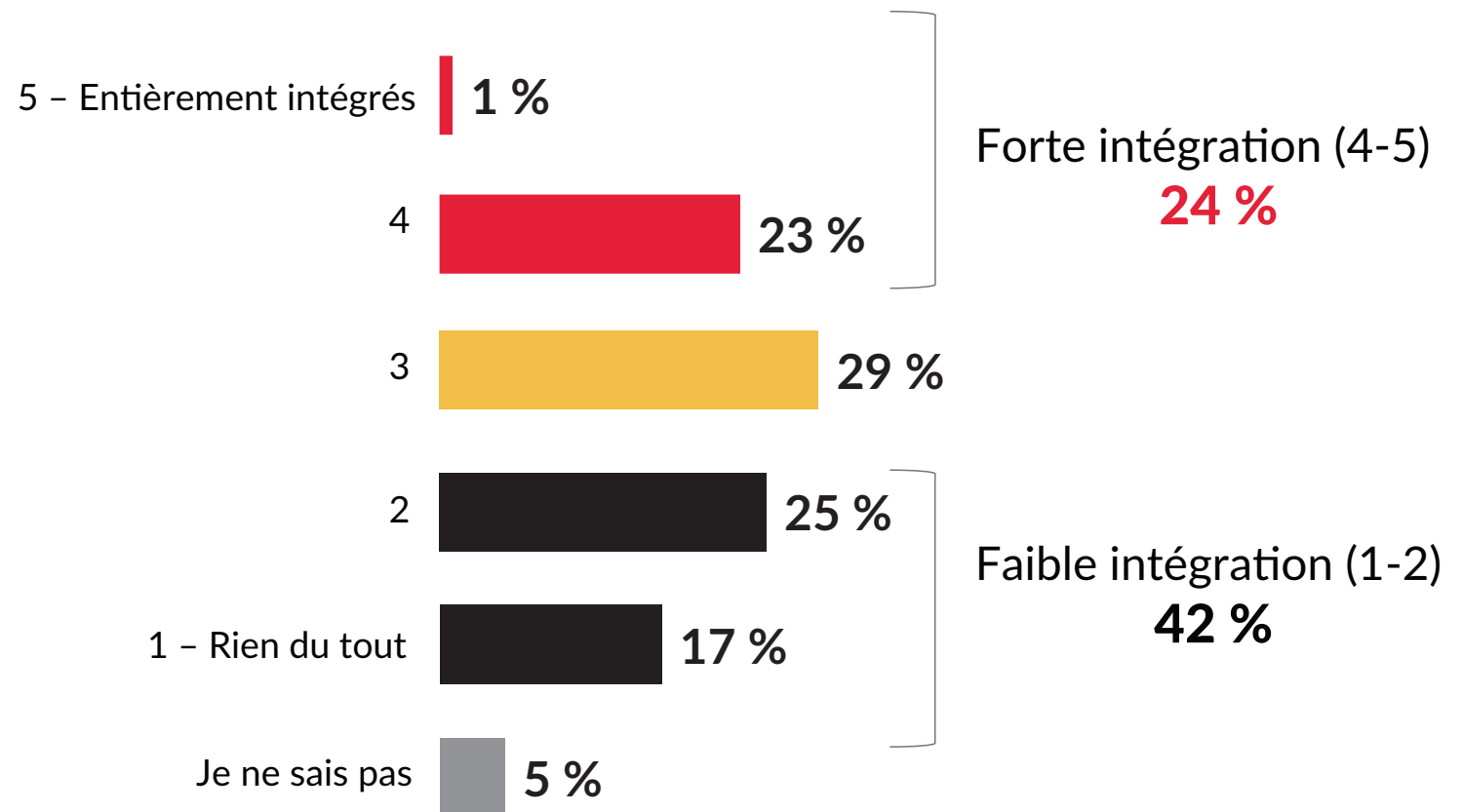
< les pourcentages de moins de 3 % ne sont pas identifiés

INVESTISSEMENTS ORGANISATIONNELS DANS **INDUSTRIE 4.0**

- Parmi les entreprises recensées, un très petit nombre (1 %) a entièrement intégré les procédés de production industrie 4.0, bien que la plupart d'entre elles (78 %) ait fait certains efforts (2+) en vue d'une intégration intégrale.
- Les entreprises qui ont un service de RH sont deux fois plus aptes à être entièrement ou largement (4-5 sur une échelle de 5 points) intégrées (32 % contre 14 % sans personnel de RH).

Q. Sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure votre organisation a-t-elle investi dans l'automatisation, la numérisation ou l'interconnectivité sans fil des procédés de production (appelé parfois industrie 4.0)?

Base : Répondants en ligne (n=269)

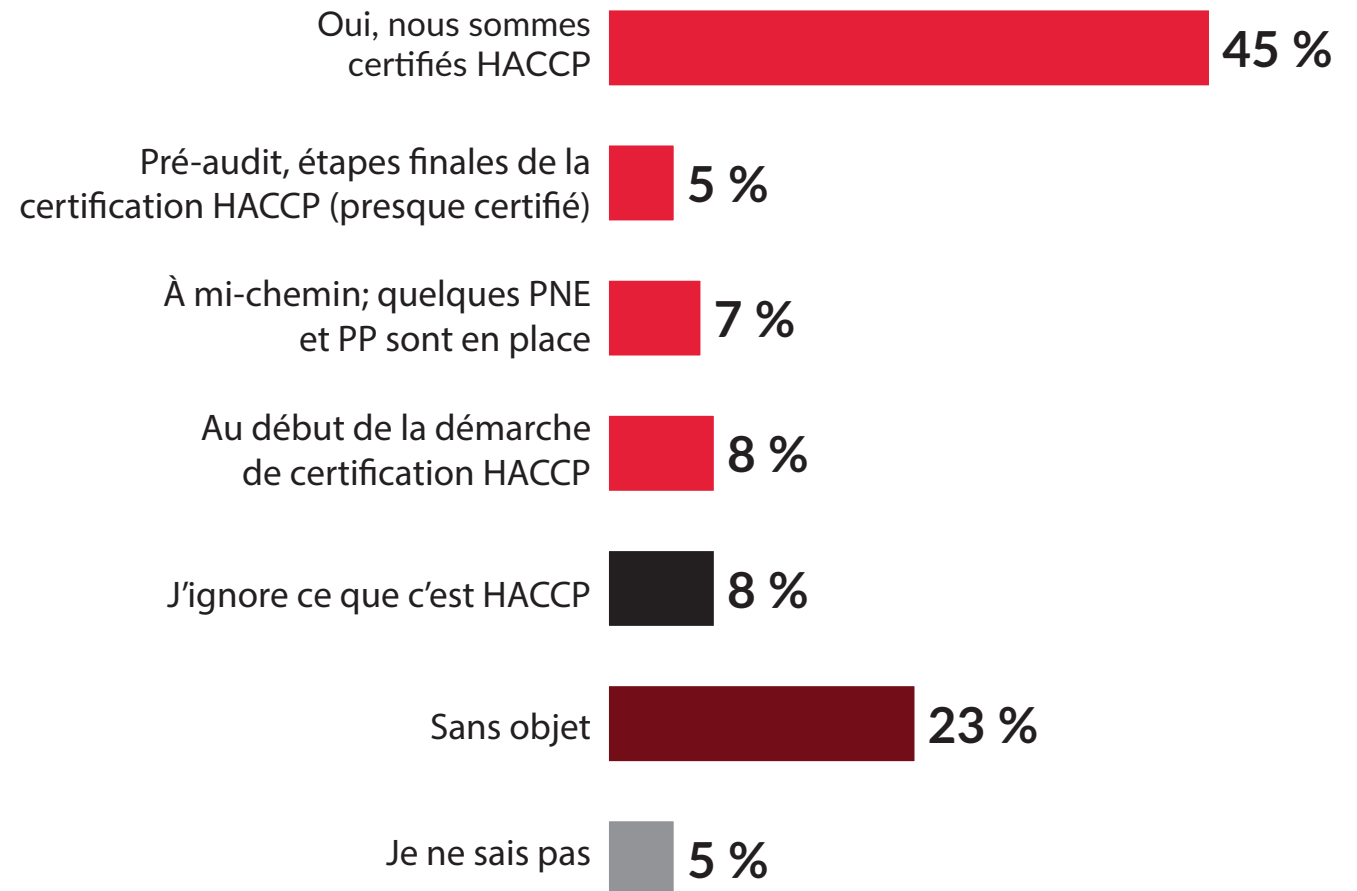


CERTIFICATION HACCP

- Au moins les deux tiers (64 %) des transformateurs d'aliments et de boissons recensés sont à tout le moins au début de la démarche de certification HACCP, y compris la moitié (45 %) qui est certifiée HACCP. Les compagnies qui ont un service de RH sont deux fois plus aptes à être certifiées HACCP (78 % contre 41 % sans RH).
- Plus des deux tiers (68 %) des transformateurs du Canada atlantique ont une certification HACCP, ce qui en fait la seule région du Canada où une majorité des transformateurs d'aliments et de boissons est entièrement certifiée (41 % pour le reste du Canada).
- Les secteurs les moins aptes à être certifiés HACCP sont les boulangeries/tortillas (29 %), le sucre / les confiseries (23 %), et les boissons (21 % contre 52 % pour tous les autres secteurs). Les transformateurs qui vendent leurs produits localement sont aussi beaucoup moins aptes à être certifiés HACCP (34 % contre 59 % de ceux qui vendent dans d'autres provinces ou ailleurs dans le monde).

Q. Votre organisation est-elle certifiée HACCP (analyse des risques aux points critiques) ou est-elle en voie d'obtenir la certification?

Base : Tous les répondants (n=740)



PROFIL DE LA MAIN-D'ŒUVRE MARCHÉ DU TRAVAIL & PROCESSUS DE RH



VENTILATION DES POSTES RÉMUNÉRÉS, 2019

- En moyenne, les entreprises recensées ont déclaré avoir 101 postes rémunérés en 2019, dont environ 86 étaient des emplois permanents à temps plein.
- Seulement environ le tiers (35 %) des postes était comblé par des femmes, le quart (24 %) par des travailleurs âgés de moins de 30 ans, (9 %) par de nouveaux immigrants, quatorze pour cent (14 %) par des travailleurs âgés de plus de 55 ans.
- La proportion des employés de plus de 55 ans des transformateurs du Canada atlantique et l'industrie du poisson et des fruits de mer est environ deux fois plus élevée que celle de leurs homologues d'autres régions et industries.

« La proportion de travailleurs de plus de 55 ans employés par des fabricants au Canada atlantique et dans l'industrie des fruits de mer est environ deux fois plus élevée que celle des autres régions et industries. »



Q. Quel était en moyenne le nombre de postes rémunérés à cet établissement en 2019? Par postes rémunérés, on entend les postes employés (comblés) et les emplois non pourvus (postes vacants).

