

Voici le commentaire de la Jeune Chambre de commerce de Montréal (JCCM) en lien avec la Réflexion 2050, l'étape préliminaire à l'élaboration du Plan d'urbanisme et de mobilité qui planifiera l'avenir de la Ville de Montréal jusqu'en 2050.

Après avoir pris connaissance des différents documents présentés et avoir participé à la dernière table de concertation organisée par l'Office de consultation publique de Montréal, la JCCM estime que les quatre grandes orientations du Projet rejoignent celles de la JCCM :

Accélérer la transition écologique dans le but d'améliorer la qualité de vie de demain, ce qui implique de produire et de consommer autrement dès aujourd'hui.

Renforcer la solidarité, l'équité et l'inclusion parce que l'aménagement du territoire et la mobilité doivent aussi contribuer à réduire les inégalités.

Stimuler l'innovation et la créativité notamment grâce aux initiatives d'économie circulaire portées par des entreprises ou par des citoyennes et citoyens. Ces initiatives ont un impact positif sur l'environnement et créent un sentiment d'appartenance à la ville, au quartier, à une communauté.

Amplifier la démocratie et la participation en reconnaissant l'importance de la participation citoyenne et le rôle des organismes dans la prise de décision, tout en priorisant l'intérêt collectif.

Selon les priorités de la JCCM, parmi les 10 souhaits pour l'avenir présentés dans l'aperçu de propositions du Projet, les suivants sont les plus importants (sans ordre précis) :

De nouveaux liens verts, actifs et collectifs amoindrissent les effets de barrière des autoroutes et des autres grandes infrastructures de transport. Que les transports collectifs soient performants et confortables. Qu'ils permettent aux Montréalais et Montréalaises d'accéder aux pôles d'emplois et aux grands équipements collectifs et de réduire les iniquités.

Que les quartiers industriels soient transformés : qu'ils soient verdis et accessibles en transports actifs et collectifs. Plus compacts, ils abritent une diversité d'activités économiques, de fonctions complémentaires et compatibles.

Les espaces naturels et verts riches en biodiversité sont plus nombreux et mieux protégés à Montréal. Ils sont maintenant interreliés par des corridors verts en plus d'être accessibles à toute la population.

La JCCM considère que le projet présenté est guidé par des objectifs louables et adéquats et des priorités qui sont alignées avec les attentes de la relève d'affaires montréalaise. Le tout étant encore très préliminaire pour l'instant, il faudra s'assurer de ne pas perdre ces principes directeurs de vue lors de l'opérationnalisation des différentes mesures et la JCCM souhaite ardemment être tenue informée et consultée dans le cadre des prochaines étapes de ce dossier.

Nous vous invitons à consulter notre étude publiée en 2021 en pièce jointe pour en apprendre davantage sur les souhaits et les aspirations de la

relève d'affaires montréalaise dans le cadre de la relance post-pandémique (notamment au niveau de l'urbanisme).

Rapport

Impact de la pandémie sur la population active montréalaise

Enquête auprès des 18-41 ans

Rapport préparé pour :



**JEUNE CHAMBRE
DE COMMERCE
DE MONTRÉAL**

DATE 2021-04-09 NUMÉRO DE PROJET 15643-002

Leger



Table des matières

— APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	3
— FAITS SAILLANTS	5
— RÉSULTATS DÉTAILLÉS	8
1. Effets de la pandémie sur les habitudes des répondants	9
2. Effets de la pandémie sur le plan de carrière des répondants	21
3. Stress et inquiétude face à l'avenir	34
— PROFIL DES RÉPONDANTS	43
— ÉQUIPE	45



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

MÉTHODOLOGIE

La Jeune Chambre de Commerce de Montréal (JCCM) a mandaté Léger pour réaliser un sondage auprès de ses membres et de non-membres au sujet de leur vision et leurs besoins relativement au travail et à leur milieu de vie professionnel, dans la foulée des changements apportés par la pandémie de COVID-19.

MÉTHODE	Un sondage Web a été réalisé auprès de 559 répondants, provenant d'une liste client ainsi que du panel Léger, ceux-ci pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
RÉPONDANTS	6 908 envois ont été faits par Léger à partir de la liste d'adresses courriel fournie par la JCCM. Afin de maximiser le taux de réponse, des rappels aux membres ont été fait les 9 et 18 mars.
QUAND ?	Les données ont été collectées du 3 au 22 mars 2021 .
MARGE D'ERREUR	À titre indicatif, un échantillon probabiliste de 559 répondants aurait une marge d'erreur de +/-4,1% 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction du sexe afin d'assurer un échantillon représentatif des membres de l'ACQ.
DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES	Les nombres en caractères gras et rouges indiquent une différence significative statistiquement inférieure par rapport au complément, alors que les nombres en caractères gras et verts indiquent une différence significative statistiquement supérieure par rapport au complément.

NOTES AUX LECTEURS

NSP

La mention « NSP », qui apparaît dans le rapport, signifie « Ne sait pas ».

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.



FAITS SAILLANTS

FAITS SAILLANTS

EFFETS DE LA PANDÉMIE SUR LES HABITUDES DES RÉPONDANTS

Depuis le début de la pandémie de COVID-19, les trois quarts (76%) des répondants travaillent ou étudient à distance. Lorsque la majorité des personnes pourront retourner travailler au bureau, la moitié des répondants considèrent ne pas changer la fréquence à laquelle ils prenaient les transports avant la pandémie (vélo, marche, voiture, transports en commun). Tout de même, deux personnes sur cinq (40%) considèrent prendre le vélo ou marcher plus souvent depuis cette nouvelle réalité. Une personne sur cinq (20%) songe prendre la voiture davantage.

16% des répondants ont l'intention d'utiliser le transport en commun, le vélo ou marcher pour faire de l'exercice, du sport, pour se remettre en forme ou afin de compenser pour leur sédentarité (télétravail).

La majorité des répondants (87%) ont totalement ou partiellement déserté le centre-ville de Montréal. Par ailleurs, 65% ont hâte de recommencer à fréquenter le centre-ville. Les répondants de 18 à 24 ans sont significativement plus nombreux à avoir hâte de retourner au centre-ville. Plus des trois quarts (77%) des répondants qui ont déserté le centre-ville disent que les restaurants, les bars et les cafés sont ce qui leur manque le plus du centre-ville.

Parmi tous les répondants, près de sept sur dix (68%) ont davantage acheté dans leurs commerces de proximité depuis le début de la pandémie. Parmi ceux-ci, la totalité (98%) ont l'intention de continuer de le faire. De plus, près de trois répondants sur cinq (58%) ont acheté davantage de produits fabriqués ou provenant du Québec dans les derniers mois.

La crise de santé publique a également eu un impact positif sur le désir que les gouvernements et les entreprises posent plus de gestes, plus rapidement, pour l'environnement et le développement durable, pour 65% des répondants. Pour plus de la moitié des répondants (55%), la crise de COVID-19 a eu un impact positif sur leurs efforts pour le développement durable.

EFFETS DE LA PANDÉMIE SUR LE PLAN DE CARRIÈRE

Pour certains entrepreneurs, la pandémie a remis à plus tard un projet d'affaire (42%), a offert l'opportunité d'entreprendre un projet d'affaires à impact social ou environnemental (36%) et a donné envie d'effectuer une transformation écoresponsable de leur entreprise (33%).

Près de neuf répondants sur dix (87%) ont confiance en leur perspectives de carrières futures suite à la pandémie. Deux répondants sur cinq (42%) considèrent qu'il sera plus complexe d'intégrer un nouvel emploi dans le futur alors que 44% pensent que la situation sera similaire à avant la pandémie.

FAITS SAILLANTS

EFFETS DE LA PANDÉMIE SUR LE PLAN DE CARRIÈRE (SUITE)

Parmi ceux considérant qu'il sera plus complexe d'intégrer un nouvel emploi dans le futur, deux répondants sur cinq (40%) disent que c'est l'intégration à distance (télétravail ou hybride) qu'ils trouveront plus difficile.

Trois répondants sur dix (29%) ont effectué un changement de carrière suite à la crise sanitaire. Les raisons principales ayant motivé un changement de carrière sont:

- Le besoin d'avoir un emploi plus près de leurs valeurs / avoir un impact positif sur la société (19%)
- Le fait que la pandémie a affecté (emploi est en difficulté ou ne sera plus comme avant) le secteur d'activité des répondants (16%).

64% des répondants jugent que le meilleur ratio entre le travail au bureau et le télétravail est d'être la moitié de la semaine en télétravail (2-3 jours) et les autres jours au bureau.

Pour attirer la relève d'affaires, plus de quatre répondants sur cinq (82%) disent que les organisations devraient établir clairement une politique en matière d'équité, pour mieux inclure les diversités.

STRESS ET INQUIÉTUDE FACE À L'AVENIR

Face à l'avenir, plus de la moitié des répondants (52%) disent vivre du stress par rapport au climat politique et social ainsi que par rapport aux changements climatiques. Les répondants sont aussi stressés relativement à leurs finances personnelles (38%), leur santé personnelle ou celle d'autrui.

Près de la moitié (46%) des répondants affirment que leur santé mentale sera affectée à long terme suite aux mesures sanitaires déployées depuis mars 2020.

Parmi ceux qui croient que leur santé psychologique sera affectée, les raisons suivantes sont les plus mentionnées:

- Le manque de vie sociale / la difficulté / incapacité de voir leurs proches (28%)
- L'anxiété / stress / dépression (aggravé par la crise) (23%)
- La solitude / l'isolement (22%)

Pour prendre soin de leur santé mentale, sept répondants sur dix (71%) ont des discussions avec des proches ou des amis, font de l'activité physique (70%) ou pratiquent une bonne hygiène de vie (sommeil, repas équilibrés, etc.) (69%).

Finalement, les trois quarts des répondants (76%) sont inquiets quant aux impacts potentiels que la pandémie pourrait avoir sur leur avenir et sur les générations futures.



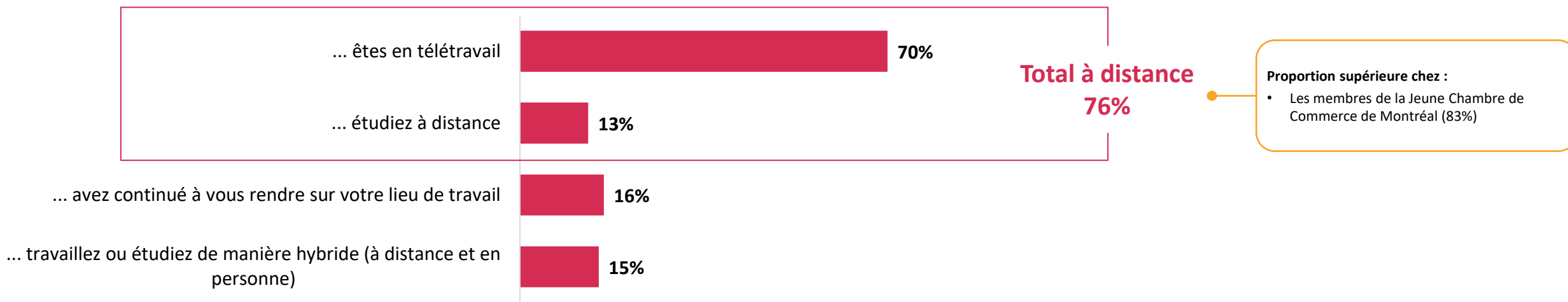
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Effets de la pandémie sur les habitudes des répondants

TRAVAIL ET ÉTUDES À DISTANCE

Q1. Depuis le début de la pandémie de COVID-19, vous ... PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Tous les répondants sauf les personnes sans emploi (n=524)

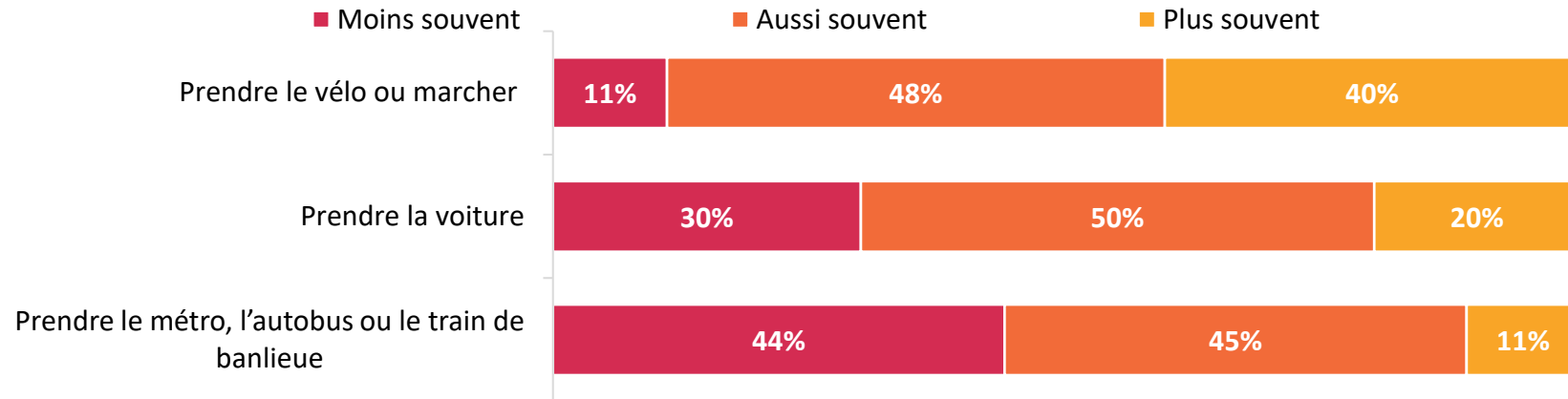


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	524	204	320	61	300	163	368	155
TOTAL A DISTANCE	76%	70%	80%	74%	79%	71%	76%	75%
... êtes en télétravail	70%	63%	74%	41%	76%	69%	71%	68%
... étudiez à distance	13%	15%	12%	51%	9%	6%	11%	17%
... avez continué à vous rendre sur votre lieu de travail	16%	23%	13%	25%	11%	23%	13%	26%
... travaillez ou étudiez de manière hybride (à distance et en personne)	15%	17%	15%	18%	16%	14%	17%	12%

INTENTION DE PRENDRE CERTAINS MODES DE TRANSPORT

Q2. Lorsque la majorité des personnes pourront retourner travailler au bureau, avez-vous l'intention de prendre les modes de transport plus souvent, aussi souvent, moins souvent?

Base : Tous les répondants (n=559)

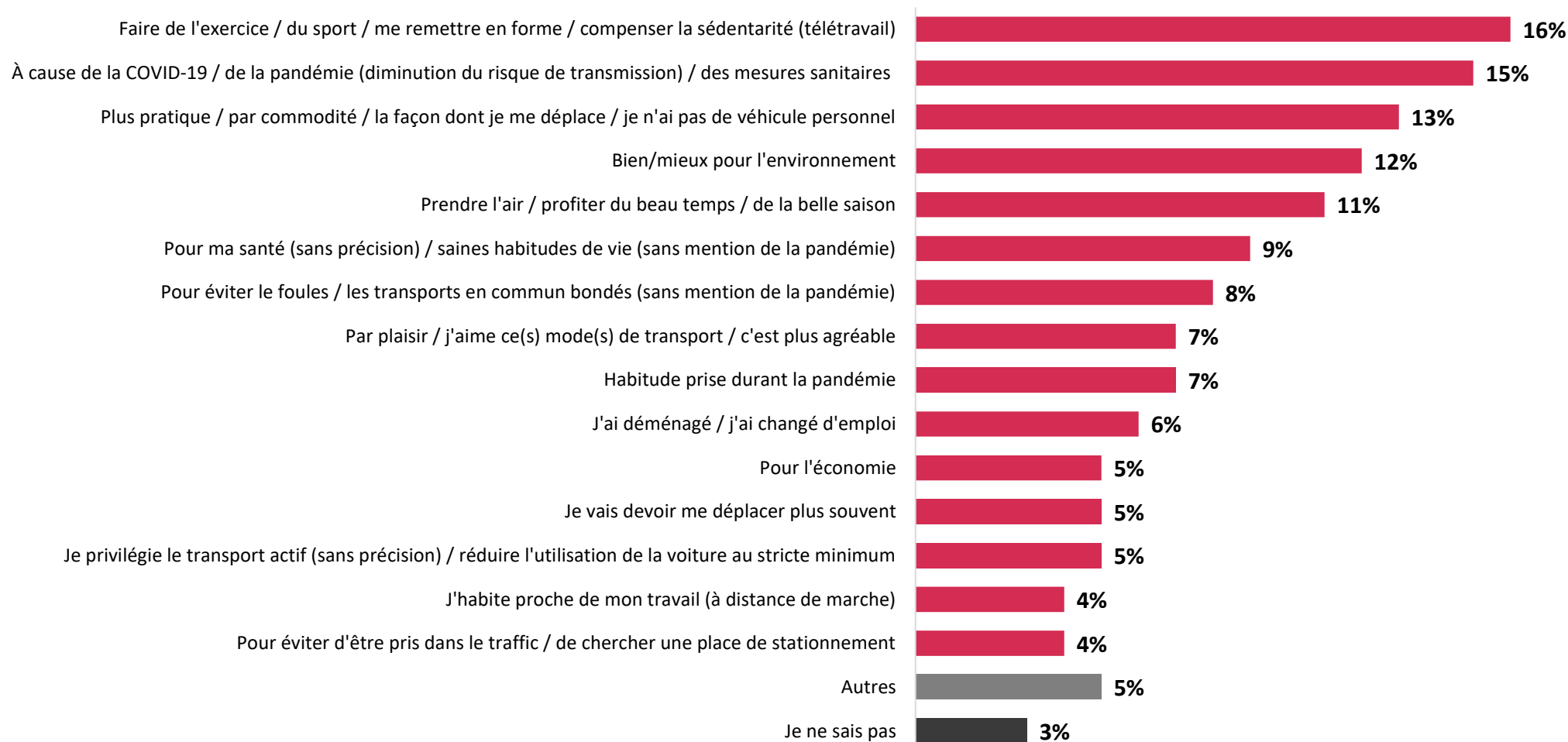


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Prendre le vélo ou marcher								
Plus souvent	40%	42%	39%	45%	42%	34%	40%	40%
Aussi souvent	48%	46%	50%	44%	48%	51%	53%	40%
Moins souvent	11%	13%	11%	11%	10%	14%	8%	20%
Prendre la voiture								
Plus souvent	20%	17%	22%	18%	19%	22%	18%	24%
Aussi souvent	50%	54%	47%	47%	51%	49%	51%	47%
Moins souvent	30%	29%	31%	35%	30%	29%	31%	29%
Prendre le métro, l'autobus ou le train de banlieue								
Plus souvent	11%	13%	10%	18%	11%	9%	10%	13%
Aussi souvent	45%	43%	47%	55%	45%	42%	48%	39%
Moins souvent	44%	44%	43%	27%	44%	49%	42%	48%

MOTIVATIONS À PRENDRE LE TRANSPORT ACTIF (1/2)

Q3. Qu'est-ce qui explique votre intention de prendre le transport en commun, votre vélo ou de marcher plus?

