



POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

La déstigmatisation de la ménopause devient un enjeu commercial essentiel, car les employeurs perdent un demi-million de jours de productivité, et les femmes doivent renoncer à 3,3 G\$ de revenus

Certains employeurs canadiens font des progrès vers l'inclusion de la ménopause; en ce Mois mondial de la ménopause, la Fondation canadienne de la ménopause incite plus d'employeurs à l'action

TORONTO, le 2 octobre 2024 – La productivité dans les milieux de travail canadiens et le revenu des Canadiennes sont durement touchés en raison de symptômes non maîtrisés de la ménopause et, à l'approche du Mois mondial de la ménopause, la Fondation canadienne de la ménopause (FCM) incite les employeurs à mieux soutenir les femmes à cette étape de leur vie. Selon le rapport inédit de la FCM intitulé [Ménopause et vie professionnelle au Canada](#), qui comprend une analyse des répercussions économiques réalisée par Deloitte Canada, environ 540 000 jours de travail perdus, ou 237 M\$ de perte de productivité pour les employeurs, peuvent être attribués chaque année à des symptômes de ménopause non maîtrisés. Les femmes subissent les conséquences financières de la perte de revenus en raison de la baisse du nombre d'heures de travail et/ou du salaire, ou de la décision de quitter le monde du travail, et ces pertes atteignent 3,3 G\$. Les femmes de 40 ans et plus représentent le quart de la main-d'œuvre canadienne, soit cinq millions de personnes, et de ce nombre, deux millions ont entre 45 et 55 ans, la tranche d'âge à laquelle la ménopause se manifeste le plus souvent. Cette cohorte est le segment de femmes sur le marché du travail qui augmente le plus rapidement et devrait croître de près du tiers d'ici 2040ⁱ, il n'y a donc jamais eu de meilleur moment pour les employeurs de créer un milieu inclusif pour la ménopause.

La ménopause au travail

La ménopause est une expérience universelle pour les femmes; 95 % d'entre elles présenteront un ou plusieurs des quelque 30 symptômes de la ménopause, mais la moitié d'entre elles disent être mal préparées pour cette étape de leur vie. Le tiers des femmes sur le marché du travail interrogées dans le cadre du rapport de la FCM sur le milieu du travail affirment que les symptômes liés à la ménopause ont eu des conséquences négatives sur leur rendement au travail (32 %). Une proportion importante d'entre elles disent avoir caché leurs symptômes au travail (24 %) et qu'elles ne se sentiraient pas à l'aise de parler de soutien à leur supérieur (67 %) ou à une personne des ressources humaines (70 %).

Le désir de créer un milieu inclusif pour la ménopause est fort, mais il continue pourtant de ne pas être priorisé par les employeurs. Dans le rapport de la FCM sur le milieu du travail, 87 % des personnes qui ont répondu au sondage estiment que les femmes sur le marché du travail ont



besoin de soutien à toutes les étapes de leur vie, y compris au moment de la ménopause, mais 9 travailleuses sur 10 (87 %) estiment que leur employeur ne leur offre aucun soutien lié à la ménopause ou ne savent pas si un tel soutien est offert. Les mesures de soutien le plus souvent jugées souhaitables sont une assurance médicale, la flexibilité des politiques liées au milieu de travail, les rajustements de l'environnement de travail ainsi que la sensibilisation et l'éducation, de façon générale.

Champions des milieux de travail inclusifs pour la ménopause

Un milieu de travail inclusif pour la ménopause est un milieu qui aide à combler l'écart de connaissances sur la ménopause, qui fait des conversations sur la ménopause quelque chose de normal et qui détermine et met en œuvre des initiatives, comme des mesures d'adaptation du milieu de travail et des avantages sociaux pour aider les travailleuses qui présentent des symptômes de la ménopause à continuer de s'épanouir au travail. Des employeurs de premier plan, comme Sun Life, la Société de l'arthrite du Canada, PwC Canada, BMO et L'Oréal Canada, ouvrent la voie en montrant comment de petits pas pour instaurer un milieu inclusif pour la ménopause font une grande différence pour les femmes au travail. Ce faisant, ces organisations établissent des pratiques exemplaires pour inspirer d'autres milieux de travail canadiens.

- **Sun Life** organise des séances sur le bien-être des employés, animées par des cadres supérieurs et axées sur la santé des femmes, y compris sur la ménopause. L'approche hybride de l'entreprise en matière de travail, ainsi que les avantages et les mesures d'adaptation inclusifs, permettent également les employés de gérer leur bien-être et de s'épanouir. Ils utilisent ces apprentissages pour fournir aux clients des données et des recherches qui éclairent leurs stratégies en milieu de travail.
- **La Société de l'arthrite du Canada** a ajouté la périménopause et la ménopause à ses politiques afin d'inscrire la capacité d'ajuster les horaires ou d'établir d'autres mesures d'adaptation, et a pris des mesures pour s'assurer que son environnement de travail favorise l'inclusion de la ménopause.
- **PwC Canada** a effectué un examen complet de ses avantages sociaux sur le plan de l'inclusion de la ménopause et a lancé des *cercles de discussion mensuels sur la ménopause*, qui sont des forums où il est possible de faire des témoignages et de poser des questions.
- **BMO** revoit annuellement son programme d'avantages sociaux pour s'assurer que la couverture des traitements liés à la ménopause soit conforme aux besoins changeants de ses effectifs en matière de santé et a lancé une nouvelle série de webinaires sur la santé des femmes qui comprend une séance très populaire sur la ménopause.
- **L'Oréal Canada** a intégré la ménopause dans son cadre de diversité, d'équité et d'inclusion pour le Canada et fait appel à des championnes au sein de son groupe de ressources pour les employés *Generations*.