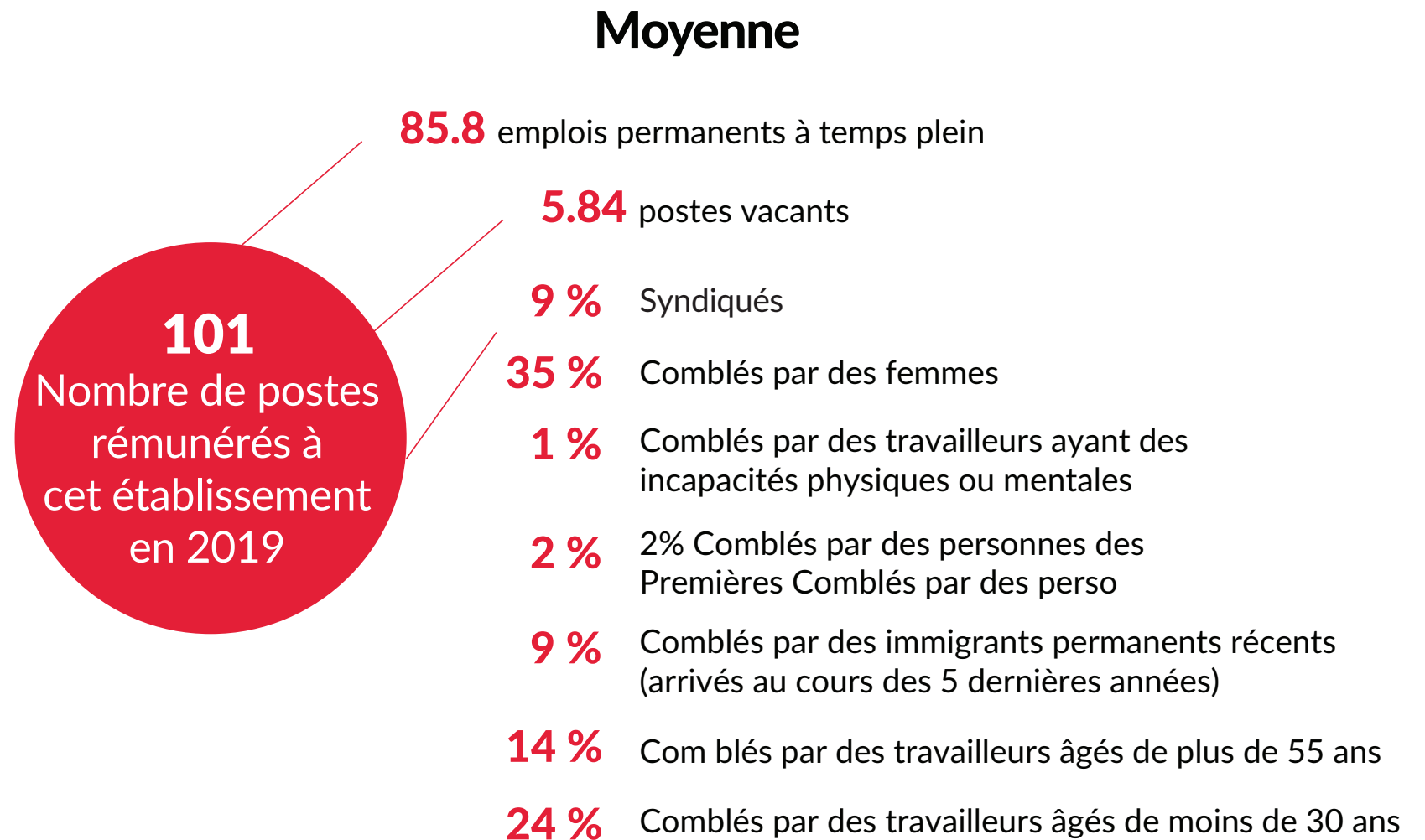
Base : Tous ceux qui ont répondu (n=728)

Q. Et parmi ces emplois, combien en moyenne étaient des emplois permanents à temps plein en 2019?

Q. Combien de postes rémunérés étaient vacants, en moyenne, en 2019?

Base : Tous les répondants (n=740)

Q. En moyenne en 2019, combien de postes rémunérés étaient...?

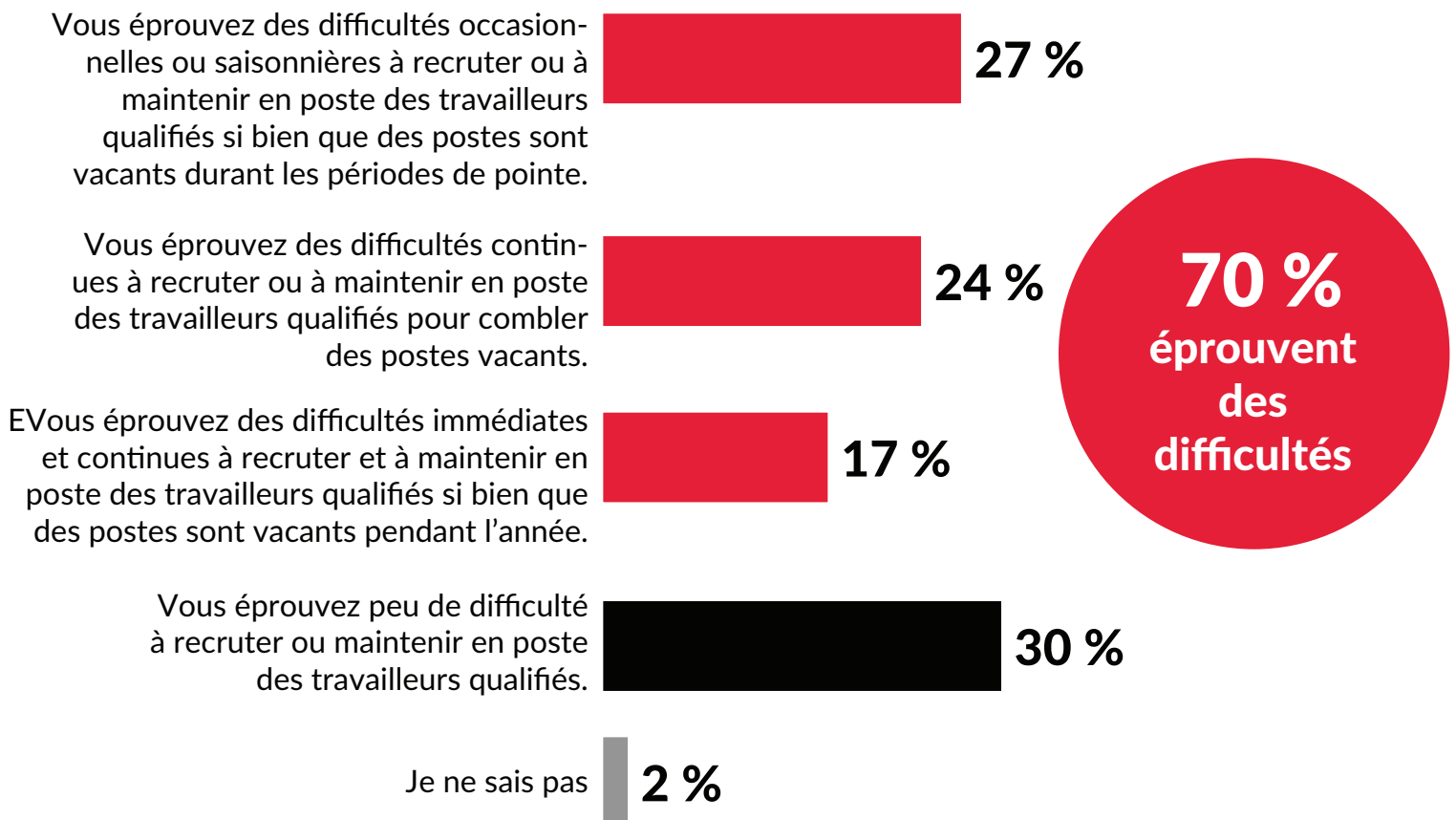


DÉFIS LIÉS AU RECRUTEMENT ET AU MAINTIEN EN POSTE DE TRAVAILLEURS

- Sept transformateurs d'aliments et de boissons sur dix (70 %) recensés éprouvent des difficultés à recruter et/ou maintenir en poste des travailleurs qualifiés.
- Environ un transformateur sur quatre éprouve des difficultés continues (24 %) ou saisonnières (27 %), alors que dix-sept pour cent (17 %) éprouvent des difficultés immédiates et continues.
- Les compagnies québécoises sont deux fois plus aptes (30 %), comparativement à celles du reste du Canada (14 %) à dire qu'elles éprouvent des difficultés immédiates et continues. Celles dotées d'un service de RH sont beaucoup plus aptes à éprouver des difficultés immédiates et continues (32 % contre 17 % sans RH) et saisonnières (32 % contre 21 %).
- Les secteurs les plus aptes à éprouver des difficultés immédiates et continues sont ceux des produits laitiers, des viandes, du poisson et des fruits de mer ainsi que des boulangeries.

Q. Comment décririez-vous la disponibilité générale des travailleurs dont vous avez besoin? Diriez-vous que :

Base : Tous les répondants (n=740)

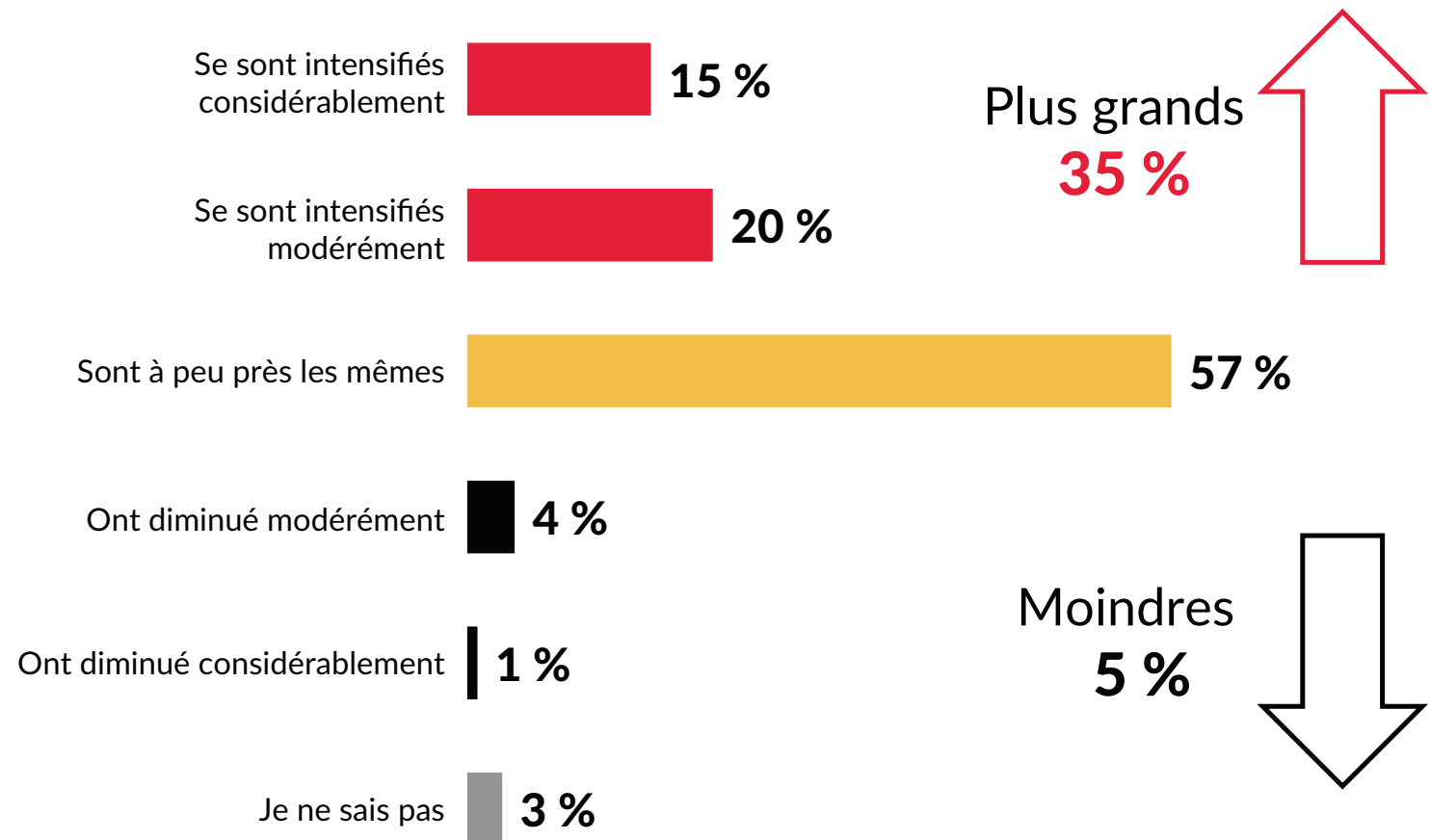


DÉFIS EN MATIÈRE DE RECRUTEMENT

- Plus de la moitié (57 %) des entreprises recensées dit que leurs défis en matière de recrutement sont les mêmes qu'il y a un an. Mais celles qui signalent des changements, disent que les défis se sont intensifiés (35 %) au cours de la dernière année, plutôt que d'avoir diminué (5 %).
- Les compagnies québécoises (32 % contre 11 % pour les autres compagnies) qui ont un service de RH (32 % contre 13 % sans RH) sont beaucoup plus aptes à dire que leurs défis en matière de recrutement se sont intensifiés considérablement durant la dernière année.