Base : Les répondants qui ont dit prendre plus souvent le transport en commun, le vélo ou marcher plus souvent (n=249)



D'autres mentions, comme *Je n'aurai pas le temps de me déplacer aussi souvent (télétravail)*, *Pour gagner du temps / déplacements plus rapides*, *Pour me rendre au travail (sans précision)*, ont été mentionnés par 2% des répondants ou moins.

MOTIVATIONS À PRENDRE LE TRANSPORT ACTIF (2/2)

Q3. Qu'est-ce qui explique votre intention de prendre le transport en commun, votre vélo ou de marcher plus?

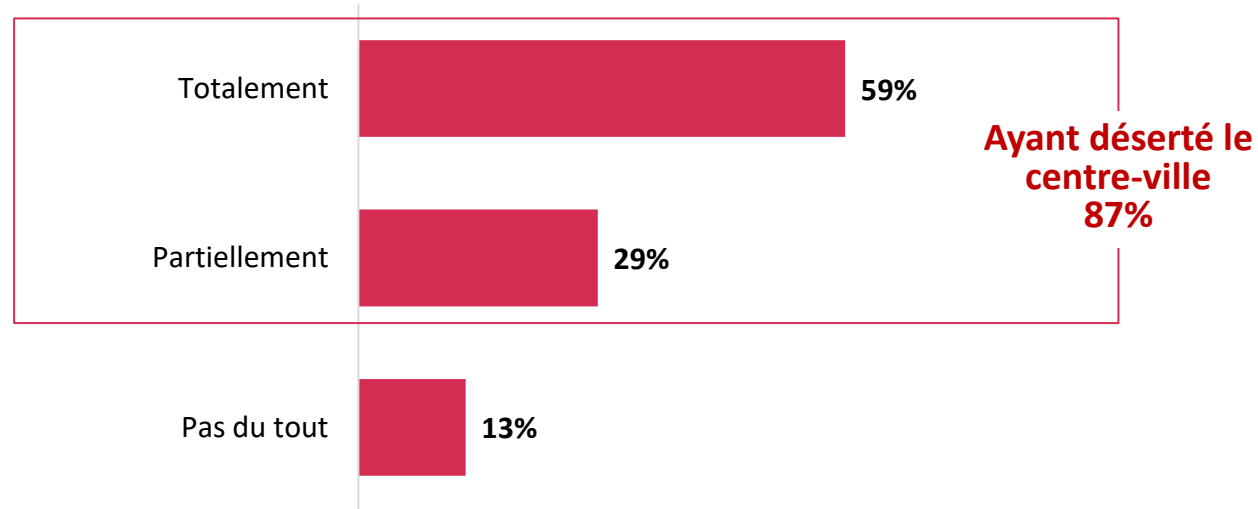
Base : Les répondants qui ont dit prendre plus souvent le transport en commun, le vélo ou marcher plus souvent (n=249)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	249	100	149	33	148	68	170	78
Faire de l'exercice / du sport / me remettre en forme / compenser la sédentarité (télétravail)	16%	20%	13%	9%	16%	18%	18%	10%
À cause de la COVID-19 / de la pandémie (diminution du risque de transmission) / des mesures sanitaires	15%	13%	17%	12%	16%	16%	16%	13%
Plus pratique / par commodité / la façon dont je me déplace / je n'ai pas de véhicule personnel	13%	9%	16%	9%	15%	12%	14%	13%
Bien/mieux pour l'environnement	12%	14%	11%	18%	9%	15%	12%	12%
Prendre l'air / profiter du beau temps / de la belle saison	11%	10%	12%	18%	10%	10%	12%	10%
Pour ma santé (sans précision) / saines habitudes de vie (sans mention de la pandémie)	9%	11%	7%	12%	9%	6%	5%	17%
Pour éviter le foules / les transports en commun bondés (sans mention de la pandémie)	8%	6%	9%	0%	9%	10%	10%	4%
Par plaisir / j'aime ce(s) mode(s) de transport / c'est plus agréable	7%	4%	9%	12%	7%	6%	8%	6%
Habitude prise durant la pandémie	7%	5%	9%	9%	5%	10%	9%	3%
J'ai déménagé / j'ai changé d'emploi	6%	7%	5%	3%	8%	1%	6%	5%
Pour l'économie	5%	5%	5%	12%	6%	0%	5%	6%
Je vais devoir me déplacer plus souvent	5%	4%	5%	3%	5%	4%	5%	5%
Je privilégie le transport actif (sans précision) / réduire l'utilisation de la voiture au strict minimum	5%	6%	5%	0%	7%	4%	7%	1%
J'habite proche de mon travail (à distance de marche)	4%	7%	2%	3%	5%	1%	4%	5%
Pour éviter d'être pris dans le trafic / de chercher une place de stationnement	4%	2%	5%	0%	4%	4%	4%	4%
Autres	5%	4%	6%	9%	3%	7%	5%	6%
Je ne sais pas	3%	6%	1%	0%	3%	6%	2%	5%

DÉSERTÉ LE CENTRE-VILLE

Q4. Depuis le début de la pandémie, jusqu'à quel point avez-vous déserté le centre-ville de Montréal ?

Base : Tous les répondants (n=559)



Proportion supérieure chez :

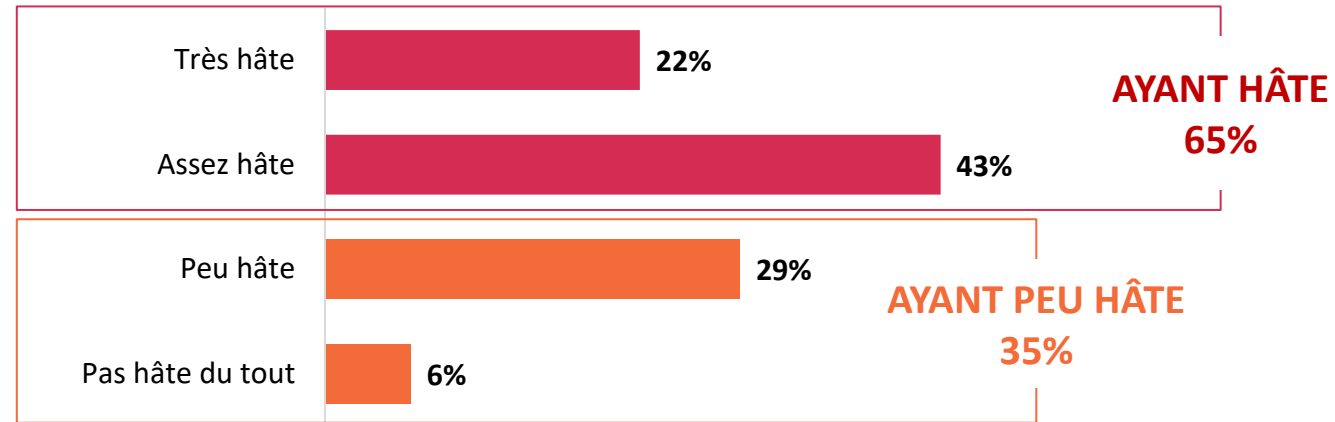
- Les membres de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal (94%)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
TOTAL AYANT DÉSERTÉ LE CENTRE-VILLE	87%	85%	89%	82%	87%	91%	89%	84%
Totalement	59%	54%	62%	35%	61%	64%	61%	54%
Partiellement	29%	31%	28%	47%	26%	27%	28%	30%
Pas du tout	13%	15%	11%	18%	13%	9%	11%	16%

ENVIE DE RETOURNER AU CENTRE-VILLE LORSQUE CE SERA POSSIBLE

Q5. Jusqu'à quel point avez-vous hâte de recommencer à visiter le centre-ville lorsque ce sera possible ?

Base : Les répondants totalement ou partiellement déserté le centre-ville de Montréal (n=489)

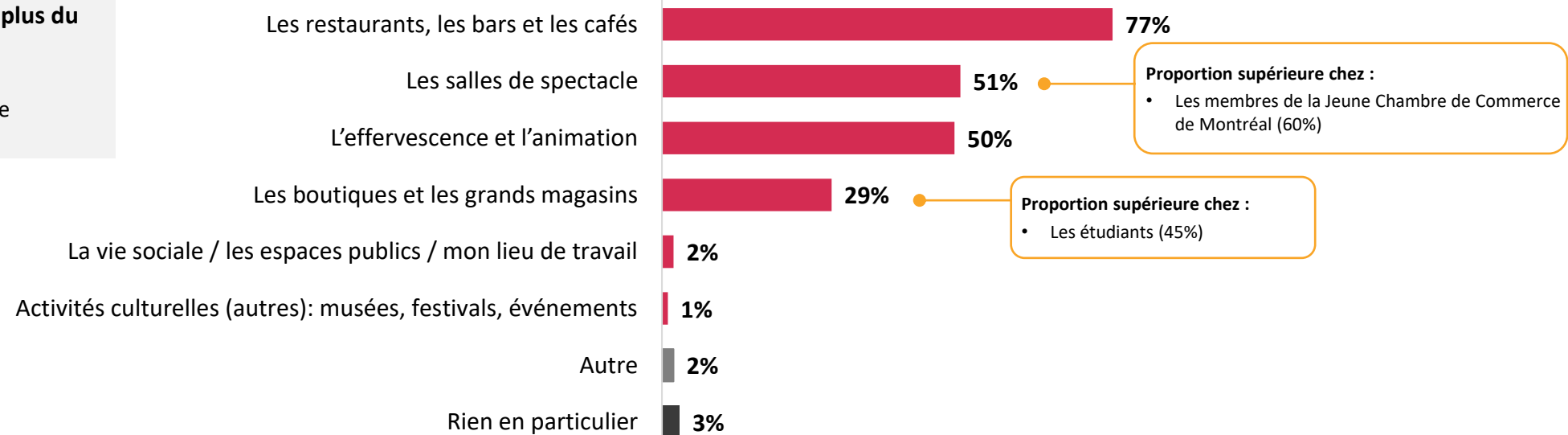


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
TOTAL AYANT HÂTE DE RECOMMENCER À VISITER LE CENTRE-VILLE	65%	70%	62%	80%	64%	62%	61%	75%
Très hâte	22%	28%	19%	31%	22%	21%	21%	26%
Assez hâte	43%	41%	43%	48%	42%	42%	40%	49%
TOTAL AYANT PEU HÂTE DE RECOMMENCER À VISITER LE CENTRE-VILLE	35%	30%	38%	20%	36%	38%	39%	25%
Peu hâte	29%	24%	33%	17%	31%	30%	33%	21%
Pas hâte du tout	6%	6%	5%	4%	5%	8%	6%	4%

CE QUI MANQUE LE PLUS DU CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL

Q6. Qu'est-ce qui vous manque le plus du centre-ville de Montréal ?

Base : Les répondants totalement ou partiellement déserté le centre-ville de Montréal (n=489)

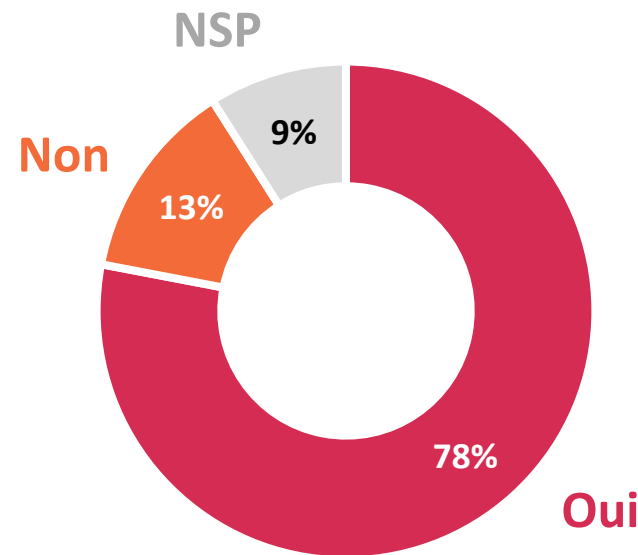


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	489	188	301	54	276	159	342	146
Les restaurants, les bars et les cafés	77%	78%	76%	78%	80%	70%	76%	77%
Les salles de spectacle	51%	41%	56%	39%	54%	48%	57%	36%
L'effervescence et l'animation	50%	54%	48%	46%	51%	49%	51%	46%
Les boutiques et les grands magasins	29%	28%	30%	39%	25%	32%	27%	34%
La vie sociale / les espaces publics / mon lieu de travail	2%	2%	2%	0%	3%	1%	2%	2%
Activités culturelles (autres): musées, festivals, événements	1%	2%	0%	0%	1%	1%	1%	0%
Autre	2%	2%	1%	0%	2%	2%	1%	2%
Rien en particulier	3%	2%	3%	0%	3%	4%	3%	3%

CHANGEMENTS OU RÉAMÉNAGEMENTS DES ESPACES PUBLICS EN VILLE

Q10: Plusieurs changements ou réaménagements des espaces publics ont été apportés l'été dernier (rues piétonnières, élargissements des trottoirs, prolongation des pistes cyclables, ajout de tables ou de bancs dans les parcs, etc.). Selon vous, ces changements ou réaménagements des espaces publics doivent-ils être maintenus et développés davantage après la pandémie ?

Base : Tous les répondants (n=559)

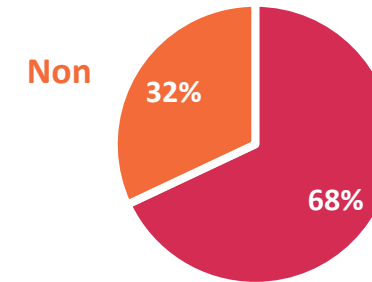


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	78%	73%	82%	74%	82%	73%	83%	68%
Non	13%	18%	9%	15%	9%	18%	9%	20%
NSP	9%	10%	9%	11%	9%	9%	8%	11%

ACHAT DANS LES COMMERCES DE PROXIMITÉ

Q7: Avez-vous davantage acheté dans vos commerces de proximité depuis le début de la pandémie ?

Base : Tous les répondants (n=559)

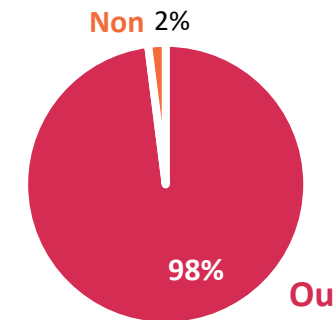


Proportion inférieure chez :
• Les étudiants (51%)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	68%	61%	72%	48%	67%	76%	71%	60%
Non	32%	39%	28%	52%	33%	24%	29%	40%

Q8: Avez-vous l'intention de continuer à le faire après la pandémie ?

