

COMMUNIQUÉ

Le soutien lié à la ménopause gagne du terrain dans les milieux de travail canadiens

Les témoignages de cheffes de file des RH révèlent que de simples ajustements peuvent générer des retombées considérables pour les employés, les employeurs et l'économie

Toronto, le 14 octobre 2025 – Puisque le quart de la main-d'œuvre canadienne est composé de femmes de plus de 40 ans (l'âge où la périménopause et la ménopause sont les plus fréquentes), les employeurs prennent conscience à la fois de l'urgence et de l'occasion unique de promouvoir des milieux de travail inclusifs à l'égard de la ménopause. Des pratiques exemplaires sont en train d'émerger, selon un récent événement *Ménopause, au travail!*^{MC} : *séance sur les pratiques exemplaires de l'employeur*, organisé par la Fondation canadienne de la ménopause (FCM). À l'approche de la Journée mondiale de la ménopause, le 18 octobre, la FCM partagera les points de vue recueillis au cours de la séance, qui a mis en vedette des cheffes de file de certaines des organisations les plus reconnues au Canada : la Sun Life, IKEA Canada, PwC Canada et BMO.

Selon le rapport [*Ménopause et vie professionnelle au Canada*](#) de la FCM, les symptômes de la ménopause non pris en charge coûtent à l'économie canadienne environ 3,5 milliards de dollars chaque année en raison des journées de travail manquées, de la baisse de productivité et des pertes de revenu subies par les femmes durant leurs années de revenus maximaux. Les employeurs qui comprennent et respectent cette étape de la vie sont mieux placés pour soutenir leurs employées, renforcer leur engagement et tirer pleinement parti de l'apport de femmes au sommet de leur carrière.

« Il s'agit d'un moment charnière pour les employeurs canadiens, a déclaré Janet Ko, présidente et cofondatrice de la FCM. « Nous n'avons jamais vu autant de femmes en milieu de vie jouer un rôle aussi essentiel dans l'économie. La bonne nouvelle, c'est qu'il ne faut pas de grands moyens pour avoir un impact significatif : des gestes simples et concrets peuvent aider les femmes à s'épanouir tout en renforçant le succès organisationnel. »

Les enseignements tirés de la séance sur les pratiques exemplaires, de même que le guide en cinq étapes destiné aux employeurs et le nouveau guide du gestionnaire, font partie des ressources gratuites offertes aux employeurs dans le cadre de la campagne novatrice [*Ménopause, au travail!*^{MC}](#). La campagne, à laquelle les employeurs sont libres de participer, leur donne l'occasion de manifester leur engagement à soutenir les employées qui traversent cette étape universelle de leur vie.

Voici les principaux points à retenir de la séance sur les pratiques exemplaires :

- **Soutenir l'éducation et la sensibilisation** : Aide à combler le manque de connaissances sur la ménopause et élimine la stigmatisation et la peur de la discrimination, donnant aux employées et aux gestionnaires la confiance nécessaire pour discuter de la ménopause en milieu de travail.
- **Obtenir l'adhésion de la direction** : Un appui évident de la direction assure que le changement se produit rapidement et indique aux employées que l'entreprise valorise les femmes qui sont au sommet de leur vie professionnelle.
- **Repenser les politiques et les avantages sous un nouvel angle** : L'examen des avantages et des mesures de soutien existants dans une optique d'inclusion liée à la ménopause peut mener à des améliorations significatives, souvent sans coût supplémentaire ou avec un investissement minimal.
- **Permettre la souplesse** : Des mesures d'adaptation simples, comme la souplesse de l'horaire, des pauses plus fréquentes pour aller aux toilettes ou l'utilisation d'outils d'IA, peuvent avoir une grande incidence sur le bien-être et le rendement des employées.
- **Fournir des outils et des conseils** : Des ressources officielles comme des lignes directrices, des guides et des trousseaux d'outils destinés aux gestionnaires aident à intégrer le changement à l'échelle de l'organisation et à soutenir les employées et les dirigeants.