Q. Diriez-vous que, durant la dernière année, les défis en matière de recrutement :

Base : Tous les répondants (n=740)



DÉFIS EN MATIÈRE DE RECRUTEMENT / MAINTIEN EN POSTE DE CANDIDATS

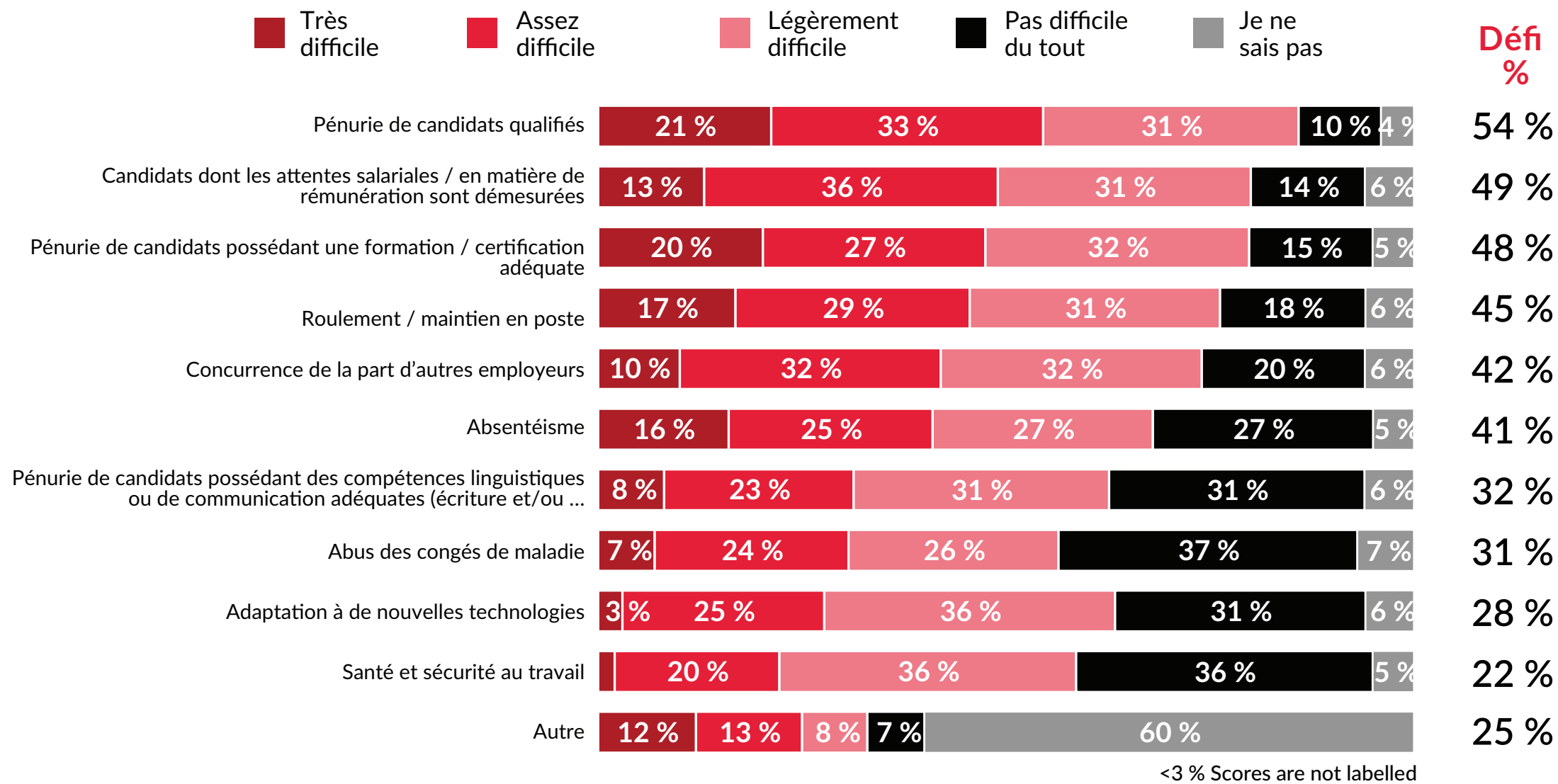
- Plus de la moitié (54 %) des entreprises recensées a éprouvé des difficultés à recruter des candidats qualifiés, alors qu'un nombre légèrement plus petit (bien qu'environ la moitié), a éprouvé des difficultés à l'égard de candidats ne possédant pas une formation adéquate (48 %) ou dont les attentes salariales sont trop élevées (49 %).
- Les entreprises qui ont un service de RH sont plus aptes à dire qu'elles éprouvent des difficultés avec l'absentéisme (51 % contre 28 % sans service de RH), le roulement/maintien en poste (51 % contre 38 %), et l'abus des congés de maladie (39 % contre 20 %).
- Sept compagnies québécoises sur dix (69 %) ont signalé des difficultés en matière de roulement/maintien en poste, le Québec étant ainsi la seule province où la plupart des entreprises recensées éprouve ce problème.

« Sept entreprises
québécoises sur dix (69%)
déclarent éprouver des
défis liés au roulement /
rétention. »



Q. Réfléchissez à votre expérience en matière de ressources humaines. Quel est le degré de difficulté associé aux enjeux suivants lorsque vous devez embaucher ou maintenir en poste des travailleurs qualifiés?

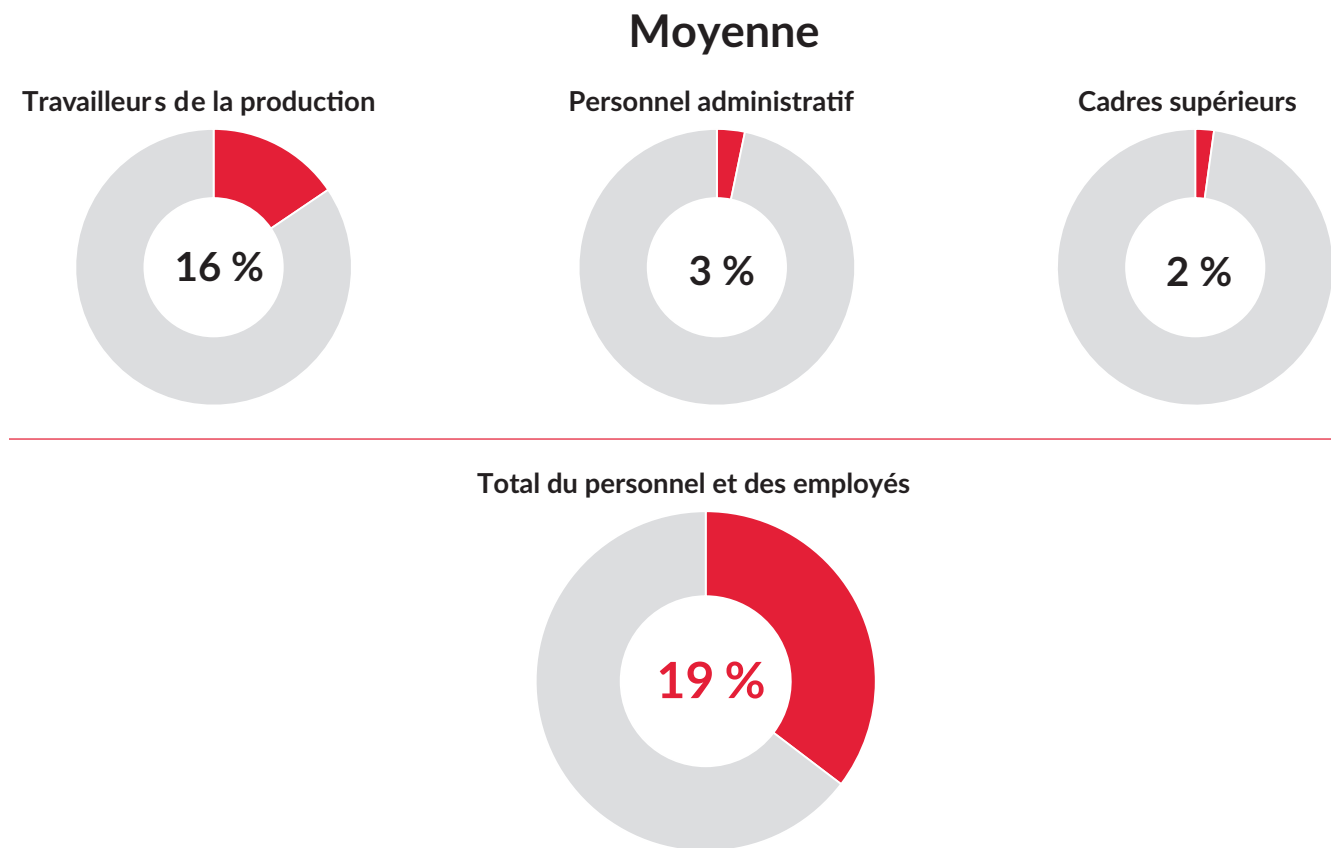
Base : Répondants en ligne (n=269)



TAUX DE ROULEMENT

- Les entreprises recensées ont signalé un taux moyen de roulement d'environ 19 %, ce taux étant plus faible pour les cadres supérieurs (2 %) et le personnel administratif (3 %), et plus élevé pour les travailleurs de la production (16 %).
- Les taux de roulement sont plus élevés dans l'ensemble au Québec (24,6 %) et plus faibles en Ontario (17,0 %). Pour les travailleurs de la production, les taux de roulement sont plus prononcés au Québec (21,0 %), et les plus faibles au Manitoba / en Saskatchewan (11,7 %). Pour le personnel administratif, les taux de roulement sont plus élevés en Alberta (5,5 %), et les plus faibles en Ontario (2,5 %). Pour les cadres supérieurs, les taux de roulement sont plus élevés au Manitoba / en Saskatchewan (7,0 %), et les plus faibles en Ontario (1,6 %).
- Il y a très peu de variance dans les taux de roulement moyens des divers secteurs. Mais les taux de roulement des travailleurs de la production et du personnel administratif sont généralement les plus faibles dans le secteur des aliments pour animaux comparativement aux autres secteurs.