Base : Les répondants ayant davantage acheté dans leurs commerces de proximité depuis le début de la pandémie (n=378)

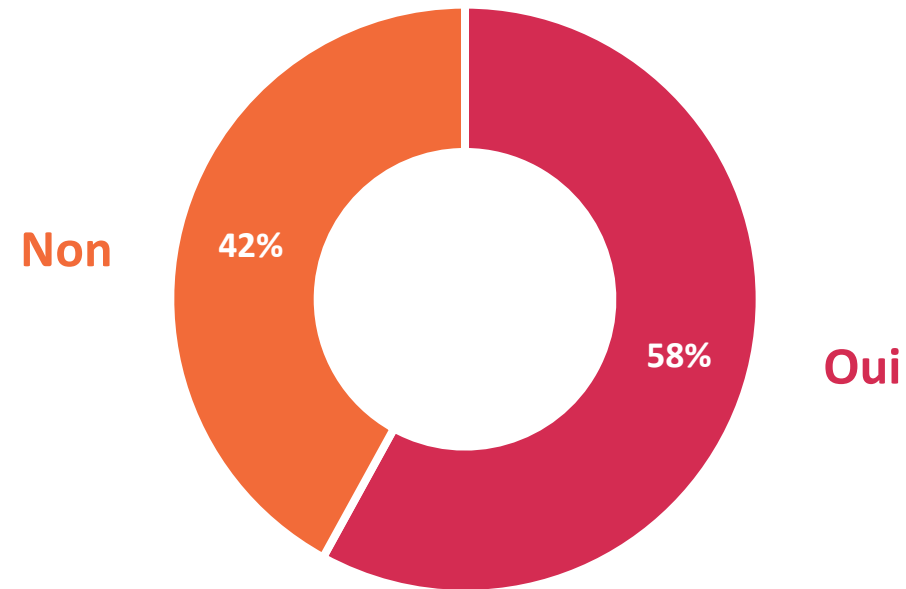


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 378	135	243	32	213	133	272	105
Oui	98%	97%	98%	97%	98%	98%	98%	97%
Non	2%	3%	2%	3%	2%	2%	2%	3%

ACHATS DE PRODUITS FABRIQUÉS OU PROVENANT DU QUÉBEC

Q9: Avez-vous acheté davantage de produits fabriqués ou provenant du Québec ces derniers mois ?

Base : Tous les répondants (n=559)



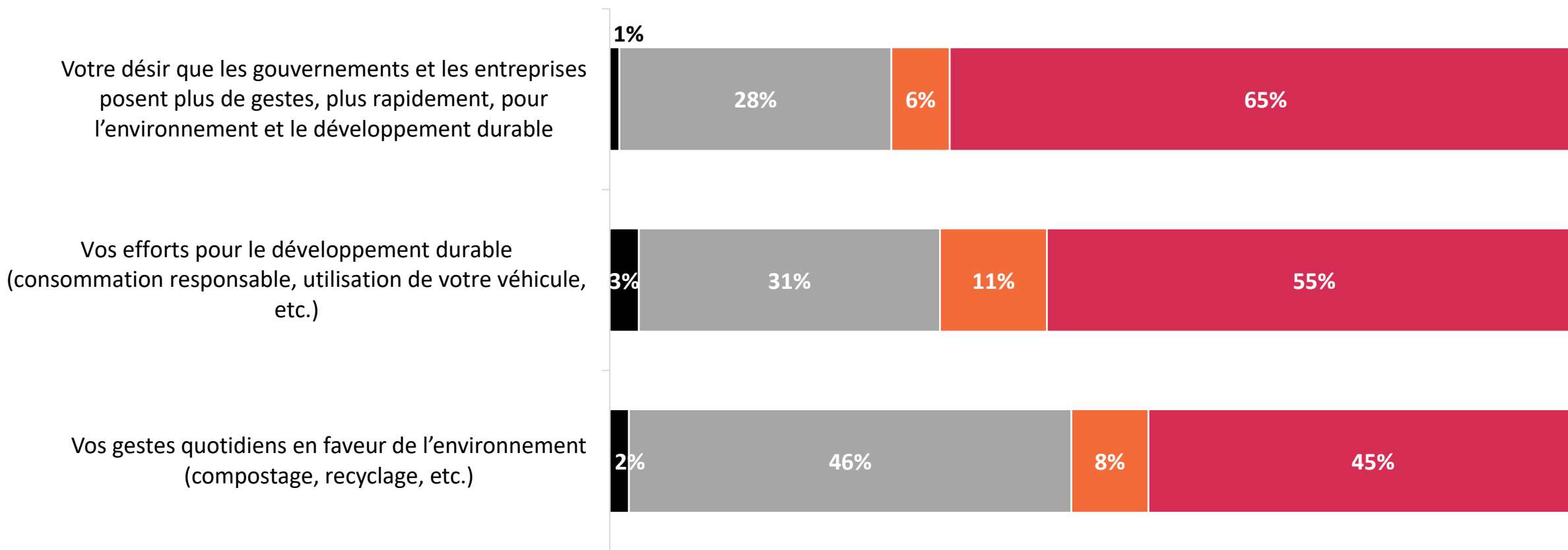
	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	58%	49%	64%	41%	58%	65%	62%	49%
Non	42%	51%	36%	59%	42%	35%	38%	51%

IMPACTS POSITIFS OU NÉGATIFS SUR DIFFÉRENTES ACTIONS (1/2)

Q11: Veuillez nous indiquer si l'actuelle crise de santé publique liée à la COVID-19 a eu un impact positif ou négatif sur les actions suivantes :

Base : Tous les répondants (n=559)

■ Ne s'applique pas ■ Aucun impact ■ Négatif ■ Positif



IMPACTS POSITIFS OU NÉGATIFS SUR DIFFÉRENTES ACTIONS (2/2)

Q11: Veuillez nous indiquer si l'actuelle crise de santé publique liée à la COVID-19 a eu un impact positif ou négatif sur les actions suivantes :

Base : Tous les répondants (n=559)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Votre désir que les gouvernements et les entreprises posent plus de gestes, plus rapidement, pour l'environnement et le développement durable								
Positif	65%	61%	67%	55%	70%	59%	68%	57%
Négatif	6%	7%	5%	8%	5%	6%	3%	11%
Vos efforts pour le développement durable (consommation responsable, utilisation de votre véhicule, etc.)								
Positif	55%	52%	57%	53%	56%	54%	57%	49%
Négatif	11%	12%	9%	3%	12%	11%	11%	10%
Vos gestes quotidiens en faveur de l'environnement (compostage, recyclage, etc.)								
Positif	45%	48%	43%	42%	46%	45%	45%	45%
Négatif	8%	7%	8%	6%	8%	6%	7%	9%



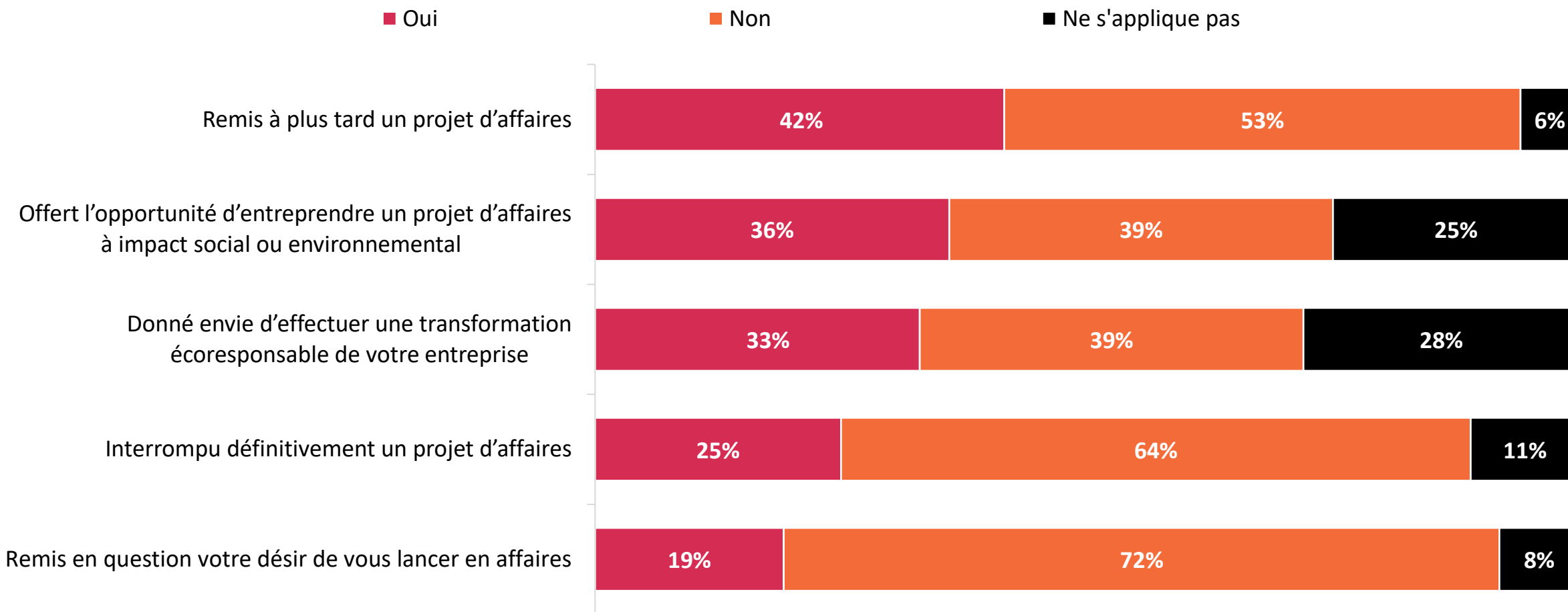
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Effets de la pandémie sur le plan de carrière des répondants

EFFETS DE LA PANDÉMIE SUR LES ENTREPRENEURS

Q12: Sur le plan de l'entrepreneuriat, l'actuelle crise de santé publique liée à la COVID-19 a-t-elle eu les effets suivants sur vous ?

Base : Les entrepreneurs (n=36)*

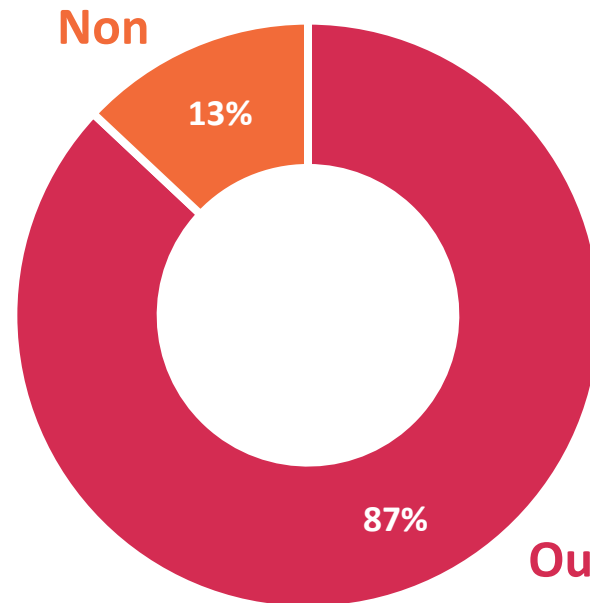


*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

CONFIANCE EN LES PERSPECTIVES DE CARRIÈRES FUTURES

Q13: Avez-vous confiance dans vos perspectives de carrières futures suite à la pandémie?

Base : Tous les répondants (n=559)



Proportion supérieure chez :

- Les répondants qui trouvent qu'il sera plus simple d'intégrer un nouvel emploi dans le futur (100%) ou qui trouvent que d'intégrer un nouvel emploi sera similaire (96%) (Q14)
- Les membres de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal (96%)
- Les répondants qui ne croient pas que leur santé mentale sera affectée à long terme suite aux mesures sanitaires (96%) (Q22)
- Les répondants qui ne sont pas inquiets des impacts potentiels que la pandémie pourrait avoir sur l'avenir et les générations futures (96%) (Q25)
- Les répondants qui travaillent ou étudient à distance (92%)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	87%	82%	91%	73%	92%	83%	90%	82%
Non	13%	18%	9%	27%	8%	17%	10%	18%

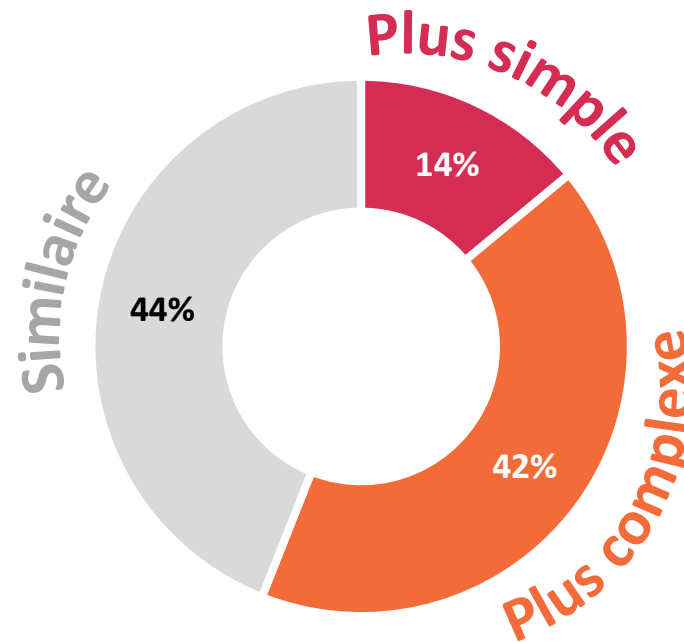
COMPLEXITÉ D'INTÉGRER UN NOUVEL EMPLOI DANS LE FUTUR

Q14: Selon vous, sera-t-il plus simple ou plus complexe d'intégrer un nouvel emploi dans le futur?

Base : Tous les répondants (n=559)

Proportion supérieure chez :

- Les membres de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal (53%)



Proportion supérieure chez :

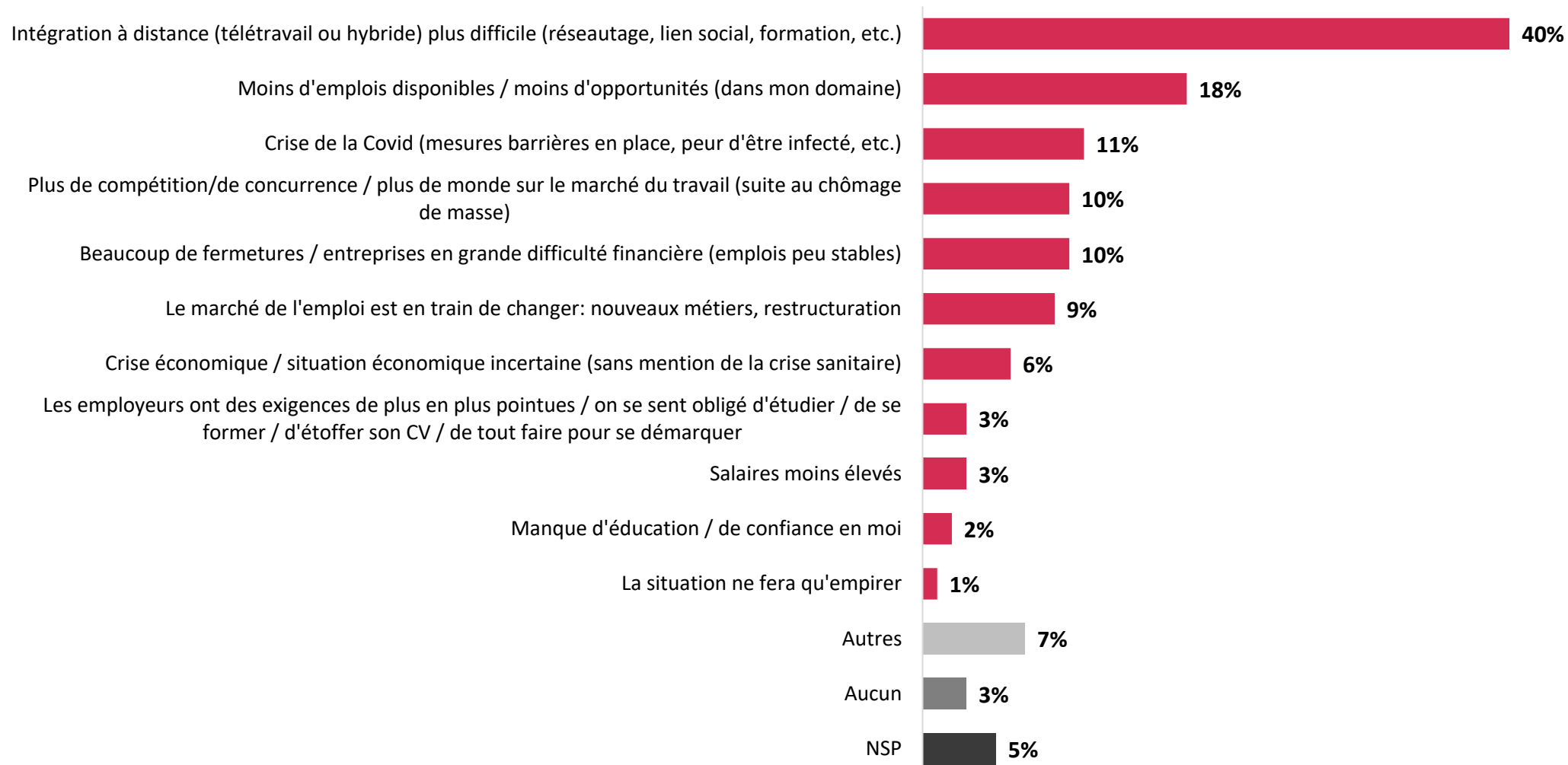
- Les répondants n'ayant pas confiance en leur perspectives de carrières futures (88%) (Q13)
- Les répondants sans emploi (68%)
- Les étudiants (57%)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Plus simple	14%	19%	12%	15%	14%	15%	14%	16%
Plus complexe	42%	41%	42%	53%	37%	45%	38%	49%
Similaire	44%	41%	46%	32%	49%	39%	48%	36%