Pour en savoir plus sur les mesures que prennent ces organisations, [cliquez ici](#).



Ménopause, au travail!

La FCM demande aux employeurs de tout le Canada de soutenir les femmes au sommet de leur carrière en se joignant à sa nouvelle campagne **Ménopause, au travail!**^{MC}. La campagne, à laquelle vous pouvez participer gratuitement, offre aux organisations des outils et des ressources gratuits, y compris le guide **Ménopause au travail et inclusion** qui présente des mesures simples et pratiques que les employeurs peuvent mettre en place pour entreprendre leur propre cheminement pour mieux accompagner les femmes à cette étape de leur vie.

Citations :

« Nous sommes heureuses de voir que des employeurs canadiens de premier plan se mobilisent, ce qui prouve que le soutien n'a pas besoin d'être compliqué pour être efficace. Il faut tout simplement d'entamer la conversation, d'aider à enrayer les stigmatisations de longue date et de montrer que la ménopause est *au travail* partout. »

Janet Ko, présidente et cofondatrice, Fondation canadienne de la ménopause

« Toutes les femmes font l'expérience de la ménopause, mais elles sont nombreuses à souffrir en silence en raison d'un manque de compréhension et de soutien, tant dans les soins de santé que sur le lieu de travail. Il est essentiel de combler l'écart de connaissances sur la ménopause au travail pour veiller à ce que les femmes reçoivent les soins dont elles ont besoin. »

D^{re} Michelle Jacobson, professeure adjointe, Université de Toronto, obstétrique et gynécologie, spécialiste de la ménopause, Women's College et Hôpital Mount Sinai

« Ce travail aide à faire tomber les préjugés institutionnels qui existent encore dans les milieux de travail, empêchant de nombreuses femmes d'atteindre leur plein potentiel professionnel. À plus long terme, nous croyons qu'il sera essentiel à l'avantage concurrentiel de la Sun Life et qu'il contribuera à l'amélioration de la santé des sociétés dans lesquelles nous exerçons nos activités. »

Helena Pagano, vice-présidente générale et première directrice des personnes et de la culture, Sun Life

« Notre effectif est composé à près de 90 % de femmes, et le fait de devenir un lieu de travail inclusif pour la ménopause fait partie intégrante de tout ce que nous faisons. Notre objectif est de veiller à ce que nos employées ménopausées soient informées, soutenues et valorisées à cette étape de leur vie. »

Trish Barbato, présidente et chef de la direction, Société de l'arthrite du Canada, cofondatrice et directrice, Fondation canadienne de la ménopause



Fondation Canadienne de la Ménopause

« À tout moment, il est probable que plus de 15 % de nos employées vivent la transition vers la ménopause. Nous devons favoriser une culture d'empathie, de respect et de souplesse nous permettant de soutenir les femmes dans cette étape tout en leur donnant les moyens de continuer à contribuer en utilisant pleinement leur potentiel. »

Sonia Boisvert, associée et chef, Ressources humaines, PwC Canada

« À BMO, nous comprenons l'importance de soutenir nos collègues tout au long des étapes importantes de leur vie, y compris leur parcours de santé et de mieux-être. Étant donné que les femmes composent avec des besoins uniques en matière de santé, y compris ceux liés à la ménopause, nous sommes fiers de nous associer à la Fondation canadienne de la ménopause pour fournir à nos collègues les ressources nécessaires pour faire en sorte que nos milieux de travail soient inclusifs, productifs et sains pour tous. »

Karen Collins, chef de la gestion des talents, BMO

« Nous devons briser le silence entourant la ménopause, remplacer la stigmatisation par la compréhension et fournir les ressources et le soutien que nos employées méritent. Créons un milieu de travail où chaque femme a le sentiment d'être vue, entendue et valorisée pour ses extraordinaires contributions et où elle a le soutien nécessaire pour donner le meilleur d'elle-même. »

Marie-Evelyne François, chef de la diversité, de l'équité et de l'inclusion, L'Oréal 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 obtenir de plus amples renseignements, veuillez écrire à l'adresse courriel suivante :

Natasha.compton@becuriouspr.com

¹ Statistique Canada. Tableau 17-10-0057-01 Population projetée, selon le scénario de projection, l'âge et le sexe, au 1^{er} juillet (x 1 000).
https://www150.statcan.gc.ca/t1/tbl1/fr/tv.action?pid=1710005701&request_locale=fr