Q. Quel est selon vous votre taux de roulement de la dernière année pour chacun des groupes suivants? Par taux de roulement, on entend la proportion de travailleurs qui partent (c.-à-d. démission, retraite, congédiement, etc.) et qui doivent être remplacés d'une année à l'autre. Base : Tous les répondants (n=740)

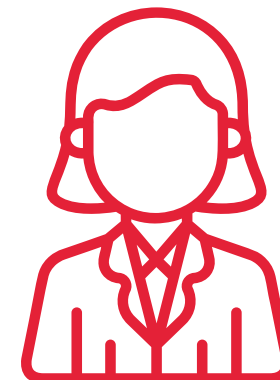
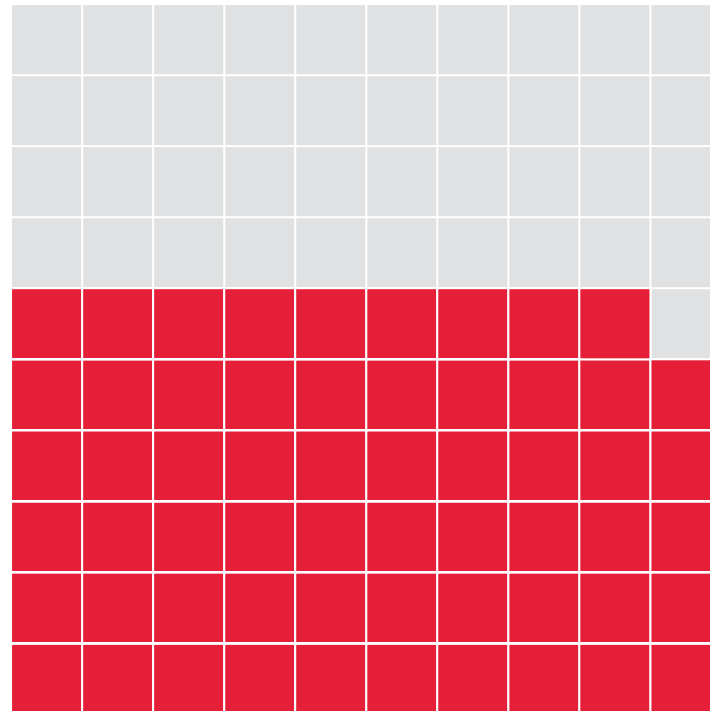


SERVICE/PERSONNEL DE RESSOURCES HUMAINES

- Six compagnies sur dix (59 %) ont indiqué avoir un service de RH ou du personnel spécialisé en RH. Quatre compagnies sur dix (41 %) n'en n'ont pas.
- Seulement trois fabricants de boissons sur dix (30 %) possèdent un service de RH, ce résultat étant le plus faible de l'ensemble des secteurs recensés. En fait, les boissons, les aliments pour animaux (44 %), et la mise en conserve de fruits et de légumes (47 %) sont les seuls secteurs où moins de la moitié des compagnies recensées possède un service ou du personnel de RH.

Q. Votre organisation possède-t-elle un service de RH ou du personnel spécialisé en RH?

Base : Répondants en ligne (n=269)



59 %

OUI, possède un service de RH ou du personnel spécialisé en RH

AVANTAGES SOCIAUX

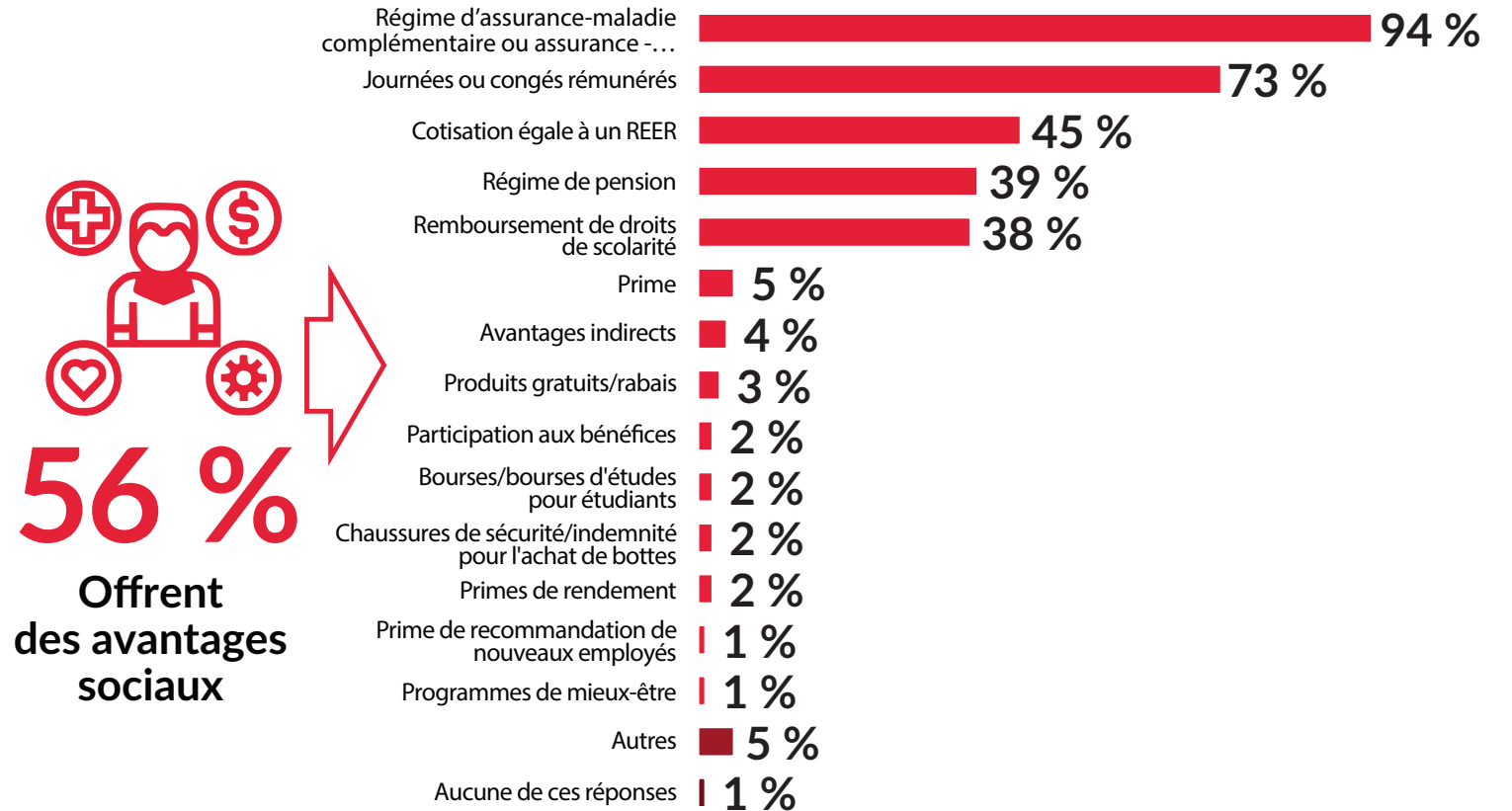
- Un peu plus de la moitié (56 %) des entreprises recensées offre des avantages sociaux, et la quasi totalité (94 %) offre un régime d'assurance-maladie complémentaire ou une assurance-médicaments. La plupart (73 %) offre des journées ou congés rémunérés. Près de la moitié (45 %) offre une cotisation égale à un REER, et environ quatre compagnies sur dix offrent un remboursement des frais de scolarité (38 %) ou des régimes de pension (39 %).
- Les compagnies de Prairies (67 % contre 54 % des autres compagnies) ainsi que les secteurs des aliments pour animaux (69 %), de la mouture de grains céréaliers et de graines oléagineuses (80 % contre 53 % pour tous les autres secteurs) sont parmi les plus aptes à offrir des avantages sociaux. Un peu moins de la moitié (47 %) des entreprises qui ne vend que localement offrent des avantages sociaux, comparativement à la majorité de celles qui vendent dans leur propre province (51 %), dans d'autres provinces (68 %), aux États-Unis (72 %) ou ailleurs dans le monde (67 %). La plupart (91 %) des compagnies qui possèdent un service de RH offrent des avantages sociaux comparativement à près de la moitié (48 %) pour celles qui n'ont pas de service de RH.

Q. Votre usine/organisation offre-t-elle des avantages sociaux?

Base : Tous les répondants (n=740)

Q. Quels avantages sociaux sont offerts par votre usine/organisation? Sélectionner tous ceux qui s'appliquent.

Base : Avantages sociaux offerts à l'usine / par l'organisation (n=196)

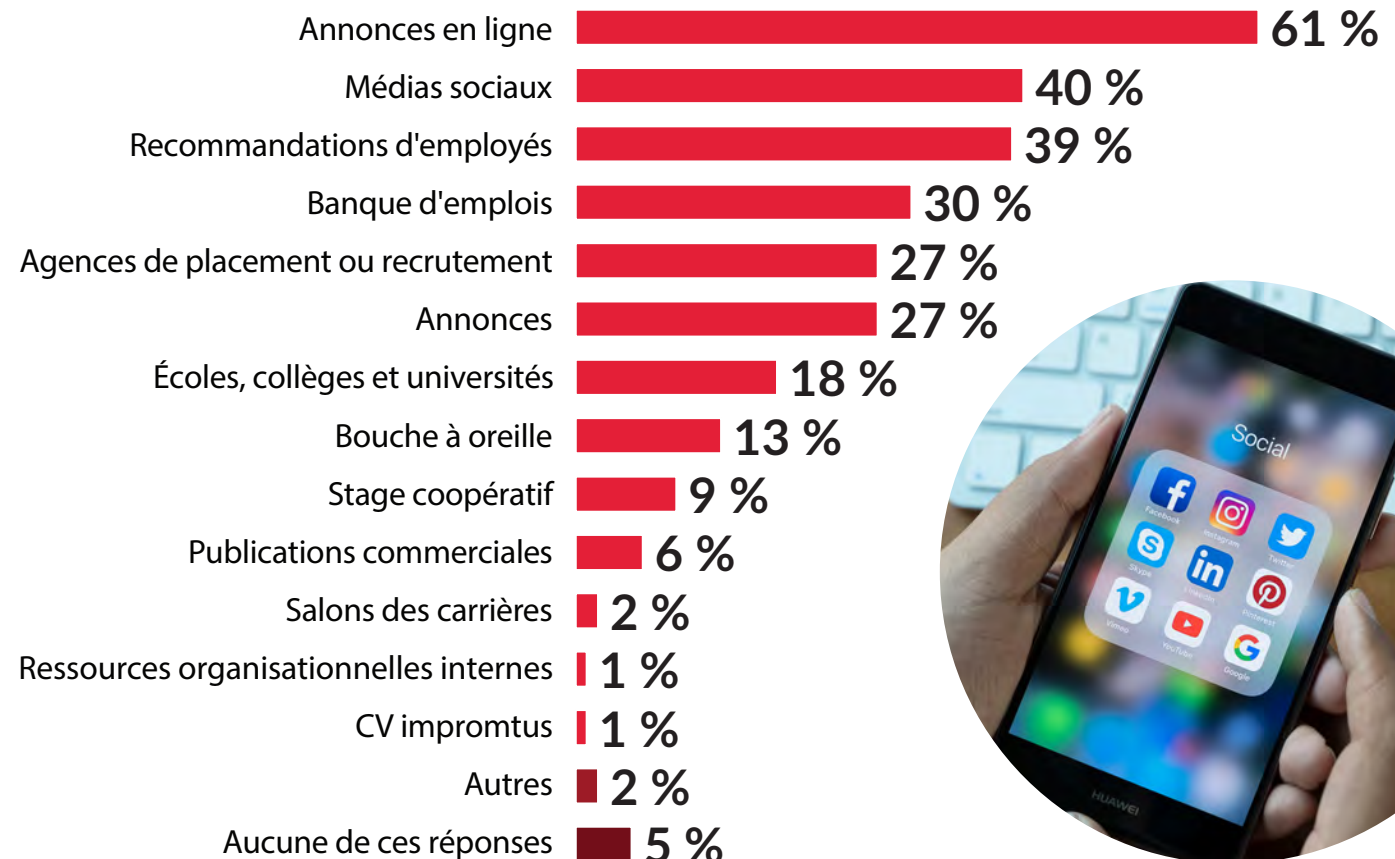


OUTILS OU RESSOURCES UTILISÉS POUR RECRUTER DES EMPLOYÉS

- La plupart des entreprises recensées (92 %) disent qu'elles attribuent des outils ou ressources au recrutement d'employés, les trois cinquièmes (61%) utilisant des annonces en ligne. Quatre compagnies sur dix ont recours aux médias sociaux (40 %) ou aux recommandations d'employés (39 %). Trois compagnies sur dix (30 %) utilisent les banques d'emplois.
- Les transformateurs de viandes (41 %) et de poisson et fruits de mer (51 %) sont parmi les plus pates à recourir aux banques d'emplois (contre 25 % pour toutes les autres industries). Le recours aux banques d'emplois est de loin le plus répandu au Canada atlantique (47 % contre 28 % pour le reste du Canada). vs. 28% ROC).