DIFFICULTÉS D'INTÉGRER UN NOUVEL EMPLOI DANS LE FUTUR (1/2)

Q15: En quelques mots, dites-nous pourquoi il sera plus difficile d'intégrer un nouvel emploi dans le futur :

Base : Les répondants qui ont dit qu'il sera plus complexe d'intégrer un nouvel emploi dans le futur (n=233)



DIFFICULTÉ D'INTÉGRER UN NOUVEL EMPLOI DANS LE FUTUR (2/2)

Q15: En quelques mots, dites-nous pourquoi il sera plus difficile d'intégrer un nouvel emploi dans le futur :

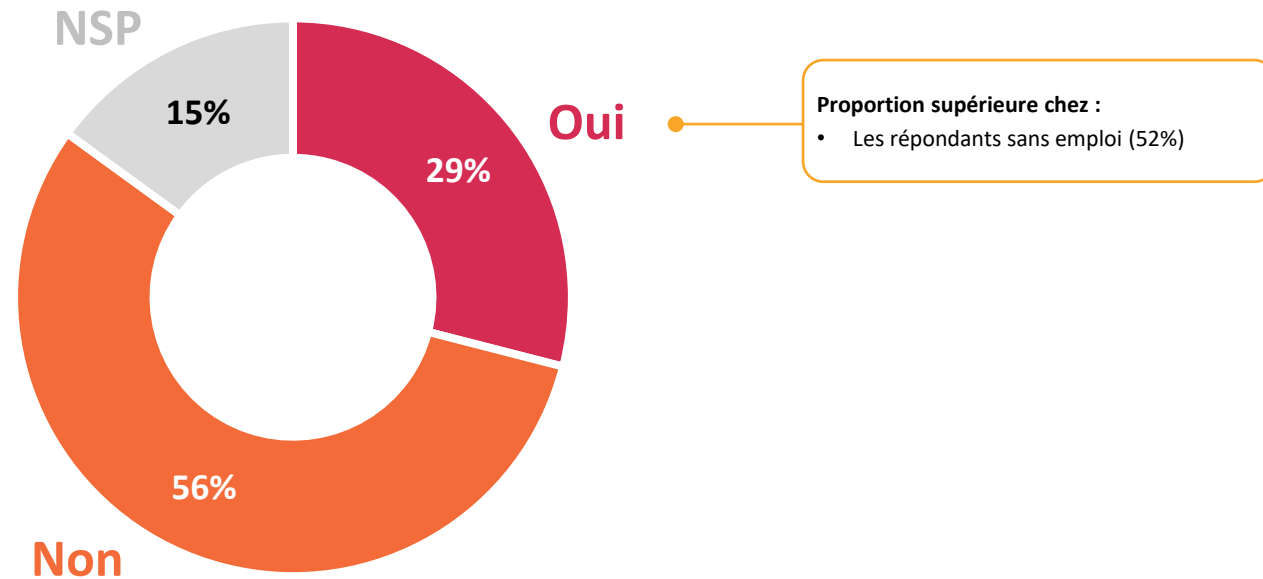
Base : Les répondants qui ont dit qu'il sera plus complexe d'intégrer un nouvel emploi dans le futur (n=233)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 233	90	143	35	119	79	147	85
Intégration à distance (télétravail ou hybride) plus difficile (réseautage, lien social, formation, etc.)	40%	34%	43%	31%	43%	39%	41%	39%
Moins d'emplois disponibles / moins d'opportunités (dans mon domaine)	18%	16%	20%	26%	19%	14%	19%	18%
Crise de la Covid (mesures barrières en place, peur d'être infecté, etc.)	11%	11%	10%	17%	8%	13%	7%	18%
Plus de compétition/de concurrence / plus de monde sur le marché du travail (suite au chômage de masse)	10%	11%	9%	3%	13%	8%	12%	7%
Beaucoup de fermetures / entreprises en grande difficulté financière (emplois peu stables)	10%	6%	13%	9%	8%	14%	12%	8%
Le marché de l'emploi est en train de changer: nouveaux métiers, restructuration	9%	6%	12%	3%	9%	13%	7%	13%
Crise économique / situation économique incertaine (sans mention de la crise sanitaire)	6%	12%	3%	6%	8%	4%	6%	7%
Les employeurs ont des exigences de plus en plus pointues / on se sent obligé d'étudier / de se former / d' étoffer son CV / de tout faire pour se démarquer	3%	1%	3%	3%	3%	1%	2%	4%
Salaires moins élevés	3%	2%	3%	0%	3%	3%	3%	1%
Manque d'éducation / de confiance en moi	2%	3%	1%	9%	0%	3%	2%	2%
La situation ne fera qu'empirer	1%	2%	1%	0%	3%	0%	2%	0%
Autres	7%	8%	6%	11%	3%	10%	8%	5%
Aucun	3%	1%	3%	0%	3%	4%	2%	4%
Je ne sais pas	5%	8%	3%	6%	5%	4%	3%	6%

CHANGEMENT DE CARRIÈRE CAUSÉ PAR LA PANDÉMIE

Q16: Suite à la crise sanitaire, avez-vous effectué ou prévoyez-vous effectuer un changement de carrière ou songez-vous à vous lancer en affaires ?

Base : Tous les répondants (n=559)

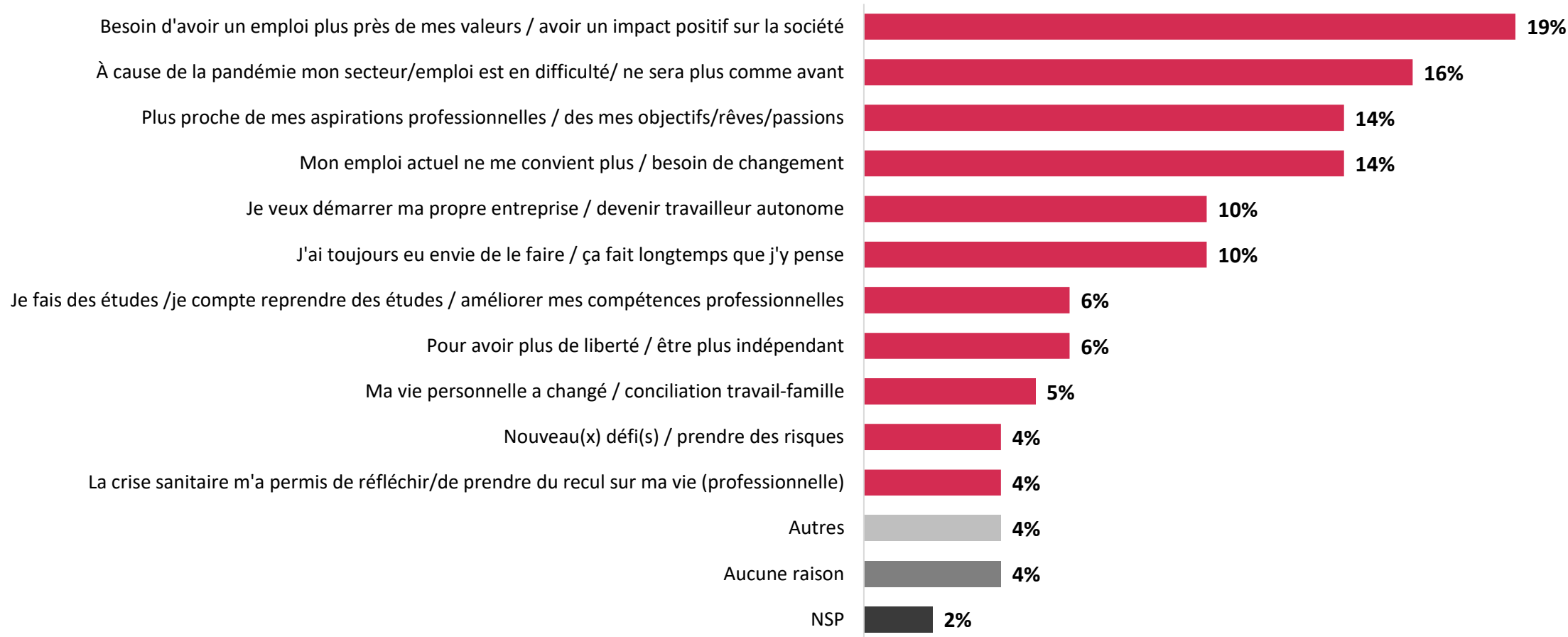


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	29%	29%	29%	21%	28%	33%	26%	35%
Non	56%	54%	57%	62%	55%	55%	58%	50%
NSP	15%	17%	14%	17%	17%	12%	16%	15%

RAISONS DU CHANGEMENT DE CARRIÈRE (1/2)

Q17: En quelques mots, dites-nous pourquoi vous avez effectué ou pensez effectuer une réorientation professionnelle:

Base : Les répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un changement de carrière (n=162)



Les mentions suivantes ont été nommées par 2% des répondants ou moins: *Pour avoir un meilleur salaire / j'ai eu une promotion, Pour un meilleur avenir, Pour me sentir mieux/être plus heureux, Pour avoir un emploi stable , Pouvoir travailler de la maison, Le contact humain me manque / perte de motivation à travailler de la maison, Parce que c'est le bon moment (sans précision), Pour travailler moins, Grâce à l'aide financière, Je vis/vivais trop de stress*

RAISONS DU CHANGEMENT DE CARRIÈRE (2/2)

Q17: En quelques mots, dites-nous pourquoi vous avez effectué ou pensez effectuer une réorientation professionnelle:

Base : Les répondants ayant effectué ou prévoyant effectuer un changement de carrière (n=162)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 162	63	99	14*	90	58	100	61
Besoin d'avoir un emploi plus près de mes valeurs / avoir un impact positif sur la société	19%	13%	22%	14%	21%	16%	19%	18%
À cause de la pandémie mon secteur/emploi est en difficulté/ ne sera plus comme avant	16%	16%	16%	21%	18%	12%	15%	18%
Plus proche de mes aspirations professionnelles / des mes objectifs/rêves/passions	14%	10%	16%	21%	11%	16%	16%	10%
Mon emploi actuel ne me convient plus / besoin de changement	14%	8%	17%	7%	16%	12%	17%	8%
Je veux démarrer ma propre entreprise / devenir travailleur autonome	10%	10%	11%	21%	10%	9%	7%	16%
J'ai toujours eu envie de le faire / ça fait longtemps que j'y pense	10%	10%	10%	14%	10%	9%	10%	10%
Je fais des études /je compte reprendre des études / améliorer mes compétences professionnelles	6%	6%	6%	0%	10%	2%	5%	8%
Pour avoir plus de liberté / être plus indépendant	6%	6%	5%	7%	6%	5%	6%	5%
Ma vie personnelle a changé / conciliation travail-famille	5%	3%	6%	0%	3%	9%	3%	8%
Nouveau(x) défi(s) / prendre des risques	4%	3%	4%	7%	3%	3%	4%	3%
La crise sanitaire m'a permis de réfléchir/de prendre du recul sur ma vie (professionnelle)	4%	3%	5%	7%	4%	3%	5%	3%
Autres	4%	6%	2%	0%	3%	5%	5%	2%
Aucune raison	4%	8%	1%	0%	3%	5%	4%	2%
NSP	2%	3%	1%	7%	1%	2%	1%	3%

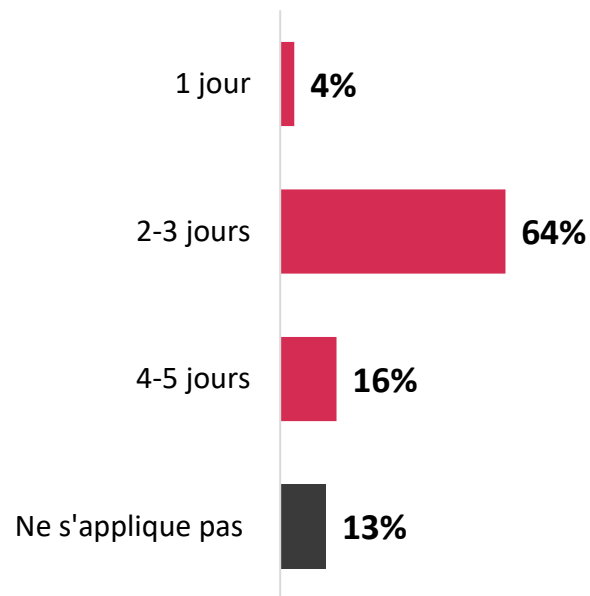
*Étant donné le faible nombre de répondants (n<30), les données sont présentées à titre indicatif seulement.

TÉLÉTRAVAIL VS BUREAU (1/2)

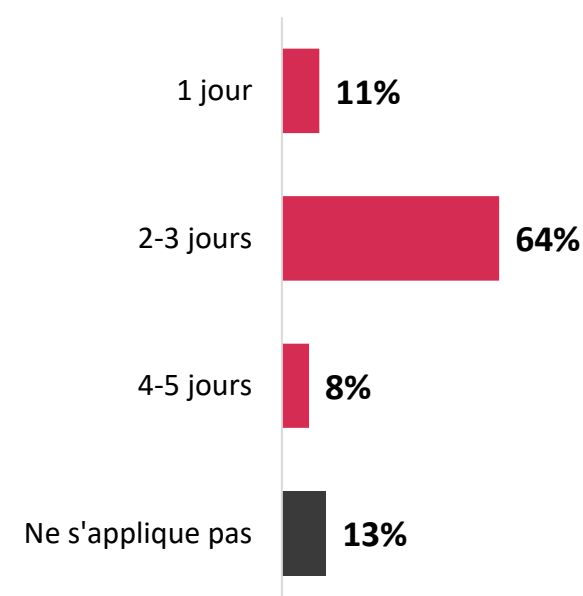
Q18: Selon vous, quel serait le meilleur ratio entre le travail au bureau et le télétravail à la maison (Par exemple : 2 journées au bureau et 3 à la maison, etc. ?).

Base : Tous les répondants (n=559)

JOURS EN TÉLÉTRAVAIL À LA MAISON



JOURS DE TRAVAIL AU BUREAU



Moyenne de jours que les répondants jugent comme étant le meilleur ratio entre le travail au bureau et le télétravail à la maison

2,7 jours en télétravail à la maison / 2,3 jours de travail au bureau

TÉLÉTRAVAIL VS BUREAU (2/2)

Q18: Selon vous, quel serait le meilleur ratio entre le travail au bureau et le télétravail à la maison (Par exemple : 2 journées au bureau et 3 à la maison, etc. ?).

Base : Tous les répondants (n=559)

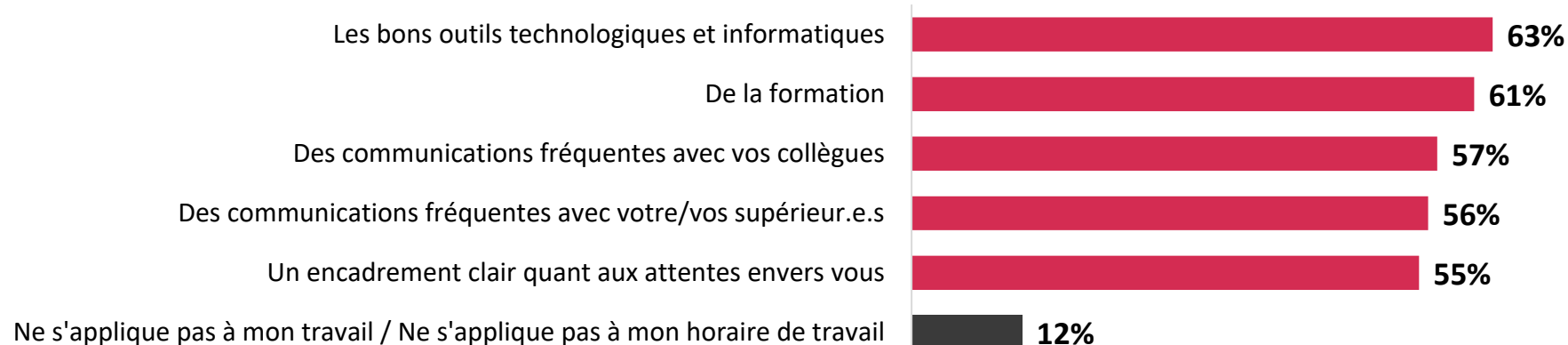
	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Jours en télétravail à la maison								
1 jour en télétravail	4%	6%	3%	8%	3%	4%	4%	4%
2-3 jours en télétravail	64%	57%	68%	56%	70%	54%	69%	51%
4-5 jours en télétravail	16%	18%	15%	9%	14%	22%	14%	21%
Ne s'applique pas	13%	13%	12%	26%	9%	15%	10%	19%
	Moyenne	2,7	2,7	2,5	2,7	2,8	2,6	2,9
Jours de travail au bureau								
1 jour au bureau	11%	11%	10%	3%	9%	15%	10%	11%
2-3 jours au bureau	64%	57%	68%	56%	70%	54%	69%	51%
4-5 jours au bureau	8%	12%	4%	9%	7%	9%	7%	9%
Ne s'applique pas	13%	13%	12%	26%	9%	15%	10%	19%
	Moyenne	2,3	2,3	2,5	2,3	2,2	2,4	2,1

BESOINS EN DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES

Q19: Pour l'avenir, de quoi avez-vous besoin de la part de votre employeur afin de poursuivre le développement de vos compétences ? PLUSIEURS MENTIONS POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

POSSIBLES - Les répondants ayant la possibilité de donner plusieurs réponses, le total des mentions peut être supérieur à 100%.