Mesures prises par des cheffes de file des RH du Canada dans leur milieu de travail :

« Chez Sun Life, nous soutenons nos propres employées tout au long de cette phase de la vie et nous veillons également à ce que tous les employeurs canadiens aient les conseils et les ressources dont ils ont besoin », a déclaré **Marie-Chantal Côté, vice-présidente principale, Sun Life Santé**. « Nous avons élaboré des trousseaux d'outils complètes et des rapports détaillés, et nous avons également parrainé le travail de la Fondation canadienne de la ménopause dans ce domaine. Nous sommes déterminés à aider les entreprises canadiennes à créer des milieux de travail inclusifs et favorables pour l'ensemble des employés. »

« Grâce à l'appui solide de notre équipe de direction, nous avons lancé une stratégie globale sur la ménopause chez PwC », a affirmé **Lisa Rosen, directrice, Rémunération globale, PwC Canada**. « L'éducation et la sensibilisation ont été au cœur de notre approche – nous avons lancé un centre de ressources et des cercles de discussion mensuels sur la ménopause. Nous organisons également des séances d'apprentissage et offrons des outils aux gestionnaires pour favoriser les conversations ouvertes et empreintes d'empathie, afin de normaliser la ménopause comme sujet en milieu de travail. De nombreuses femmes ont affirmé que le simple fait d'ouvrir la discussion leur a permis de se sentir reconnues et moins seules. »

« Nous visons à soutenir l'ensemble de nos collègues à toutes les étapes de leur vie, et la ménopause ne fait pas exception », a indiqué **Tanja Fratangeli, cheffe, Personnel et culture, IKEA Canada**. « Nous avons introduit des lignes directrices sur la ménopause pour tous les collègues d'IKEA Canada, ainsi que des guides pratiques destinés aux employés et aux gestionnaires. Nous faisons de la sensibilisation afin de maintenir le dialogue, en veillant à ce que nos collègues se sentent toujours à l'aise de demander et de recevoir le soutien dont ils ont besoin. »

« En 2022, nous avons établi la toute première stratégie de BMO en matière de santé des femmes. Dans le cadre de cette stratégie, nos séances sans filtre sur la ménopause ont permis d'accroître la sensibilisation et d'amorcer le dialogue, ce qui a permis à nos employées de se sentir appuyées », a déclaré **Sarika Gundu, cheffe, Avantages sociaux et reconnaissance au Canada, BMO**. « Certaines organisations peuvent craindre de ne pas avoir les ressources nécessaires pour s'attaquer aux problèmes liés à la ménopause, mais nous avons constaté qu'il existe des initiatives de grande valeur à faible coût qui peuvent avoir une incidence réelle sur le soutien des employées. »

À propos de la campagne *Ménopause, au travail!*^{MC}

La campagne *Ménopause, au travail!*^{MC} a été lancée en 2023, en parallèle avec la publication du rapport novateur *Ménopause et vie professionnelle au Canada* de la FCM. En 2025, *Ménopause, au travail!*^{MC} a reçu un prix « Breakout Program » de la part de Catalyst, soulignant son impact et son innovation. La FCM est reconnaissante envers des partenaires comme la Sun Life, qui contribuent activement à faire progresser son engagement en faveur de milieux de travail inclusifs à l'égard de la ménopause au Canada.

À propos de la Fondation canadienne de la ménopause

La Fondation canadienne de la ménopause (FCM) est une organisation nationale sans but lucratif qui a été créée pour sensibiliser la population aux répercussions de la ménopause sur les femmes et la société. La mission de la FCM est d'éliminer la stigmatisation sociale et les tabous associés à la ménopause. L'organisation est déterminée à combler les lacunes dans le domaine de la ménopause, à améliorer l'accès aux soins et aux traitements et à créer un milieu inclusif pour la ménopause au travail. Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site FondationCanadienneDeLaMenopause.ca.

Pour tout renseignement complémentaire, veuillez écrire à l'adresse courriel suivante :
natasha.compton@becuriouspr.com