Q. Parmi les outils/ressources suivants, lesquels utilisez-vous pour faciliter le recrutement d'employés? Sélectionner tous ceux qui s'appliquent.

Base : Tous les répondants (n=740)

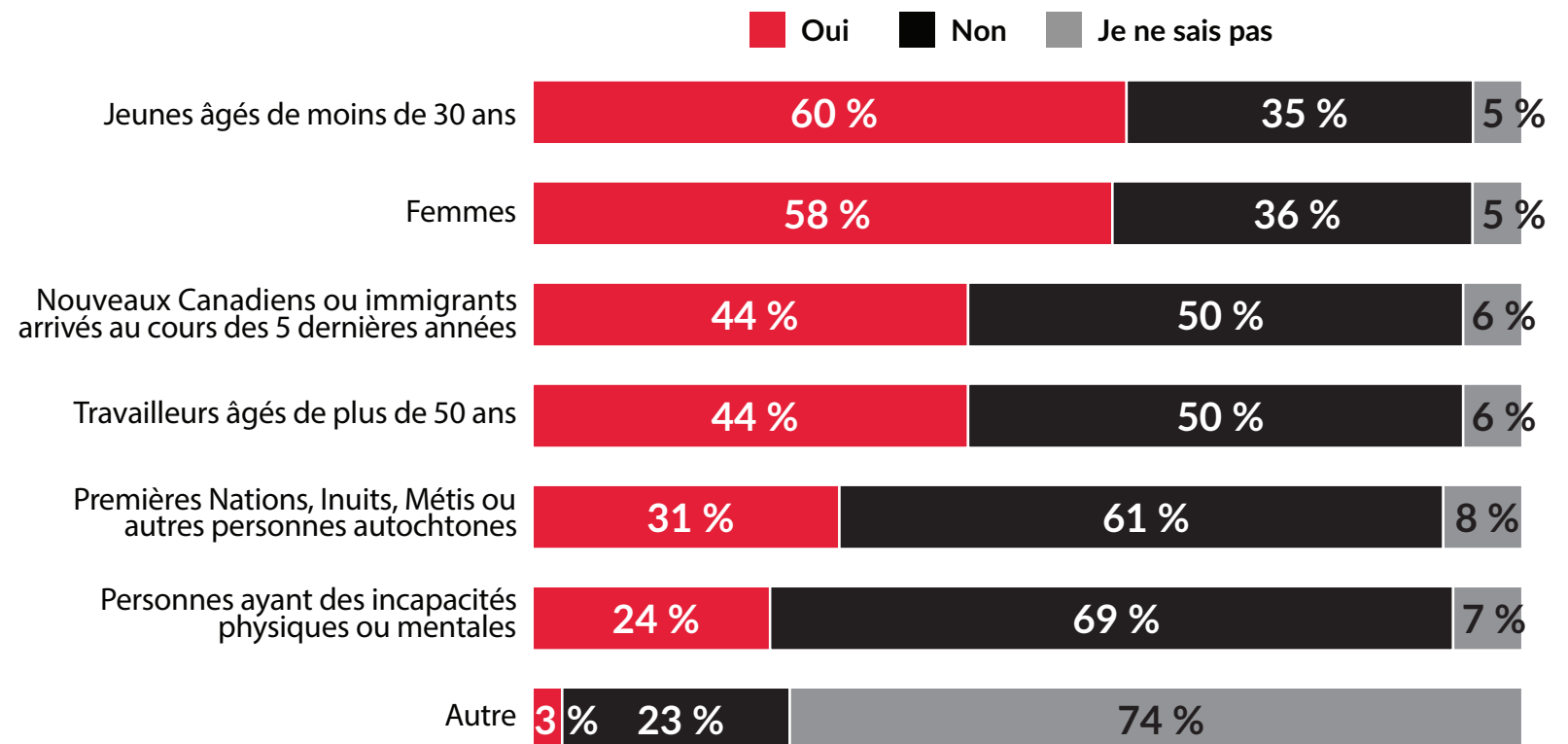


GROUPES SOUS-REPRÉSENTÉS

- Une majorité des compagnies recensées dit qu'elles s'efforcent de recruter des femmes (58 %) et des jeunes de moins de 30 ans (60 %). Malgré ceci, moins de la moitié cible tous les autres groupes sous-représentés.
- Les compagnies possédant un service de RH sont plus aptes à cibler de nouveaux immigrants (57 % contre 43 % sans personnel de RH) et des personnes ayant des incapacités physiques ou mentales (30 % contre 16 %).
- Les compagnies québécoises sont plus aptes à dire qu'elles s'efforcent de recruter des femmes (69 % contre 55 % pour le reste du pays), des travailleurs de plus de 50 ans (64 % contre 38 %), et des personnes ayant des incapacités physiques ou mentales (37 % contre 20 %).
- Plus des trois quarts (77 %) des transformateurs de poisson et de fruits de mer ciblent les jeunes de moins de 30 ans, ceci représentant la proportion la plus élevée parmi toutes les industries recensées (moyenne de 58 % pour toutes les autres industries).

Q. Vous efforcez-vous de recruter parmi les groupes sous-représentés suivants?

Base : Tous les répondants (n=740)

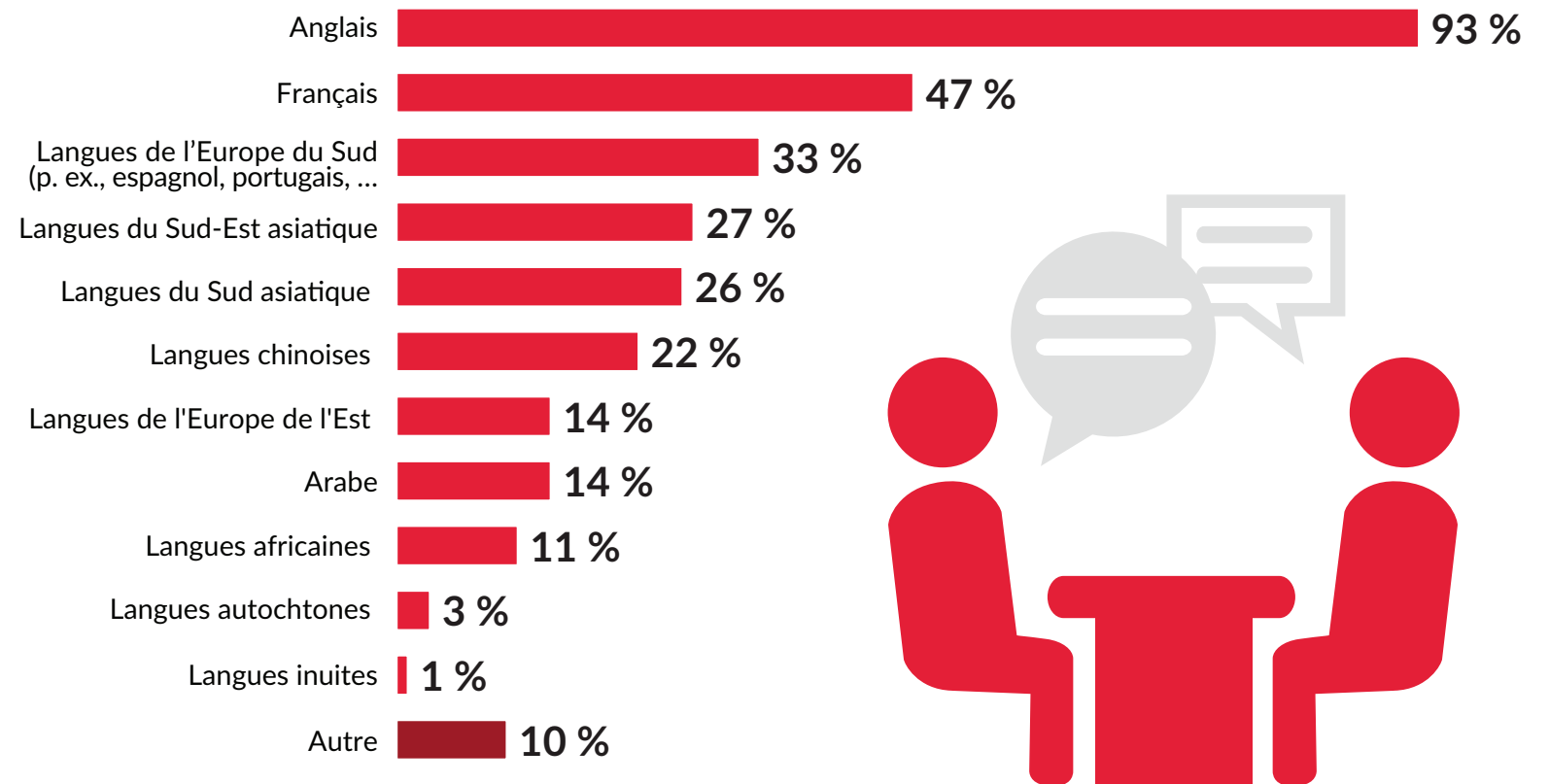


LANGUES PARLÉES DANS L'ÉTABLISSEMENT

- Presque toutes les entreprises recensées (93 %) ont mentionné qu'on parlait l'anglais dans l'établissement, près de la moitié (47 %) dit qu'on y parle français, et environ une entreprise sur trois (33 %) précise une autre langue de l'Europe du Sud.
- Mis à part l'anglais et les langues autochtones, les entreprises possédant un service de RH sont plus aptes à indiquer que toutes les autres langues sont parlées dans leur établissement.