Base : Tous les répondants (n=559)

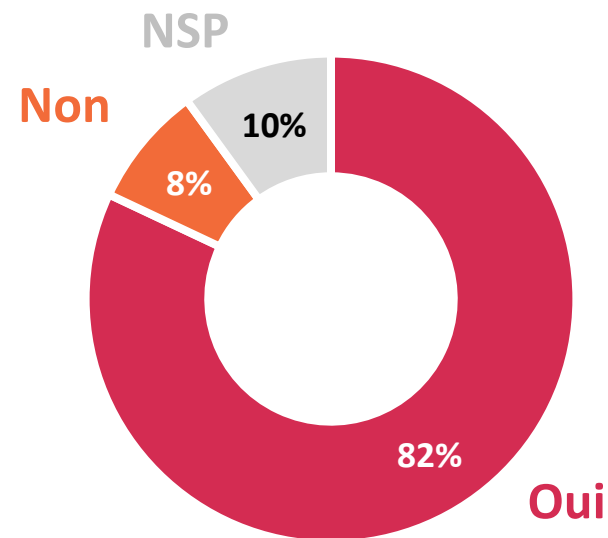


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	559	221	338	66	318	175	384	174
Les bons outils technologiques et informatiques	63%	61%	64%	53%	66%	61%	64%	61%
De la formation	61%	61%	61%	68%	60%	59%	63%	56%
Des communications fréquentes avec vos collègues	57%	54%	59%	55%	60%	53%	61%	48%
Des communications fréquentes avec votre/vos supérieur.e.s	56%	53%	58%	55%	60%	49%	59%	49%
Un encadrement clair quant aux attentes envers vous	55%	48%	59%	59%	54%	55%	53%	59%
Ne s'applique pas à mon travail / Ne s'applique pas à mon horaire de travail	12%	14%	10%	14%	11%	13%	10%	16%

POLITIQUE EN MATIÈRE D'ÉQUITÉ POUR MIEUX INCLURE LES DIVERSITÉS

Q20: Pour attirer la relève d'affaires, les organisations doivent-elles établir clairement une politique en matière d'équité, pour mieux inclure les diversités?

Base : Tous les répondants (n=559)



	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	82%	75%	86%	82%	79%	86%	82%	82%
Non	8%	12%	6%	5%	9%	8%	7%	10%
NSP	10%	13%	8%	14%	12%	6%	11%	8%



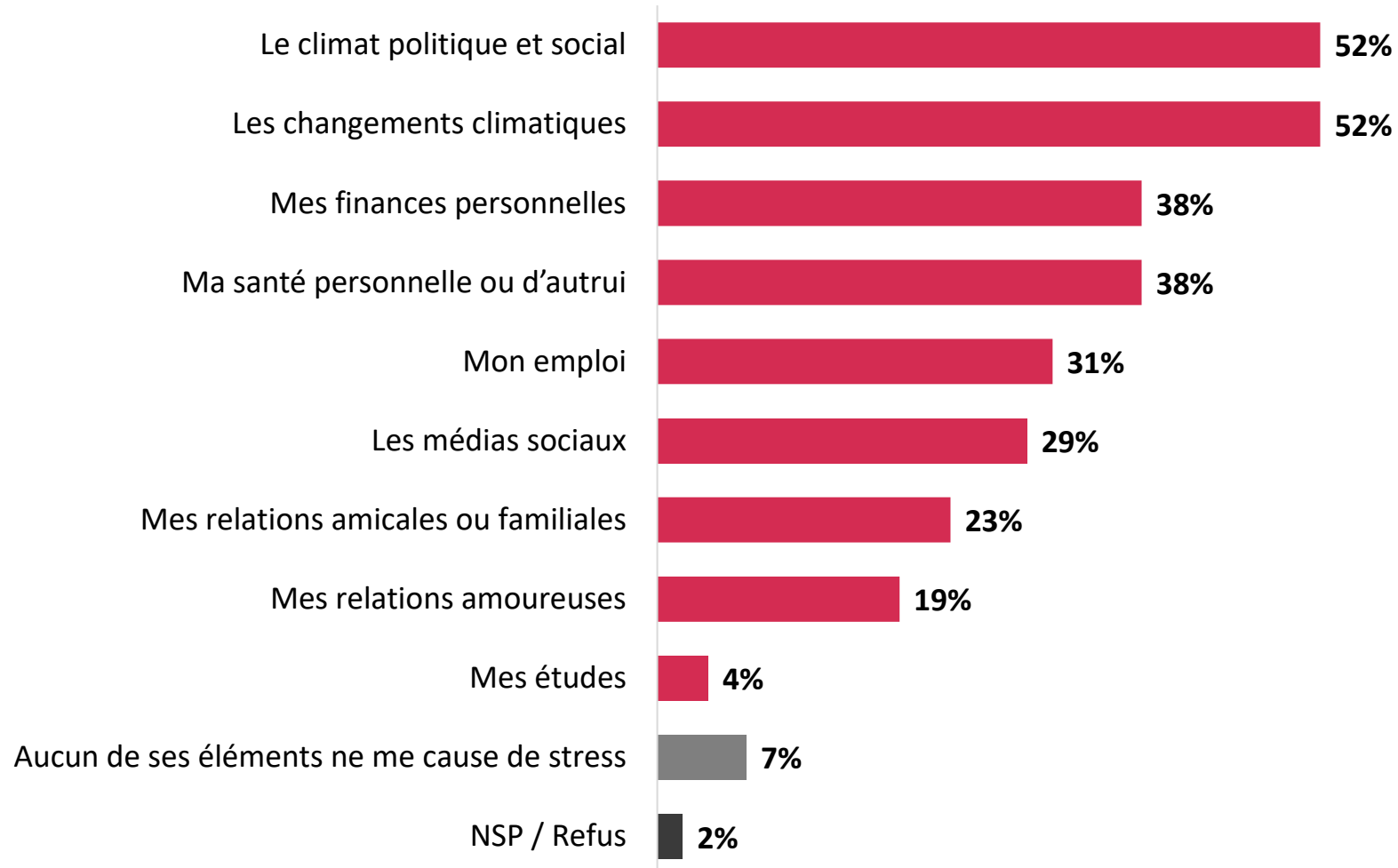
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Stress et inquiétudes face à l'avenir

CAUSES DE STRESS POUR L'AVENIR (1/2)

Q21: Parmi les éléments suivants, lequel ou lesquels vous causent du stress pour l'avenir?

Base : Tous les répondants (n=559)



CAUSES DE STRESS POUR L'AVENIR (2/2)

Q21: Parmi les éléments suivants, lequel ou lesquels vous causent du stress pour l'avenir?

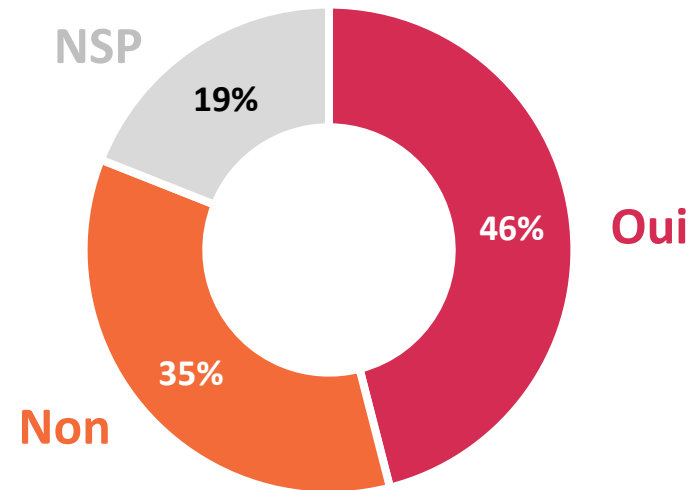
Base : Tous les répondants (n=559)

	n=	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
			Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
		559	221	338	66	318	175	384	174
Le climat politique et social		52%	51%	52%	50%	51%	54%	53%	49%
Les changements climatiques		52%	49%	55%	61%	54%	46%	58%	39%
Mes finances personnelles		38%	33%	40%	52%	34%	39%	35%	43%
Ma santé personnelle ou d'autrui		38%	33%	41%	38%	35%	44%	40%	34%
Mon emploi		31%	30%	31%	47%	27%	31%	26%	40%
Les médias sociaux		29%	30%	28%	32%	28%	30%	28%	30%
Mes relations amicales ou familiales		23%	23%	22%	20%	22%	26%	21%	27%
Mes relations amoureuses		19%	18%	20%	26%	17%	21%	18%	21%
Mes études		4%	4%	4%	27%	1%	1%	3%	7%
Aucun de ses éléments ne me cause de stress		7%	10%	6%	5%	7%	9%	7%	8%
NSP / Refus		2%	1%	3%	0%	3%	1%	1%	4%

INFLUENCE DE LA PANDÉMIE SUR LA SANTÉ MENTALE

Q22: Croyez-vous que votre santé mentale sera affectée à long terme suite aux mesures sanitaires déployées depuis mars 2020 ?

Base : Tous les répondants (n=559)

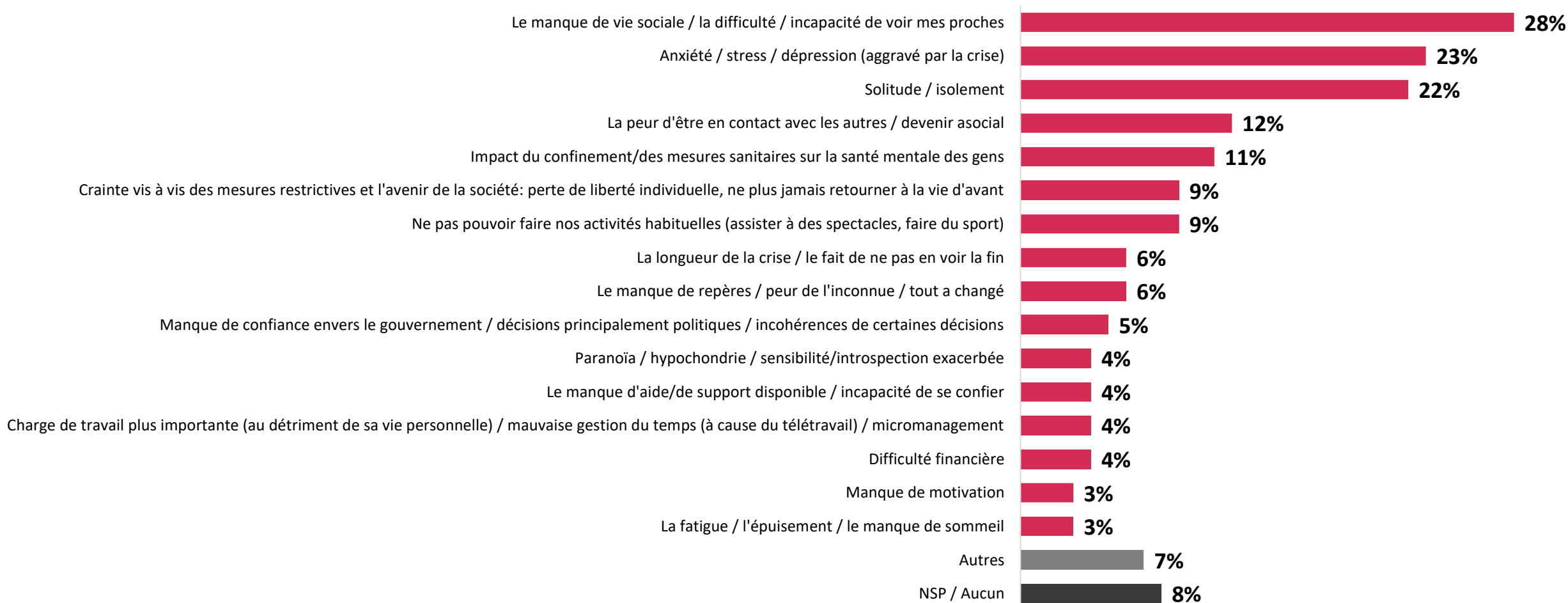


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 559	221	338	66	318	175	384	174
Oui	46%	39%	50%	65%	41%	46%	46%	45%
Non	35%	43%	30%	23%	38%	34%	36%	33%
NSP	19%	18%	20%	12%	21%	19%	18%	22%

CAUSES D'UNE MOINS BONNE SANTÉ MENTALE (1/2)

Q23: En quelques mots, dites-nous pourquoi vous croyez que votre santé psychologique sera affectée à long terme:

Base : Les répondants croyant que leur santé psychologique sera affectée à long terme (n=255)



D'autres mentions, comme: *D'avoir à porter un masque, Trop de temps passé devant un écran / trop de virtuel, Impact physique / condition physique en baisse, Conflits / désaccords concernant les mesures sanitaires (y compris avec les proches), L'impact des mauvaises nouvelles depuis des mois, Tristesse, On ne peut plus voyager librement, Sentiment d'impuissance, L'impact sur ma famille / mes enfants* ont été mentionnées par 2% des répondants ou moins.

CAUSES D'UNE MOINS BONNE SANTÉ MENTALE (2/2)

Q23: En quelques mots, dites-nous pourquoi vous croyez que votre santé psychologique sera affectée à long terme:

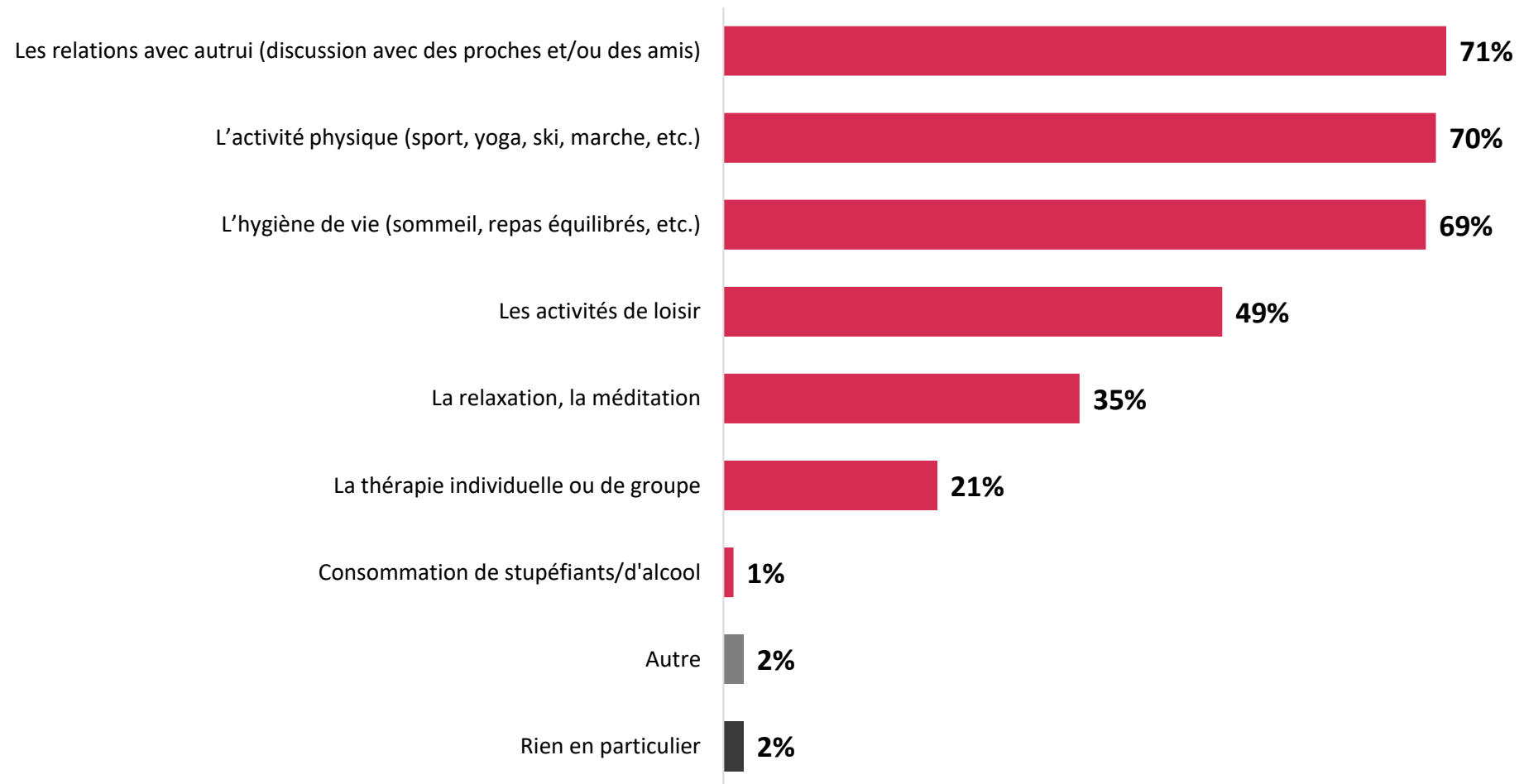
Base : Les répondants croyant que leur santé psychologique sera affectée à long terme (n=255)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
	n= 255	86	169	43	131	81	176	78
Le manque de vie sociale / la difficulté/incapacité de voir mes proches	28%	30%	27%	30%	31%	23%	30%	26%
Anxiété / stress /dépression (aggravé par la crise)	23%	17%	26%	23%	24%	22%	23%	24%
Solitude / isolement	22%	21%	22%	28%	16%	28%	24%	17%
La peur d'être en contact avec les autres / devenir asocial	12%	10%	12%	5%	12%	15%	13%	10%
Impact du confinement/des mesures sanitaires sur la santé mentale des gens	11%	12%	11%	9%	15%	7%	14%	6%
Crainte vis à vis des mesures restrictives et l'avenir de la société: perte de liberté individuelle, ne plus jamais retourner à la vie d'avant	9%	8%	10%	0%	11%	11%	12%	4%
Ne pas pouvoir faire nos activités habituelles (assister à des spectacles, faire du sport)	9%	8%	9%	12%	10%	6%	9%	10%
La longueur de la crise / le fait de ne pas en voir la fin	6%	5%	7%	2%	8%	5%	7%	4%
Le manque de repères / peur de l'inconnue / tout a changé	6%	7%	5%	7%	6%	5%	6%	5%
Manque de confiance envers le gouvernement / décisions principalement politiques / incohérences de certaines décisions	5%	6%	5%	2%	6%	5%	5%	6%
Paranoïa / hypochondrie / sensibilité/introspection exacerbée	4%	3%	4%	5%	4%	4%	4%	4%
Le manque d'aide/de support disponible / incapacité de se confier	4%	3%	4%	2%	2%	6%	3%	4%
Charge de travail plus importante (au détriment de sa vie personnelle) / mauvaise gestion du temps (à cause du télétravail) / micromanagement	4%	5%	4%	5%	4%	4%	3%	5%
Difficulté financière	4%	5%	3%	0%	4%	5%	3%	4%
Manque de motivation	3%	5%	2%	2%	3%	4%	3%	4%
La fatigue / l'épuisement / le manque de sommeil	3%	3%	3%	5%	3%	2%	2%	5%
Autres	7%	1%	9%	9%	8%	4%	7%	5%
NSP / Aucun	8%	9%	7%	7%	8%	7%	6%	10%

MOYENS UTILISÉS POUR PRENDRE SOIN DE SA SANTÉ MENTALE (1/2)

Q24: Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour prendre soin de votre santé mentale ?

Base : Tous les répondants (n=559)



MOYENS UTILISÉS POUR PRENDRE SOIN DE SA SANTÉ MENTALE (2/2)

Q24: Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour prendre soin de votre santé mentale ?

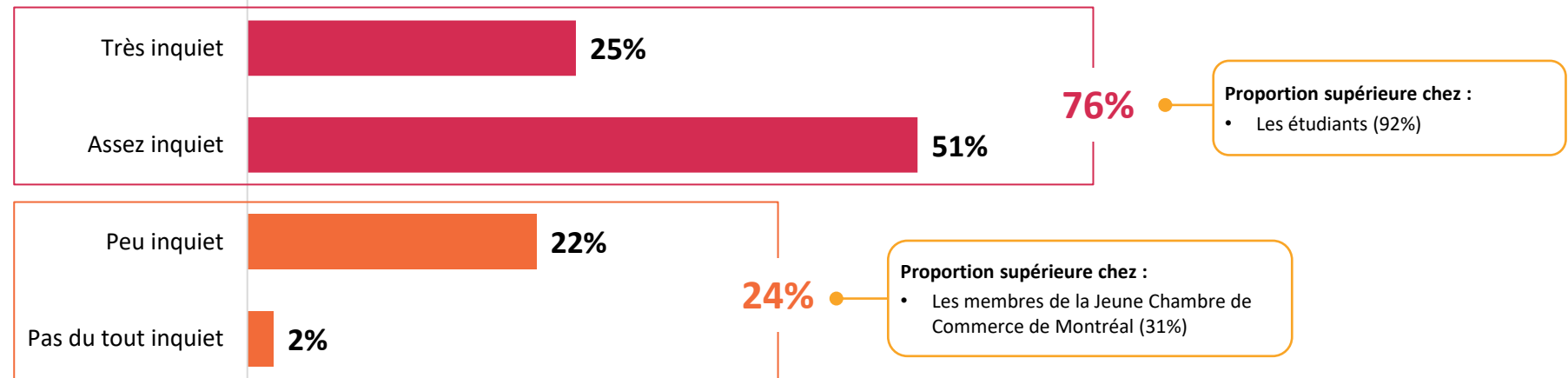
Base : Tous les répondants (n=559)

	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
n=	559	221	338	66	318	175	384	174
Les relations avec autrui (discussion avec des proches et/ou des amis)	71%	65%	76%	68%	71%	73%	72%	69%
L'activité physique (sport, yoga, ski, marche, etc.)	70%	67%	73%	64%	75%	65%	73%	64%
L'hygiène de vie (sommeil, repas équilibrés, etc.)	69%	66%	70%	67%	70%	66%	70%	65%
Les activités de loisir	49%	44%	52%	42%	49%	51%	50%	45%
La relaxation, la méditation	35%	34%	35%	33%	34%	36%	33%	39%
La thérapie individuelle ou de groupe	21%	13%	26%	18%	20%	24%	22%	19%
Consommation de stupéfiants/d'alcool	1%	2%	0%	3%	0%	1%	1%	1%
Autre	2%	1%	2%	3%	1%	2%	2%	1%
Rien en particulier	2%	1%	2%	0%	2%	2%	1%	3%

INQUIÉTUDE FACE AUX IMPACTS POTENTIELS DE LA PANDÉMIE

Q25: Êtes-vous inquiet quant aux impacts potentiels (économiques et sociaux) que l'actuelle pandémie pourrait avoir sur votre avenir et sur les générations futures?

Base : Tous les répondants (n=559)

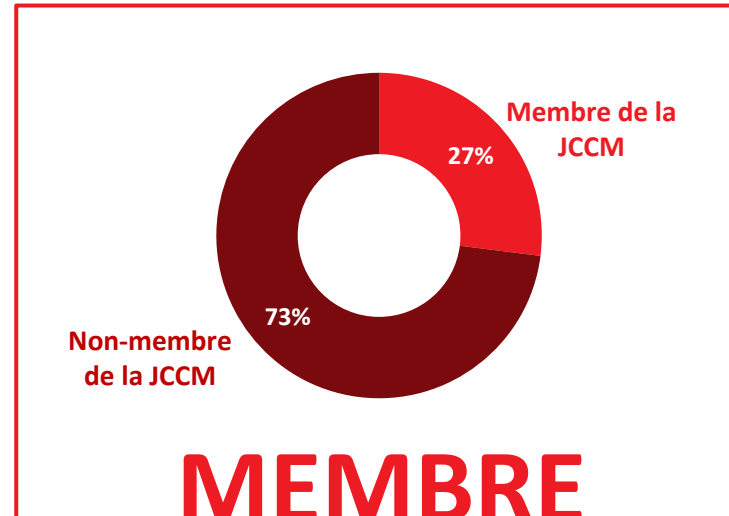
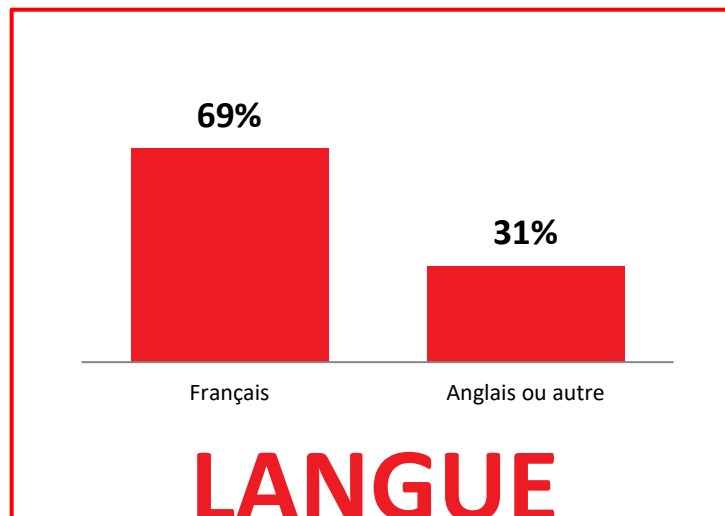
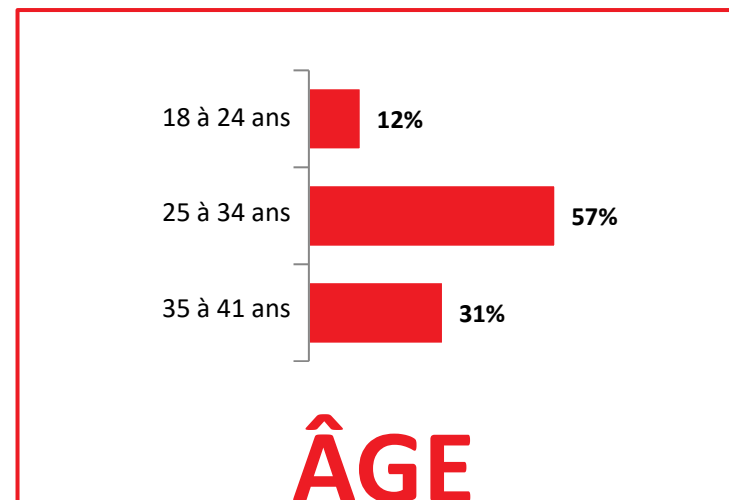
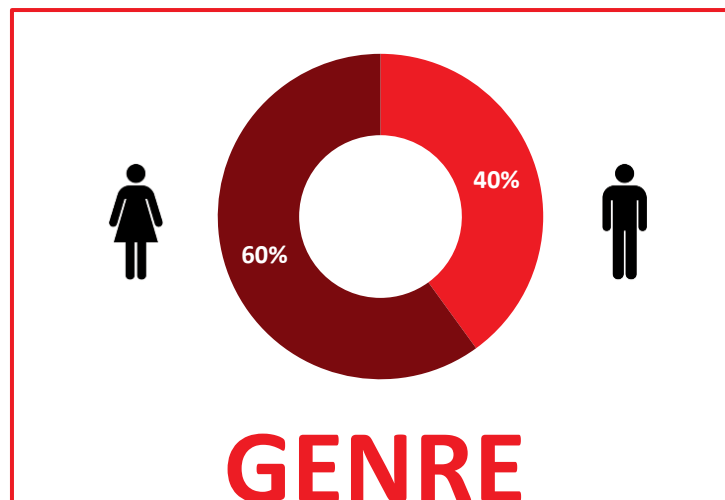
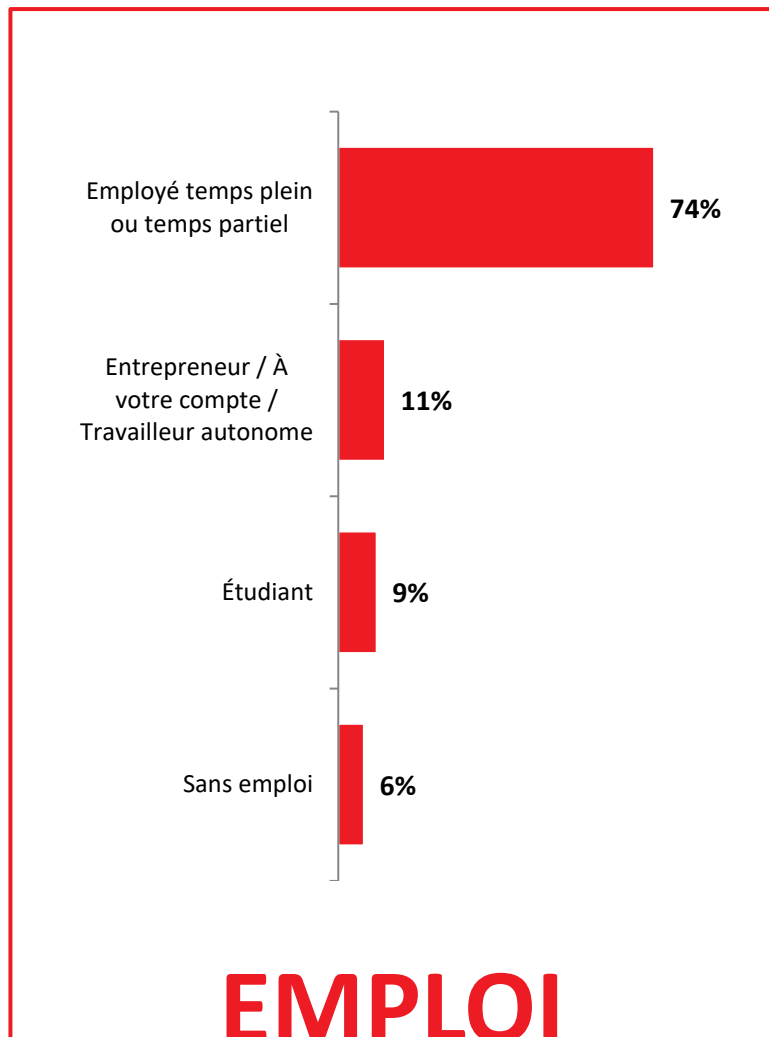


	TOTAL	SEXE		ÂGE			LANGUE	
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-41	Franco	Non-franco
TOTAL INQUIET	76%	79%	74%	83%	74%	77%	74%	80%
Très inquiet	25%	33%	20%	36%	21%	29%	20%	37%
Assez inquiet	51%	47%	54%	47%	53%	48%	54%	43%
TOTAL PAS INQUIET	24%	21%	26%	17%	26%	23%	26%	20%
Peu inquiet	22%	19%	25%	15%	24%	22%	25%	17%
Pas du tout inquiet	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	3%



PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS



Base : Tous les répondants (n=559)

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



ÉQUIPE


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Éric Chalifoux

Directeur de recherche sénior

 echalifoux@leger360.com

 514-982-2464 poste 3118

Équipe projet

Éric Chalifoux, Directeur de recherche sénior

Amélie Fontaine, Analyste de recherche

Gabrielle Blais, Analyste de recherche sénior

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
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

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

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



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.

Léger

Comprendre le monde



Rapport

Besoins et aspirations de la relève d'affaires montréalaise : constats et perspectives

PHASE 2 : Groupe de discussion

Rapport préparé pour :



**JEUNE CHAMBRE
DE COMMERCE
DE MONTRÉAL**

DATE 2021-04-26 NUMÉRO DE PROJET 15643-002

Leger



Table des matières

— CONTEXTE ET OBJECTIFS	Page 4
— APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE	Page 5
— CONSTATS GÉNÉRAUX	Page 6
— CONTENU DU RAPPORT	Page 9
1. Impacts de la pandémie sur la vie des membres	
2. La vie de quartier à Montréal	
3. L'avenir du centre-ville de Montréal	
4. Opinions sur les politiques en matière d'équité et de diversité	
5. Développement de compétences et l'emploi	
6. L'environnement	
7. Préoccupations face à l'avenir	
8. Quels changements apporterais-tu si tu avais une baguette magique?	
— PROFIL DES RÉPONDANTS	Page 19
— ÉQUIPE	Page 21



APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

CONTEXTE ET OBJECTIF

La Jeune Chambre de commerce de Montréal (JCCM) a mandaté Léger pour réaliser, en premier lieu, un sondage auprès de sa communauté de la relève d'affaires, entre 18 et 40 ans. Afin de creuser certains sujets abordés dans le sondage, un groupe de discussion fut organisé et composé de membres de la JCCM, étant autant des jeunes professionnels, des entrepreneurs ainsi que des étudiants. Le rapport permettra de connaître l'opinion des membres de la JCCM sur l'impact de la dernière année sur leur vie personnelle et professionnelle, sur le centre-ville de Montréal ainsi que sur les perspectives d'avenir. De plus, le rapport permet de dresser un bilan du point de vue des participants sur l'équité et la diversité en entreprise ainsi que sur les politiques environnementales.