Q. Quelles langues parle-t-on dans votre établissement. Sélectionner toutes celles qui s'appliquent.

Base : Répondants en ligne (n=269)



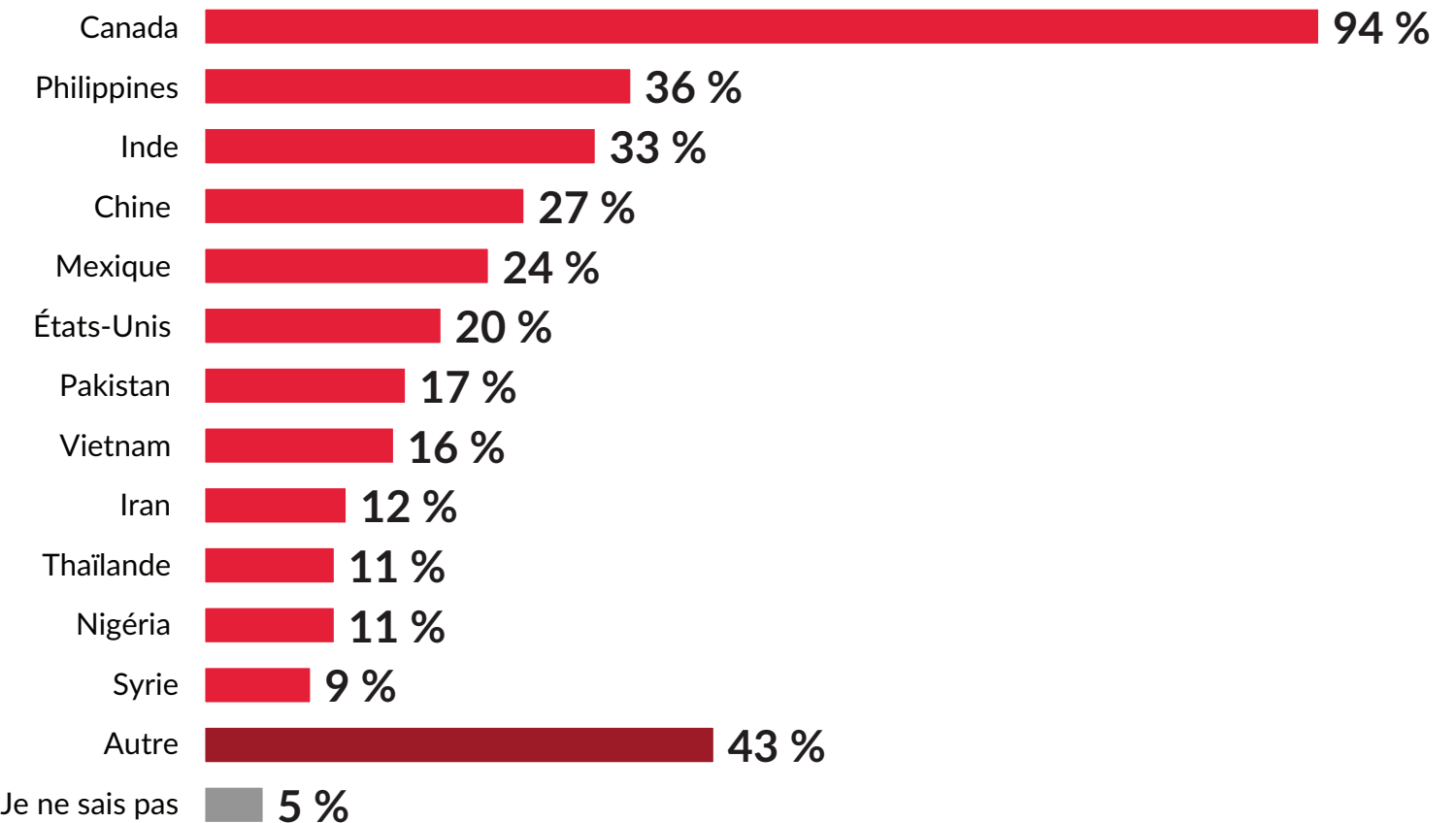
NATIONS REPRÉSENTÉES DANS L'ÉTABLISSEMENT

- Les Canadiens sont représentés dans presque toutes les entreprises recensées (94 %). La représentation est forte pour l'Inde (33 %), les Philippines (36 %) et divers autres pays non identifiés (43 %).



Q. Quelles nations sont représentées chez vous? Sélectionnez toutes celles qui s'appliquent.

Base : Répondants en ligne (n=269)



FORMATION DE L'INDUSTRIE

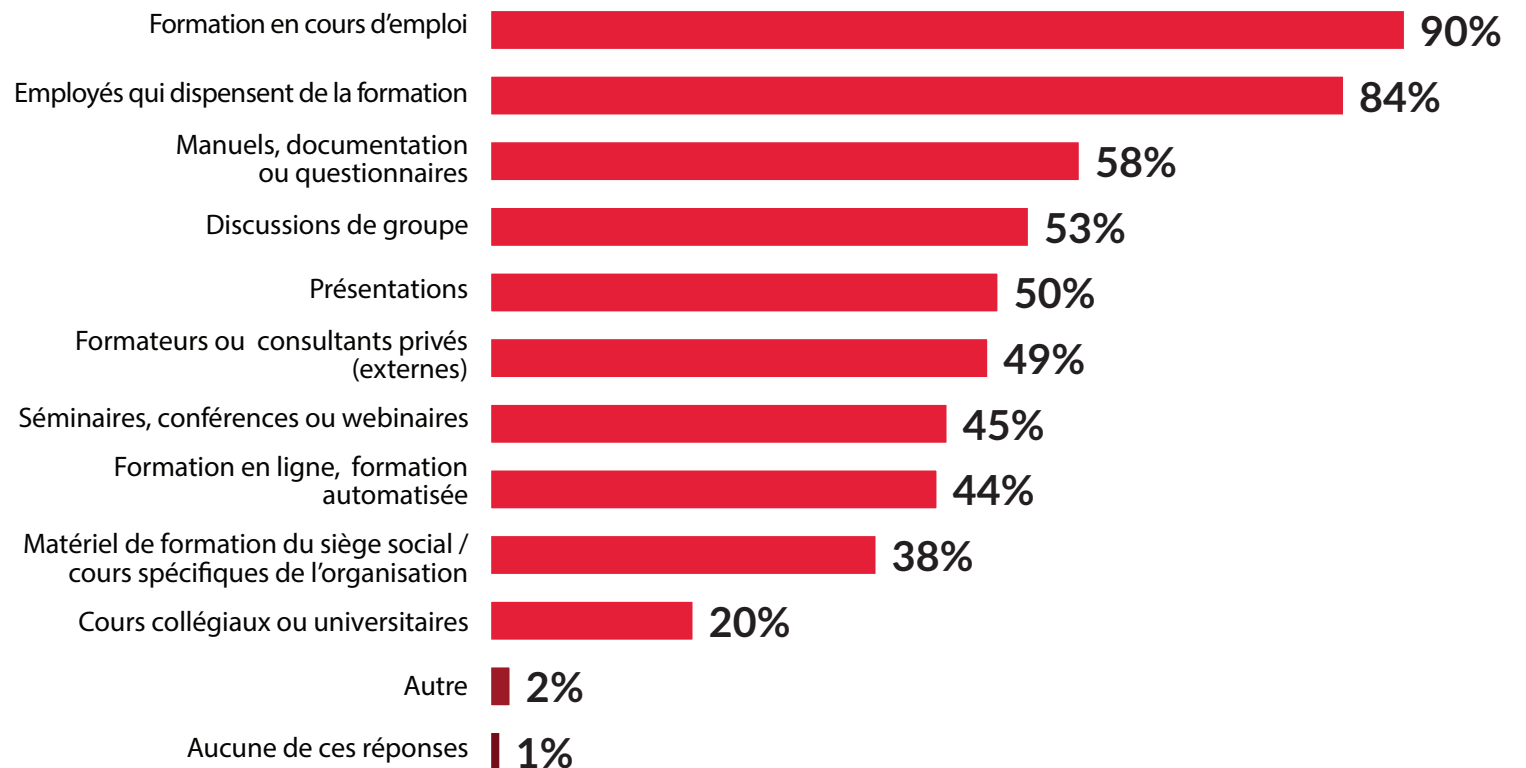


OUTILS DE FORMATION UTILISÉS ACTUELLEMENT

- La quasi-totalité (99 %) des entreprises recensées dit qu'elles utilisent un type d'outils de formation dans le milieu de travail, une grande majorité ayant précisé le recours à la formation en cours d'emploi (90 %) ou à des employés qui dispensent de la formation (84 %). La plupart utilise des groupes de discussion (53%) ou des manuels, de la documentation ou des questionnaires (58 %). La moitié dit faire des présentations (50 %) ou recourir à des formateurs externes (49 %).
- Les compagnies qui possèdent un service de RH sont statistiquement plus aptes à utiliser tous les types d'outils de formation, sauf la formation en cours d'emploi.

Q. Quels types d'outils de formation sont utilisés actuellement dans votre milieu de travail? Sélectionner tous ceux qui s'appliquent.

Base : Répondants en ligne (n=269)



BUDGET DE FORMATION

- Plus des deux tiers (68 %) des compagnies recensées ne savent pas à combien s'élève leur budget de formation annuel. Celles qui ont répondu, disent qu'elles dépensent entre 0 \$ et 1 000 000 \$, la moyenne étant environ de 70 000 \$ par année.



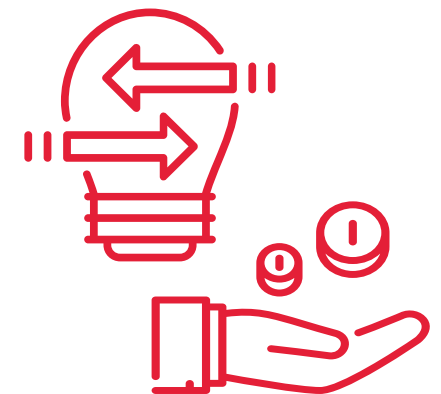
« Une proportion étonnante de 68 % des entreprises sondées ont répondu « Je ne sais pas » à la question demandant combien elles dépensent tous les ans pour la formation. »

Q. Combien votre organisation dépense-t-elle annuellement pour la formation? Base : Répondants en ligne (n=269)

70 348 \$

Budget de formation annuel moyen

Ne sait pas : 68 %

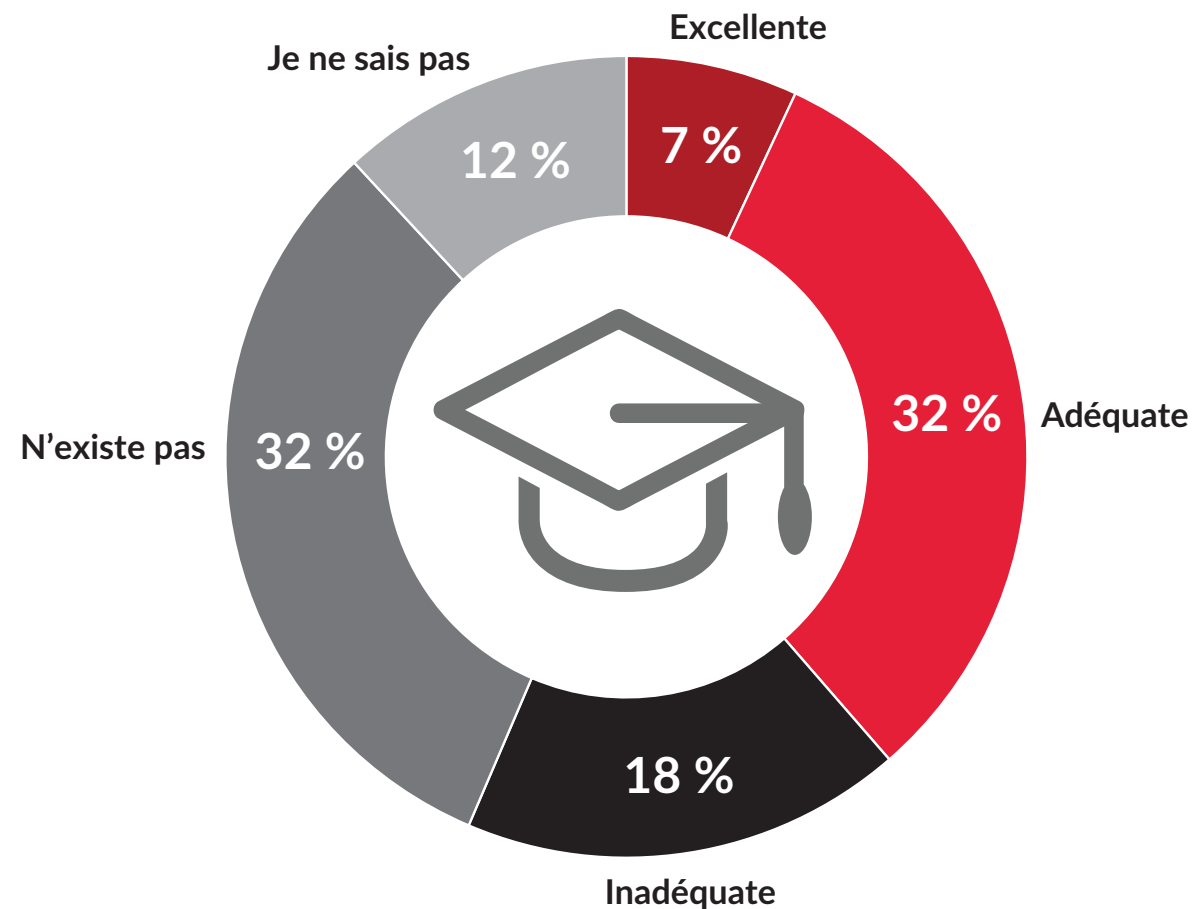


PROGRAMMATION ÉDUCATIVE

- Près de la moitié (49 %) des transformateurs d'aliments et de boissons dit que la programmation éducative visant à former des diplômés pour leur secteur est inadéquate (18 %) ou n'existe pas (32 %). Seulement quatre compagnies sur dix (39 %) pensent qu'elle est marginalement adéquate.
- Les trois cinquièmes (61 %) des fabricants de mouture de grains céréaliers et de graines oléagineuses et une majorité (53 %) des fabricants de sucre et confiseries, qualifient la programmation éducative de leur secteur comme étant au moins adéquate. Dans tous les autres secteurs, moins de la moitié est du même avis pour la programmation éducative de leur secteur respectif, la perception étant la plus faible dans les secteurs des viandes (26 %) et du poisson et des fruits de mer (34 %).

Q. Comment décririez-vous la programmation éducative visant à produire des diplômés pour votre secteur?

Base : Tous les répondants (n=740)



PROGRAMMES GOUVERNEMENTAUX ET APPARTENANCE À DES ORGANISATIONS

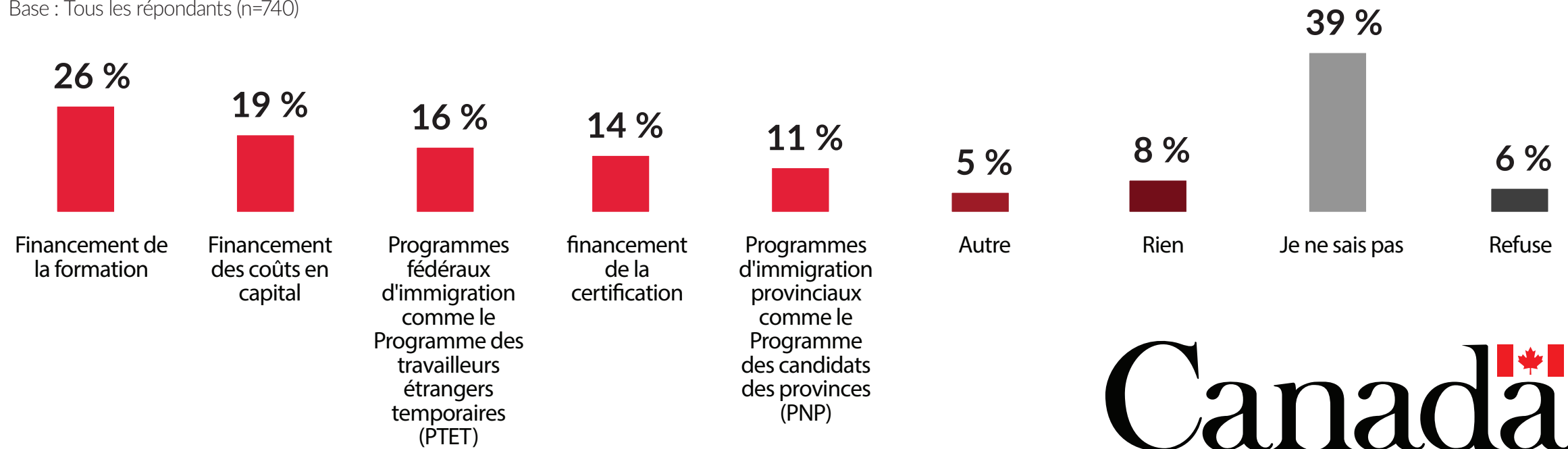


PROGRAMMES GOUVERNEMENTAUX UTILISÉS

- Les entreprises québécoises sont les plus aptes à dire qu'elles n'utilisent aucun programme gouvernemental (19 % contre 4 % pour le reste du pays).
- Les entreprises possédant un service de RH sont plus aptes à dire qu'elles ont recours à des programmes d'immigration provinciaux tels que le PCP (20 % contre 10 % sans service de RH).
- De nombreuses entreprises recensées (39 %) ne savent pas si l'organisation utilise ou non des programmes gouvernementaux. Parmi celles qui le font, la plus grande proportion a cité le financement pour la formation (26 %) et ensuite un financement pour les coûts en capital (19 %).

Q. Utilisez-vous un ou plusieurs programmes (provinciaux ou fédéraux) ?

Base : Tous les répondants (n=740)



Canada 

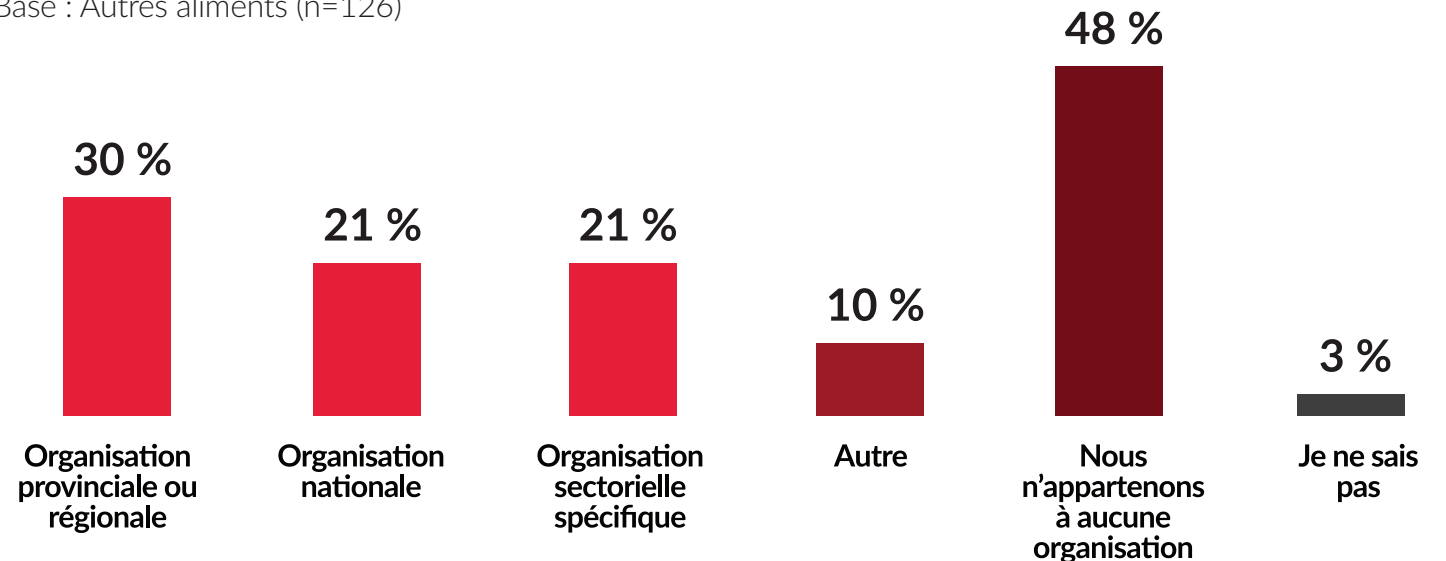
ADHÉSIONS ORGANISATIONNELLES D'AUTRES TRANSFORMATEURS D'ALIMENTS ORGANISATIONS

- Un peu plus de la moitié (52 %) des autres transformateurs d'aliments ont mentionné qu'ils appartenaient à des organisations nationales, provinciales ou sectorielles spécifiques, la plupart ayant mentionné appartenir à une organisation provinciale ou régionale ou sectorielles (21 %).



Q. Appartenez-vous à des organisations nationales, provinciales ou sectorielles spécifiques? Sélectionner toutes celles qui s'appliquent.

Base : Autres aliments (n=126)



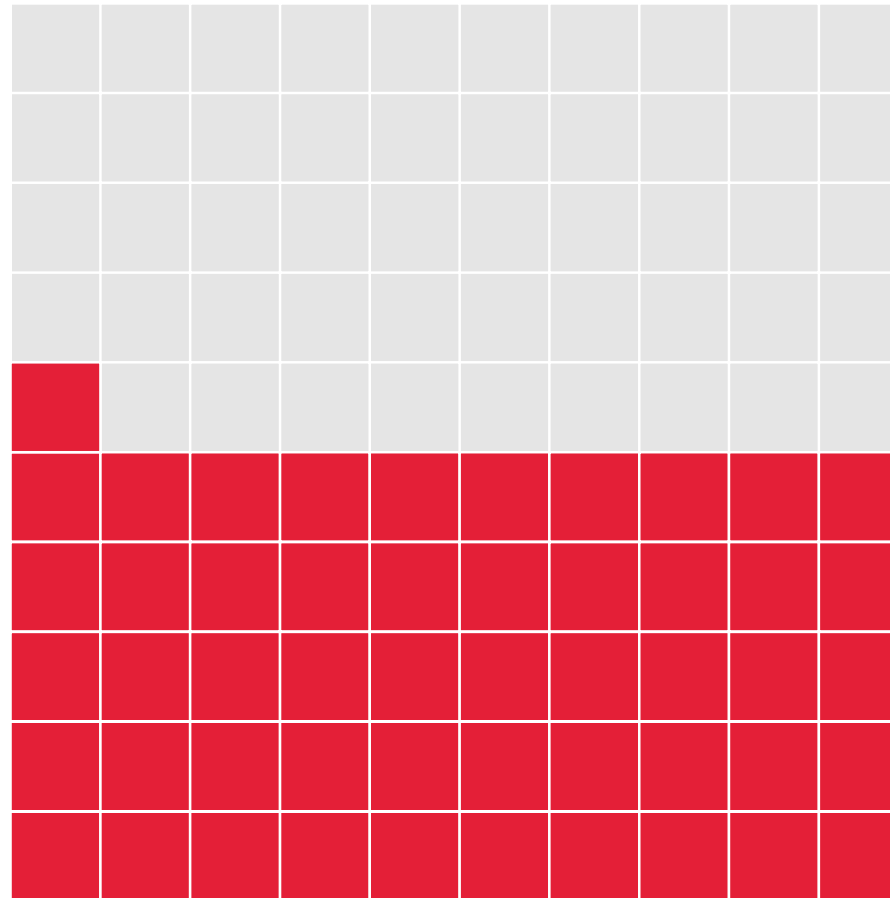
La fabrication d'autres aliments comprend la fabrication d'aliments à grignoter, la fabrication de café et de thé, la fabrication de sirops et de concentrés aromatisants, la fabrication d'assaisonnements et de vinaigrettes, et la fabrication de tous les autres aliments. La fabrication d'autres aliments comprend toute la fabrication d'aliments n'appartenant à aucun autre secteur.