PHASES DE RECHERCHE	OBJECTIFS	APPROCHE	PARTICIPANTS
<p>1 SONDAGE EN LIGNE</p>	<ul style="list-style-type: none"> Comprendre la vision et les besoins des jeunes professionnels relativement à leur travail et à leur milieu de vie professionnel. Dresser un portrait de l'effet de la pandémie sur les habitudes des jeunes professionnels. Comprendre l'effet de la pandémie sur le plan de carrière des répondants. Mesurer le stress et l'inquiétude des répondants face à l'avenir. 	<p>QUANTITATIVE</p> <p>Sondage en ligne du 3 au 22 mars 2021</p>	<p>Un sondage Web a été réalisé auprès de 559 répondants, provenant d'une liste client ainsi que du panel Léger, ceux-ci pouvant s'exprimer en français ou en anglais.</p>
<p>2 GROUPE DE DISCUSSION</p>	<ul style="list-style-type: none"> Approfondir les observations trouvées à la phase 1 <ul style="list-style-type: none"> L'impact réel de la pandémie sur les membres de la JCCM. Les nouvelles habitudes de vie des participants, tous affectés par les changements dans la dernière année. Comment les membres de la JCCM voient l'avenir ainsi que les perspectives de carrières. Le point de vue des participants en matière d'équité, diversité et environnement. 	<p>QUALITATIVE</p> <p>6 avril 2021</p>	<p>11 PARTICIPANTS</p> <p>Entrepreneurs Professionnels Étudiants</p>

MÉTHODOLOGIE

MÉTHODE	1 groupe de discussion en ligne sur la plateforme CMNTY avec des membres de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal recrutés via la firme CRC Research.																				
GROUPES	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="476 515 672 576">GROUPES</th> <th data-bbox="672 515 868 576">LIEU</th> <th data-bbox="868 515 1141 576">DATE</th> <th data-bbox="1141 515 1396 576">HEURE</th> <th data-bbox="1396 515 1574 576">LANGUE</th> <th data-bbox="1574 515 1773 576">DURÉE</th> <th data-bbox="1773 515 1939 576">CACHET</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="476 576 672 629">Groupe</td> <td data-bbox="672 576 868 629">CMNTY</td> <td data-bbox="868 576 1141 629">6 avril 2021</td> <td data-bbox="1141 576 1396 629">12:00 à 14:00</td> <td data-bbox="1396 576 1574 629">Français</td> <td data-bbox="1574 576 1773 629">120 min.</td> <td data-bbox="1773 576 1939 629">50 \$</td> </tr> </tbody> </table>							GROUPES	LIEU	DATE	HEURE	LANGUE	DURÉE	CACHET	Groupe	CMNTY	6 avril 2021	12:00 à 14:00	Français	120 min.	50 \$
GROUPES	LIEU	DATE	HEURE	LANGUE	DURÉE	CACHET															
Groupe	CMNTY	6 avril 2021	12:00 à 14:00	Français	120 min.	50 \$															
CRITÈRES DE RECRUTEMENT*	Groupe <ul style="list-style-type: none"> Être membre de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal Être entrepreneur, professionnel ou étudiant 																				
ANIMATION	<ul style="list-style-type: none"> Christian Bourque, Vice-président et associé 																				

NOTES AU LECTEUR

VERBATIM

De réelles citations de participants (verbatim) sont présentées en italique à côté des constats dans les résultats détaillés du rapport de recherche.



Ce symbole accompagne les pistes de réflexion / constats clés des sections.

* Le profil détaillé des participants est présenté à la fin du rapport de recherche.



CONSTATS GÉNÉRAUX

CONSTATS GÉNÉRAUX



IMPACTS DE LA PANDÉMIE

Du jour au lendemain, les participants ont été forcés de travailler de la maison. **La majorité d'entre eux ont vécu les contrecoups de l'arrêt partiel de l'économie** (diminution ou suspension de contrats de leur employeur, perte ou diminution de revenus, etc.). Toutefois, avec la reprise graduelle des activités, **la situation des jeunes professionnels s'est à nouveau stabilisée**. Certains ont même vu leur charge de travail augmenter, alors que d'autres ont réalisé un changement de carrière.



VIE DE QUARTIER

Les promenades de quartier sont devenues coutumes pour la relève d'affaires. Celle-ci estime que **la fermeture de certains commerces est l'élément qui affecte le plus leur vie de quartier**. Sans ses attraits - commerces, restaurants, musées et festivals, notamment - **la ville s'avère moins excitante et attrayante pour les jeunes**. Pour les habitués des voyages, la fermeture des frontières interprovinciales et internationales représente un irritant supplémentaire. Quelques participants se sentent à l'étroit chez eux, pour toutes ces raisons.



CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL

Les participants sont dubitatifs concernant l'avenir du centre-ville de Montréal. La majorité d'entre eux trouvent que les travaux en cours sont dérangeants, et souhaitent une meilleure accessibilité pour les piétons et les voitures. Cela dit, **tous sont d'accord pour dire qu'il manque d'espaces verts et d'espaces de rencontres au centre-ville**. Les jeunes sont conscients et sensibles des difficultés vécues par les restaurateurs et s'inquiètent de leur avenir - selon eux, la semaine de 5 jours au bureau ne sera plus la norme post-pandémie.



ÉQUITÉ ET DIVERSITÉ

Une politique en matière d'équité et de diversité devrait être instaurée en entreprise, aux dires des participants. Par contre, ces derniers remettent en question la mise en oeuvre de cette politique. Sera-t-elle respectée et bien reçue des employeurs et employés? Quoi qu'il en soit, la diversité au sein d'une organisation est une valeur cruciale pour les jeunes professionnels et constitue une réelle plus-value pour les entreprises.



PERSPECTIVES D'AVENIR

De façon générale, les participants entendent l'avenir avec confiance. Ils sont tout aussi optimistes par rapport à leur carrière. Et pour cause : la relance économique en cours et le marché de l'emploi favorable aux candidats.

CONSTATS GÉNÉRAUX



L'ENVIRONNEMENT

Tous s'entendent pour que les audits environnementaux soient normalisés dans les entreprises. Les jeunes professionnels sont d'avis que les employeurs se munissent d'une politique en matière d'environnement, mais surtout qu'ils posent des actions concrètes et porteuses.



PRÉOCCUPATIONS FACE À L'AVENIR

L'extrémisme, le populisme et la polarisation préoccupent hautement la relève d'affaires, ainsi que la montée de la désinformation sur les réseaux sociaux. Les enjeux économiques inquiètent également les participants - et plus particulièrement l'abordabilité des logements (tant pour la location que pour l'acquisition). La santé mentale et l'éco-anxiété représentent aussi des préoccupations majeures pour les participants.



BAGUETTE MAGIQUE

La collaboration et la bienveillance : voilà les vœux de relève d'affaires! Moins de rivalité, plus d'écoute, d'ouverture et d'entraide entre voisins, communautés et entreprises. L'installation d'espaces de rencontres extérieurs à travers la métropole constitue un autre souhait des jeunes professionnels.



CONTENU DU RAPPORT

IMPACTS DE LA PANDÉMIE SUR LA VIE DES MEMBRES

TRANSITION VERS LE TÉLÉTRAVAIL

Du jour au lendemain, le télétravail est devenu le nouveau normal pour la plupart des participants. Ce changement de mode de vie a nécessité une adaptation tant professionnelle que personnelle pour la relève d'affaires. L'utilisation de nouvelles plateformes numériques et la réorganisation de la vie familiale figurent parmi les défis rencontrés dans les premières semaines de confinement. Certains participants ne sont pas retournés à leur bureau depuis mars 2020.

CARRIÈRES ET REMISE EN QUESTION

Inévitablement, tous les intervenants ont été affectés par la pandémie. Certains ont vécu ses débuts plus difficilement que d'autres, selon le statut d'emploi et le secteur d'activité dans lequel ils travaillent. Les contrecoups de l'arrêt partiel de l'économie en mars 2020 (diminution ou suspension de contrats, perte ou diminution de revenus, etc.) ont été ressentis par la majorité de la relève. Avec la reprise graduelle des activités, leur situation s'est à nouveau stabilisée.

L'embauche, bien qu'à distance, n'a pas freiné l'ambition de la plupart des participants. Toutefois, la COVID-19 a eu comme effet pour un jeune diplômé d'étirer le moment entre la fin des études et le début d'un nouvel emploi, la transition étant plus difficile.

Par la force des choses, les entrepreneurs ont apporté des changements dans leurs opérations. Entre fermetures obligatoires, incertitudes et nouvelles mesures de restriction, les propriétaires de PME participants à ce groupe de discussion ont revu leur plan d'affaires. Au fil des nouvelles annonces gouvernementales, ces entrepreneurs ont été forcés de s'ajuster à nouveau.

Une propriétaire d'un commerce essentiel confie avoir fait face à un important roulement de personnel dans la dernière année, notamment en raison du stress de contracter le virus. Ses revenus ont également diminué, sans revenir au même niveau d'avant la pandémie. **Après une période d'adaptation, la mise en place de nouvelles mesures et une communication vigilante, le stress des employés a diminué.**

REVENUS ET CONTRATS

Les entrepreneurs et travailleurs autonomes ont fait face à une diminution de revenus au début de la crise sanitaire, leurs clients suspendant ou résiliant carrément des contrats. Cette situation fut de courte durée, car la cadence a repris de plus belle dès l'été 2020. Une participante avoue même avoir trop de travail désormais et doit refuser des mandats.

Certains participants ont pu bénéficier de la PCU ou de subventions gouvernementales. Pour une propriétaire d'entreprise, les subventions ont permis de ne pas supprimer de postes, et même d'offrir une petite augmentation aux employés.

« Il a fallu que je revoie la nature de mon travail, qui est le développement des affaires, tous les bureaux numériques, les conférences, les événements virtuels (...). Dans tout ça, il y a du bon, on s'est rapproché de nos employés à Toronto, parce qu'on les a inclus dans toutes nos communications. »

- Jeune professionnelle

« Ça a permis un avancement accéléré de ma carrière, c'était mon prochain "move", j'aurais vu ça dans 2-3 ans, mais finalement c'est arrivé plus tôt. »

- Jeune professionnelle

« Nos revenus sont encore pas mal plus bas qu'avant la pandémie. »

- Jeune entrepreneure

« La PCU a quand même enlevé tout le stress financier (...). Du point de vue "start-up", entrepreneuriat, ça a vraiment été dur, parce que j'essayais de faire avancer les choses, mais je voyais bien que ça n'allait pas fonctionner. »

- Jeune entrepreneur et professionnel

LA VIE DE QUARTIER À MONTRÉAL

NOUVELLES HABITUDES

La relève d'affaires fait majoritairement plus de promenades qu'avant la pandémie. Cette activité l'amène à (re)découvrir les quartiers montréalais. De façon générale, elle prend plaisir à encourager les commerces locaux et québécois.

Les travaux en cours au centre-ville rendent les déplacements à pied plus difficiles selon certains participants, puisqu'il faut constamment changer de côté de rue. Circuler en automobile représente également un casse-tête, en raison desdits travaux et des places de stationnement limitées.

D'autres intervenants font des listes de commerces ou de lieux qu'ils souhaitent visiter à Montréal lorsque les circonstances le permettront. Les parents fréquentent davantage les parcs qu'avant la crise de la COVID-19, tout en essayant de changer de lieu une fois de temps en temps.

Quelques-uns ont profité de la pause qu'offrait le confinement pour renouer avec certains loisirs, comme la course ou la photographie.

Fermeture des commerces

Les cafés et les restaurants de quartiers sont prisés des jeunes professionnels. Par contre, avec la fermeture des salles à manger, de certains commerces et des espaces culturels, **des participants estiment qu'il est beaucoup moins excitant de vivre en ville**. En même temps, d'autres en profitent pour épargner.

Ces fermetures affectent d'autant plus les professionnels qui rencontraient physiquement des collègues ou des clients dans des cafés ou des espaces avec une connexion Internet.

Fermeture des frontières

Plusieurs sont dérangés par la fermeture des frontières et par l'avertissement du gouvernement d'éviter les voyages non essentiels à l'extérieur du pays. Ces derniers se lassent de toujours fréquenter les mêmes lieux. Les participants s'ennuient de se changer les idées en voyageant hors du Québec, que ce soit dans le cadre d'une fin de semaine ou pour une plus longue période.

« Ce que j'aimais de la ville c'était les festivals, aller voir mes amis qui habitent dans le coin, les cafés, les restos, et tout cela était mort du jour au lendemain. »

- Jeune entrepreneure

« Je n'ai pas pris le métro depuis le début de la pandémie; je prends le vélo ou je marche. »

- Jeune entrepreneure

« On est moins dans l'anxiété du début, mais je suis mentalement épuisée. J'ai hâte de changer d'air; je me rends compte que je voyageais vraiment beaucoup durant les longs weekends. »

- Jeune professionnelle

« On a continué à aller voir d'autres quartiers, encourager les commerces locaux. »

- Jeune professionnelle

« On a économisé beaucoup d'argent, le compte de banque a juste continué de monter parce qu'on ne fait plus de sorties, on ne va plus au resto. »

- Jeune entrepreneur et professionnel

L'AVENIR DU CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL

CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL POST-PANDÉMIE

Plusieurs se demandent ce qu'advient du centre-ville, considérant la diminution drastique des travailleurs qui se rendent au bureau. Avec le début du télétravail, les participants observent que beaucoup moins de professionnels fréquentent aujourd'hui le centre-ville.

Certains croient que le centre-ville sera semblable à ce qu'il était, lorsque la vie reprendra sa normalité.

Piétons et espaces verts

La majorité des participants s'entendent pour dire que le centre-ville devrait être **plus accessible et adapté aux piétons**. Cet élément rendrait une visite au centre-ville beaucoup plus agréable.

Une bonne partie des participants s'inquiètent du sort des restaurants ; la fermeture des salles à manger et la diminution de la clientèle font craindre le pire à la relève. Selon une jeune professionnelle, la majorité des travailleurs ne fréquenteront pas leur bureau (et de surcroît, le centre-ville) 5 jours par semaine, une fois la pandémie passée. Par conséquent, les restaurants ne seront plus autant fréquentés et plusieurs seront peut-être forcés de fermer. Une autre participante ajoute que le centre-ville ne lui donne pas le sentiment d'être un «vrai» quartier et suggère que les commerces qui s'y trouvent se concentrent à attirer une clientèle de proximité (les résidents actuels et futurs), plutôt que les travailleurs qui sont destinés à être moins nombreux.

Les jeunes insistent sur le besoin en espaces verts ou pour se rassembler, s'asseoir et discuter avec des amis ou des collègues. Ce qui veut dire davantage de bancs, d'arbres et d'espaces à pique-nique afin de pouvoir profiter pleinement de la ville. De plus, selon certains, les espaces verts aideraient à atténuer le sentiment d'être «pris en ville».

Deux intervenants recommandent de s'inspirer de certaines villes européennes, où les voitures sont restreintes dans le centre-ville et où plus de place est donnée aux piétons.

« On a vu la dépendance des gens envers les environnements verts (...). [Ce sont] tous les quartiers qui en possédaient qui se sont fait submerger, donc clairement qu'il y a des gens qui n'avaient pas accès à ça et qui mériteraient d'en avoir. »

- Jeune professionnelle

« L'aménagement de la rue Sainte-Catherine va être super intéressant, parce que ça donne beaucoup plus de place aux piétons. »

- Jeune professionnelle

« Avoir le plus d'espaces verts dans le centre-ville, il n'y en a vraiment pas beaucoup. Pour aller pique-niquer, c'est très limité. »

- Jeune entrepreneure

« Je comprends qu'on ne peut pas abolir 100% des voiture(s), mais peut-être d'ouvrir ces petits espaces ici et là un peu partout dans la ville avec des parcs et des bancs pour s'asseoir et jaser... un espace de lieu de rencontre à plusieurs endroits. »

- Jeune entrepreneur et professionnel

L'opinion générale pointe donc vers un juste milieu entre les espaces verts, le transport en commun et une facilité de se déplacer aussi bien à pied qu'en voiture malgré les travaux. Les participants sont majoritairement d'accord pour l'ajout d'espaces permettant les rassemblements extérieurs, tout en améliorant l'accessibilité pour ceux qui souhaitent s'y rendre en voiture. *Dans le contexte sanitaire actuel, il est d'autant plus pertinent et sécuritaire d'ajouter et d'aménager de tels espaces.*

OPINIONS SUR LES POLITIQUES EN MATIÈRE D'ÉQUITÉ ET DE DIVERSITÉ

La relève d'affaires accorde beaucoup d'importance à la diversité et à l'inclusion, si bien qu'**une telle politique devrait être instaurée en entreprise. Ceci étant dit, les jeunes demeurent sceptiques par rapport à sa mise en oeuvre.** Plusieurs personnes présentes au groupe de discussion estiment qu'il est facile d'établir une politique que de l'exécuter. Beaucoup de progrès reste à faire pour assurer une réelle diversité et inclusion en entreprise.