REPRÉSENTATION ADÉQUATE D'AUTRES TRANSFORMATEURS D'ALIMENTS

- Seulement près de la moitié des autres transformateurs d'aliments recensés appartenant à une organisation nationale, provinciale ou sectorielle spécifique disent que leur organisation les représente adéquatement.

Q. Êtes-vous bien représenté par les organisations nationales, provinciales ou sectorielles spécifiques?

Base : Appartenance à une organisation (n=51*)
*petite base; **très petite base



51 %

OUI, sont représentés adéquatement par des organisations nationales, provinciales, sectorielles.





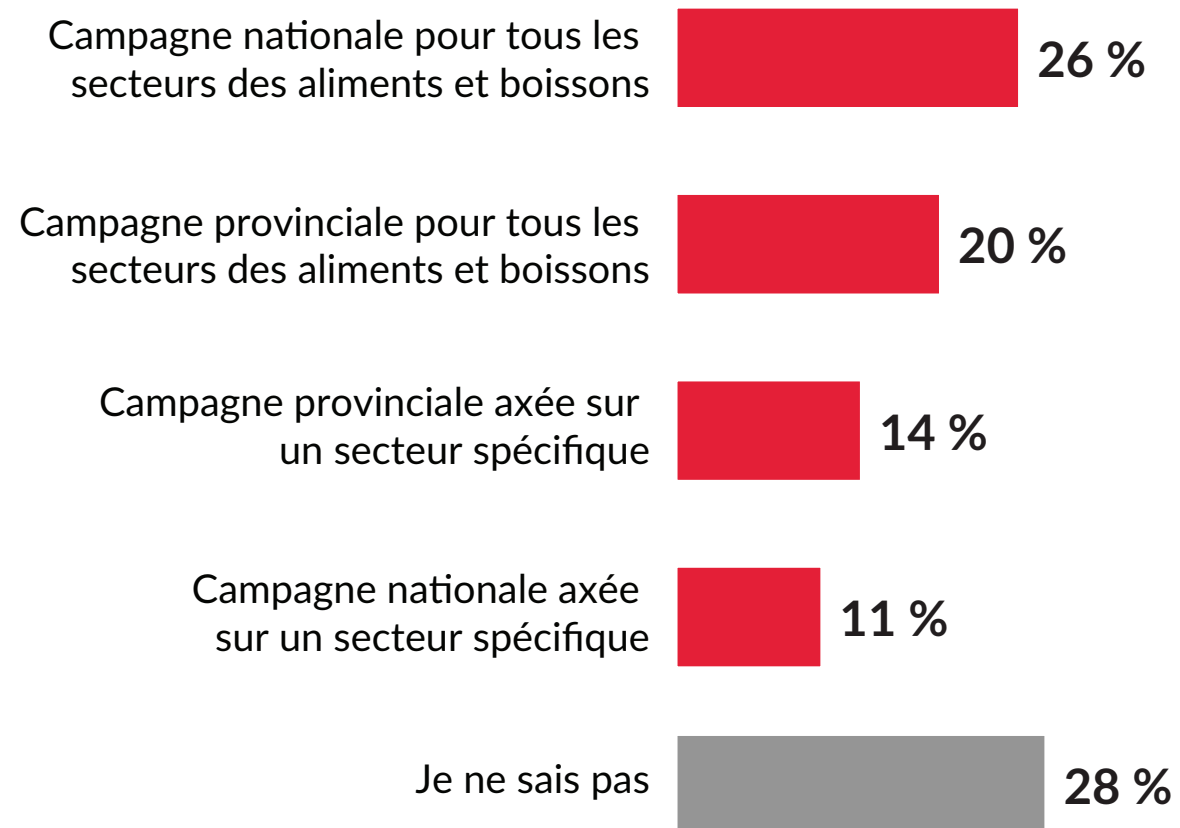
« Seulemeⁿt environ la moitié des transformateurs d'aliments et de boissons interrogés qui appartiennent à une organisation nationale, provinciale ou sectorielle se sentent adéquatement représentés par ladite organisation. »

CAMPAGNE LA PLUS EFFICACE POUR L'INDUSTRIE

- En réponse à une question posée sur le type de campagne susceptible d'être la plus efficace pour améliorer l'image de l'industrie, plusieurs entreprises (28 %) ont répondu qu'elles n'étaient pas certaines. La proportion la plus élevée parmi ceux qui ont répondu, mentionne des campagnes nationales pour tous les secteurs des aliments et des boissons (26 %).
- Les entreprises qui n'ont pas de service de RH sont plus aptes à trouver des campagnes provinciales (28 % contre 15 % avec service de RH) plus efficaces et sont moins aptes à voir les campagnes nationales pour tous les secteurs des aliments et boissons comme l'étant (17 % contre 33 % avec service de RH).

Q. Quel type de campagne serait plus efficace pour améliorer l'image de l'industrie?

Base : Répondants en ligne (n=269)



MÉDIAS SOCIAUX ET MÉTHODOLOGIE

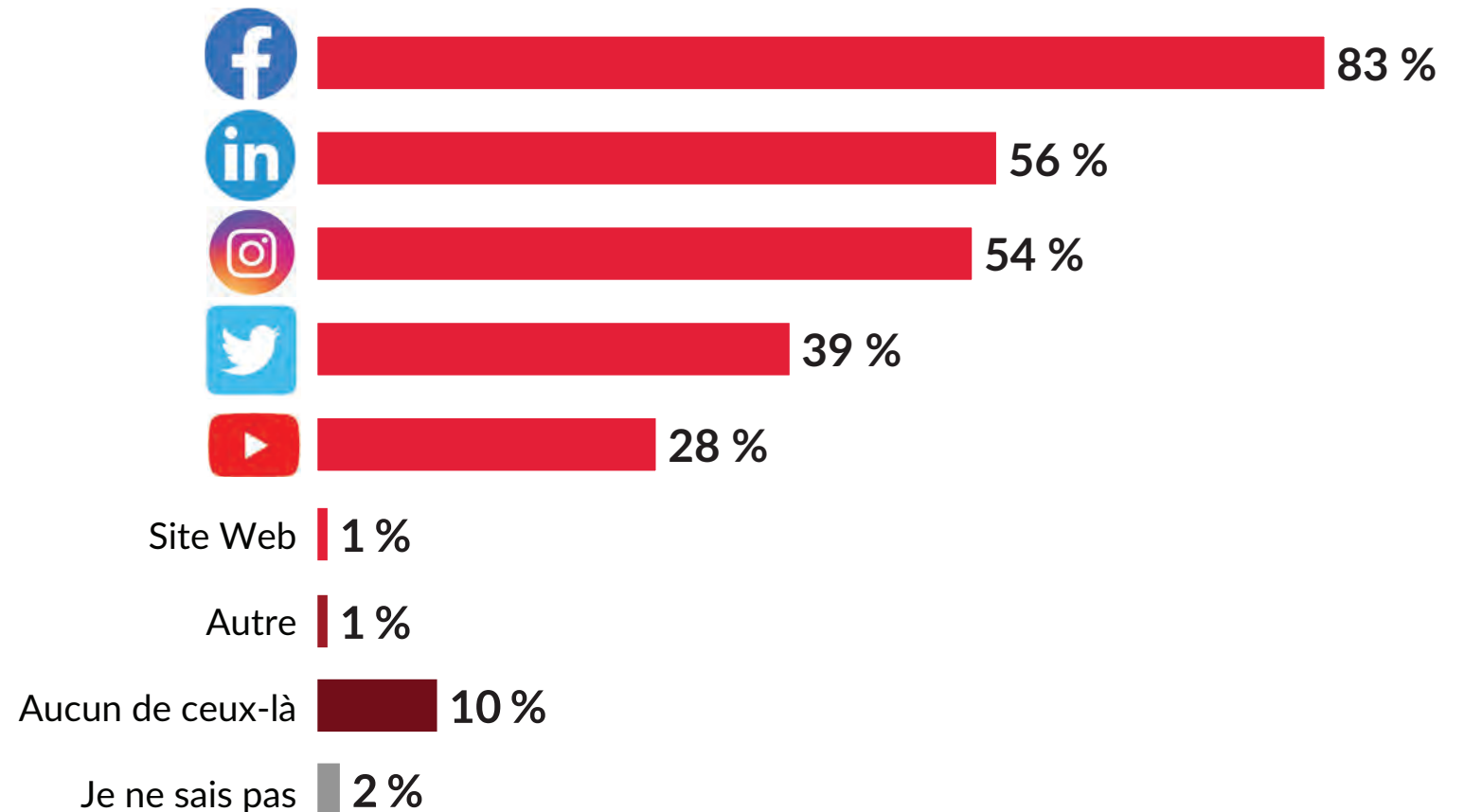


PRÉSENCE DANS LES MÉDIAS SOCIAUX

- Neuf compagnies recensées sur dix (90 %) affirment avoir une présence dans les médias sociaux, la plus grande part citant Facebook (83 %), alors que plus de la moitié a une présence sur LinkedIn (56 %) ou Instagram (54 %). Quatre compagnies sur dix (39 %) sont sur Twitter, et près de trois sur dix (28 %) sur YouTube.
- Les compagnies qui possèdent un service de RH sont plus aptes à avoir une présence sur Twitter (44 % contre 32 % sans service de RH), LinkedIn (71 % contre 36 %) et YouTube (34 % contre 18 %).
- Quatre fabricants de boissons sur cinq (80 %) sont sur Instagram, comparativement à seulement la moitié (48 %) pour toutes les autres industries.

Q. Dans quels médias sociaux, le cas échéant, votre organisation a-t-elle une présence? Sélectionner tous ceux qui s'appliquent.

Base : Répondants en ligne (n=269)



MÉTHODOLOGIE



SOMMAIRE

Résultats d'un sondage Ipsos mené au nom de CTAC.



ÉCHANTILLON ET DATES

Pour ce sondage, nous avons retenu un échantillon de n=740 transformateurs d'aliments et de boissons, dont n=269 ont rempli le sondage en ligne et n=471 au téléphone. Le sondage en ligne a été réalisé entre le 13 février et le 21 mai 2020, et CTAC a envoyé les invitations pour le sondage en ligne. Le sondage téléphonique a été réalisé entre les 20 et 23 mars 2020, et ensuite entre le 27 avril et le 20 mai 2020.

Certaines questions ne se trouvaient que dans le sondage en ligne, car le sondage téléphonique devait être plus court pour les participants.



QUOTAS ET PONDÉRATION

Aucun quota n'a été employé et les données de la présente étude n'ont pas été pondérées.





INFORMATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL

PROPULSÉ PAR COMPÉTENCES TRANSFORMATION ALIMENTAIRE CANADA



CTAC



COMPÉTENCES TRANSFORMATION
ALIMENTAIRE CANADA

FOOD PROCESSING
SKILLS CANADA

www.fpssc-ctac.com