Une politique en matière d'équité et de diversité serait bien accueillie par les jeunes professionnels. Selon eux, une entreprise qui se munit d'une telle politique est un signe progressiste. Cela démontre que des actions concrètes veulent être posées autant chez les petites que chez les grandes entreprises.

Une jeune professionnelle souligne que le changement apporté par le télétravail fait en sorte que les gens en recherche d'emploi n'auront plus à chercher un travail seulement auprès des entreprises proches de chez eux ; ils peuvent désormais se concentrer à trouver une entreprise qui se rapproche de leurs valeurs personnelles. De plus, pour attirer la relève, une professionnelle est d'avis que les employeurs devront se réinventer et se distinguer par leurs valeurs inclusives, plutôt que de miser sur des bureaux à la mode avec des tables de ping-pong.

Un participant soulève que des exigences demandées par des entreprises peuvent être discriminantes envers certains groupes, alors que la majorité des gens nés au pays ne s'en rend pas compte. Par exemple, une entreprise peut exiger de l'expérience de travail au Canada, ce qui est en soi une barrière supplémentaire pour les immigrants n'ayant jamais travaillé au Canada. Une jeune professionnelle appuie ce propose et ajoute que certaines complications à l'embauche de candidats venant d'ailleurs peuvent être causées par des complications du permis de travail, lequel est octroyé par le gouvernement du Canada.

Selon un jeune entrepreneur, il faut s'armer de patience avant de voir de réels changements s'opérer. Il partage quelques difficultés qu'il a vécues personnellement avec des employés de différentes origines. Cette diversité lui a toutefois permis de sortir de sa zone de confort et de comprendre comment ses collègues percevaient des enjeux.

Une autre entrepreneure dénonce **le manque de soutien concernant l'intégration d'employés issus de la diversité** (ethnoculturelle, sexuelle, etc.). Bienveillants et ouverts, il reste que les gestionnaires ne savent pas toujours comment réagir face à certaines situations plus délicates.

« Les jeunes vont être attirés vers des entreprises qui se positionnent mieux, y compris sur le sujet de la diversité et de l'inclusion. Ils vont se sentir fiers de travailler pour ces entreprises-là même si c'est à distance. »

- Jeune professionnelle

« Moi je trouve ça super intéressant, justement, quelqu'un qui arrive d'ailleurs. Il a une autre perspective et une autre façon de faire; ça crée, surtout dans les milieux créatifs, un super bel échange (...) on le voit vraiment comme une plus-value (...). »

- Jeune professionnelle

« Ces politiques-là seraient plus pour les gestionnaires de grandes corporations que pour les employés, c'est peut-être plus les gestionnaires qui auraient besoin de se faire conscientiser, ou les gens qui embauchent. »

- Jeune entrepreneur

« Il devrait y avoir des programmes pour aider les gestionnaires, pas juste ceux qui font l'embauche, parce que c'est dur de gérer certaines personnes qui n'ont pas le même langage ou la même culture. »

- Jeune entrepreneure

DÉVELOPPEMENT DE COMPÉTENCES ET L'EMPLOI

CONFIANCE EN LES PERSPECTIVES D'AVENIR

Les participants ont confiance en leurs perspectives de carrières. Dans un contexte de pénurie de main-d'oeuvre, les recruteurs sont très actifs et constamment à la recherche de talents.

Le marché à l'avantage des candidats s'illustre effectivement dans les propos des participants. Un étudiant universitaire se fait déjà approcher par des recruteurs, alors qu'il n'a pas encore décroché son diplôme. D'autres professionnels ont quant à eux réalisé un changement de carrière dans la dernière année, et certains se sont réorientés plus tôt que prévu.

Une professionnelle dénonce toutefois le manque de jeunes formés dans son domaine (architecture, urbanisme, design), ainsi que l'augmentation de la charge de travail. De son côté, une gestionnaire encourage la formation continue de ses employés. Entourée de gens brillants, elle n'est pas inquiète pour l'avenir.

Malgré l'optimisme qui règne chez les participants, ceux-ci gardent une réserve concernant les carrières dans le milieu culturel.



La relève d'affaires est généralement optimiste par rapport au marché de l'emploi et ses opportunités. Par contre, les questions économiques l'inquiète, et plus particulièrement la flambée immobilière. Cette situation préoccupante ne permet pas aux participants d'être aussi confortables chez eux qui le souhaiteraient.

« En tant que jeune universitaire, on vient se faire chercher parce que [les entreprises] ont besoin de monde. »

- Jeune professionnel

« Quand la pandémie a commencé, on a tous eu peur et les employeurs aussi ont eu peur, mais maintenant qu'on est habitués à cette réalité-là (...) j'ai vu beaucoup de gens dans mon réseau qui ont changé d'emploi, donc les gens s'intéressent à d'autres secteurs. »

- Jeune professionnelle

« Nous dans notre domaine, je n'ai jamais vu ça, on annonce une pénurie (de nouveaux candidats) et c'est inquiétant parce que par rapport à l'embauche de personnes avec de l'expérience dans notre domaine, ce n'est pas si évident que ça, il n'y a pas eu plus de diplômés pour la quantité de travail que l'on a. »

- Jeune professionnelle

L'ENVIRONNEMENT

POLITIQUES ENVIRONNEMENTALES

Les répondants s'entendent pour que les **audits environnementaux soient normalisés dans les entreprises**. Il s'agit de la solution qui fait le plus grand consensus concernant les gestes que les gouvernements et les entreprises pourraient poser pour protéger l'environnement.

Les audits permettraient de connaître l'impact environnemental des entreprises et leur indice carbone. Cette mesure inciterait donc les entreprises à se fixer des objectifs durables.

Un étudiant met de l'avant **l'écofiscalité** - un concept qui selon lui pousserait les entreprises à investir davantage dans les technologies meilleures pour l'environnement. Ce principe suggère que les entreprises payent davantage lorsqu'elles polluent. Cet argent est ensuite investi dans des initiatives vertes.

La solution de **l'approvisionnement local** est aussi soulevée. Une participante suggère que cette solution peut aussi être appliquée aux matériaux, à la main-d'œuvre, etc. Cependant, ce n'est pas une avenue parfaite, selon un entrepreneur qui explique qu'il peut être coûteux de s'approvisionner localement, notamment quand une entreprise tente d'être compétitive. Il suggère plutôt que le gouvernement donne davantage de subventions aux entreprises qui s'approvisionnent localement afin d'encourager les dépenses locales.

MAIS ENCORE?

Il n'est pas suffisant pour les entreprises de se munir d'une politique, celles-ci doivent aussi poser des actions concrètes et demeurer transparentes envers l'atteinte de leurs objectifs. Par exemple, une entrepreneure estime que des gestes simples, tels que de demander à ses employés d'utiliser moins de papier et de recycler davantage, n'est pas suffisant. Elle souhaite que les entreprises posent plus de gestes, proportionnellement à leur impact environnemental. Elle ajoute par ailleurs l'importante empreinte carbone que produisent des centaines de courriels accumulés dans une boîte de réception.



La majorité des participants sont d'accord pour dire qu'il faudrait que les entreprises proposent plus de façons d'être écoresponsables et qu'elles y adhèrent. Les jeunes professionnels croient au fait que les entreprises devraient être tenues responsables de leurs actions et gestes néfastes sur l'environnement.

« Moi je suis quand même un gros "believer" dans tout ce qui est écofiscalité et éco investissement, je crois qu'il y a beaucoup d'entreprises dans le milieu, les banques, toutes les compagnies d'assurances qui investissent des sommes importantes, donc il y a moyen d'investir de façon verte. »

- Jeune étudiant

« Les entreprises, on essaye vraiment d'aller chercher local, de faire travailler du monde localement (...), sauf que d'un autre côté, si on veut vraiment tout faire local, souvent c'est 90% de plus en dépenses. »

- Jeune entrepreneur

« Payer si tu pollues. »

- Jeune étudiant

« Les politiques c'est beau, mais qu'est-ce qu'on peut faire vraiment? Qu'est-ce qu'on peut vraiment mettre en action de concret, de réel? »

- Jeune entrepreneure

PRÉOCCUPATIONS FACE À L'AVENIR

Trois principaux sujets préoccupent la relève d'affaires. Certains considèrent leurs inquiétudes comme étant un peu égoïstes, quoi qu'ils estiment que ce sont aussi des préoccupations généralisées dans la population.

LA MONTÉE DES EXTRÉMISTES

Plusieurs s'inquiètent du **populisme, de la polarisation et de la montée de l'extrémisme**. Plusieurs répondants observent que certaines personnes tendent vers les extrêmes et ne sont plus capables d'avoir des débats et des discussions saines. Cette situation représente un danger pour la société. Certains jeunes ont effectivement peur que le gouvernement prenne des décisions radicales et irréparables. De plus, une entrepreneure relate comment **les réseaux sociaux ont joué un rôle important dans la désinformation** en 2020. Ce phénomène lui fait vivre du stress.

L'ÉCONOMIE

Plusieurs sont inquiets par rapport à **la capacité d'achat des jeunes qui est de moins en moins grande**. Selon plusieurs, les jeunes sont plus pauvres, alors que le coût de la vie ne cesse d'augmenter. De nombreux participants expriment de l'inquiétude face au fait que les logements, condos et maisons, sont particulièrement dispendieux et ne seront pas plus abordables dans les années à venir. Un participant ne cache pas son inquiétude devant l'impact d'une autre pandémie sur l'économie dans le futur.

SANTÉ MENTALE

Une autre inquiétude généralisée chez les répondants constitue **l'impact de la pandémie sur la santé mentale**. Une participante explique qu'elle a particulièrement peur que le nombre de personnes vivant de l'anxiété augmente, considérant le manque de relations sociales causé par la crise et le stress vécu par certaines personnes lors d'un rassemblement - même si celui-ci se fait dans les règles de la distanciation.

Un jeune entrepreneur partage son inquiétude face à la stigmatisation des maladies mentales et espère qu'il sera de plus en plus accepté par la société de demander de l'aide et de dire lorsque ça ne va pas.

Autres préoccupations

D'autres préoccupations, comme le **vieillessement de la population et l'écoanxiété**, ont aussi été mentionnées. La pandémie a beaucoup affecté les personnes âgées et une jeune professionnelle est inquiète par rapport à l'isolement de ceux-ci (aggravé par la pandémie) et des impacts futurs d'une population vieillissante sur le système de santé. Il est, selon elle, encore plus important de revoir les milieux de vie des personnes âgées.

« Même avant que la pandémie arrive, il y avait énormément de tensions sur de multiples sujets, il y a des polarisations, il y a de l'extrémisme sur pleins d'enjeux, il y a des droits qui reculent, et je pense que le climat général n'aide pas à adoucir les mœurs. »

- Jeune professionnelle

« Nous les jeunes, on a moins de revenu, tout coûte plus cher et ça nous empêche de réaliser des rêves, ne serait-ce que d'avoir une famille, une chambre de plus dans le condo, c'est des projets qu'on doit retarder parce qu'on n'a pas les capacités financières. »

- Jeune professionnelle

« C'est surtout l'anxiété qui me fait peur, j'espère qu'on va pouvoir être une société en santé quand même et qu'il va y avoir des efforts de la part du gouvernement pour la préserver. »

- Jeune entrepreneure

« Les réseaux sociaux et la désinformation, les gens qui commencent à ne pas se fier sur les vraies sources. »

- Jeune entrepreneure

« Le coût des logements, moi aussi j'aimerais ça avoir une maison pour ma famille, mais c'était cher avant, on se disait on va attendre plus tard, mais finalement c'est cher et ça va toujours être cher. »

- Jeune entrepreneur

QUELS CHANGEMENTS APPORTERAI-TU SI TU AVAIS UNE BAGUETTE MAGIQUE? (1/2)

En terminant le groupe de discussion, les participants ont eu l'occasion de partager ce qu'ils changeraient à Montréal s'ils avaient une baguette magique.

BIENVEILLANCE ENTRE VOISINS ET DANS LES COMMUNAUTÉS

Une bonne partie des participants partagent l'idée qu'il faut plus prendre soin l'un de l'autre. Retrouver un sentiment «communautaire» fait également partie du souhait de certains répondants. Une solution proposée est de créer des lieux où les gens puissent se rencontrer, dans les quartiers. Par ailleurs, le mot **bienveillance** revient souvent dans les discussions.

La santé mentale est un sujet récurrent : les communautés et les entreprises ont une responsabilité de prendre soin des leurs.

Une participante donne l'exemple du quartier montréalais Hochelaga-Maisonneuve qui, selon elle, fait rayonner les commerces locaux et prône l'entraide entre ses résidents.

POUR LES ENTREPRISES

La relève souhaite que **les entreprises redonnent davantage à la société**. Cela peut se réaliser de différentes façons : don en matériel ou en argent, organisation d'activités, et plus encore. Un des entrepreneurs présents explique que son entreprise fera don de tous les équipements encore utilisables qui ne seront plus standards pour location à ses clients.

Les entrepreneurs s'entendent pour dire que **les entreprises devraient davantage collaborer**, plutôt qu'être en compétition. Le fait de se voir non comme compétiteurs, mais plutôt comme alliés, aurait pour effet de prendre mieux soin de leurs employés et de mieux allouer leurs ressources.



La relève d'affaires souhaite avoir accès à plus d'espaces verts et communautaires, où il est possible de se rencontrer de façon sécuritaire. La pandémie et l'isolement expliquent peut-être ce désir.

« (... que les entreprises aient...) Un volet social qui n'est pas pour faire du profit. Si toutes les entreprises faisaient ça, il y aurait tellement de belles choses qui pourraient se passer. »

- Jeune entrepreneur

« Un volet communauté, qu'on puisse se sentir tous dans le même bateau, mais d'avoir ce côté-là plus pour Montréal (...) de pouvoir vraiment s'entraider et de faire preuve vraiment beaucoup de bienveillance. »

- Jeune professionnelle

« Que les entreprises se dotent de moyens de prendre soin de leur monde, de s'assurer qu'on les supporte, ça pourrait contribuer à créer un environnement qui est plus sain. »

- Jeune professionnelle

QUELS CHANGEMENTS APPORTERAI-TU SI TU AVAIS UNE BAGUETTE MAGIQUE? (2/2)

CE QUE LES MUNICIPALITÉS ET GOUVERNEMENTS POURRAIENT FAIRE

Les jeunes professionnels et entrepreneurs en avaient beaucoup à dire sur les gestes que les gouvernements pourraient poser afin d'améliorer la vie de tous. L'un des intervenants propose d'ailleurs que **les jeunes soient davantage inclus dans les prises de décision**.

Le système de l'éducation a également été abordé. Selon un entrepreneur, les enseignants vivent énormément de pression. Il suggère qu'une «réforme» soit réalisée pour que les professionnels de ce secteur bénéficient de ressources monétaires supplémentaires et du soutien nécessaire.

Bien que la relève souhaite que davantage d'espaces collectifs soient créés et aménagés, l'hiver demeure une période moins propice aux rassemblements extérieurs. En ce sens, une jeune professionnelle propose de réfléchir au **développement de nouveaux projets inusités qui permettraient aux citoyens de se rencontrer ailleurs qu'à la maison** (ou ailleurs qu'au centre d'achat) durant la saison froide.

Du côté environnemental, un étudiant propose que plus d'infrastructures pour voitures électriques soient installées en ville.

Deux dernières propositions ont été soulevées : instaurer la semaine de 4 jours et réduire l'espace de stationnement en ville, dans une optique de libération de l'espace.

« Mettre les jeunes, mêmes les enfants, au cœur des décisions. Les gens pensent souvent que si on prend des décisions avec les jeunes en tête on oublie les personnes âgées, mais ce qu'on s'aperçoit beaucoup c'est que les jeunes ont des idées. »

- Jeune professionnelle

« Le système de l'éducation, peut-être faire un beau ménage et de stabiliser le bateau, parce que le bateau à l'air de couler depuis des années. »

- Jeune entrepreneur



PROFIL DES PARTICIPANTS

PROFIL DES PARTICIPANTS

	Genre	Âge	Occupation
P1	Femme	30-35 ans	Entrepreneure
P2	Femme	35-40 ans	Professionnelle
P3	Femme	25-30 ans	Entrepreneure
P4	Homme	30-35 ans	Professionnel
P5	Homme	35-40 ans	Entrepreneur et professionnel
P6	Femme	25-30 ans	Professionnelle
P7	Femme	30-35 ans	Professionnelle
P8	Femme	35-40 ans	Entrepreneure
P9	Homme	20-24 ans	Étudiant
P10	Homme	25-30 ans	Étudiant
P11	Femme	25-30 ans	Professionnelle




ÉQUIPE


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Éric Chalifoux

Directeur de recherche sénior

 echalifoux@leger360.com

 514-982-2464 poste 3118

Équipe projet

Éric Chalifoux, Directeur de recherche sénior

Amélie Fontaine, Analyste de recherche

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
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

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

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



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

