

## NOTE MÉTHODOLOGIQUE

**BAROMÈTRE DU DIALOGUE SOCIAL  
AUX ANTILLES-GUYANE**

« *Employeurs et salariés. Et si on s'écoutait ?* »

Édition 2026

*Document de référence à destination des partenaires, des institutions, du monde académique et des médias. Il expose l'objet de l'étude, son protocole, ses garanties éthiques, ses méthodes de traitement et — en toute transparence — ses limites d'interprétation. Sa consultation permet à tout observateur de vérifier par lui-même la neutralité et la solidité de la démarche.*

*Étude indépendante coportée par L'Institut RH et ExelForm, cabinets de conseil en ressources humaines, organismes de formation au service des entreprises des Antilles françaises et de la Guyane.*

## SOMMAIRE

BAROMÈTRE DU DIALOGUE SOCIAL .....	1
AUX ANTILLES-GUYANE.....	1
1. Objet de l'étude .....	3
2. Contexte et justification.....	3
3. L'innovation méthodologique : le questionnaire miroir.....	3
4. Périmètre territorial et populations .....	5
5. Structure du questionnaire .....	5
6. Protocole de collecte .....	7
7. Garanties éthiques et conformité RGPD.....	7
8. Traitement et analyse des données.....	8
9. Limites et précautions d'interprétation .....	9
10. Calendrier et restitution .....	9
11. Pour aller plus loin .....	10

## 1. Objet de l'étude

Le Baromètre du dialogue social aux Antilles-Guyane est une étude indépendante coportée par L'Institut RH et ExelForm. Il vise à produire, pour la première fois, une photographie chiffrée des perceptions croisées des employeurs et des salariés sur les principaux enjeux du travail en entreprise dans nos territoires.

L'étude éclaire six dimensions structurantes du climat social :

- la rémunération et la reconnaissance du travail accompli ;
- le cadre et les règles du travail, et leur appropriation par les acteurs ;
- le temps de travail effectif et la frontière entre vie professionnelle et vie personnelle ;
- les pratiques de management et les modes d'évolution professionnelle ;
- les situations sensibles rarement mesurées : tensions relationnelles, différences de traitement ressenties, incivilités ;
- la qualité du dialogue interne et la capacité à exprimer ses désaccords.

Le baromètre est conçu pour devenir un rendez-vous annuel, permettant de mesurer dans le temps les évolutions du climat social aux Antilles-Guyane et d'installer progressivement une référence partagée.

## 2. Contexte et justification

### Un manque de données territorialisées

Les principales sources chiffrées sur le climat social et les relations de travail en France — enquêtes de la DARES, baromètres nationaux publiés par les grands cabinets, rapports du ministère du Travail — agrègent systématiquement les Antilles, la Guyane et les autres territoires ultramarins dans des moyennes France entière. Cette agrégation gomme les spécificités sociales, culturelles, économiques et juridiques propres à nos territoires.

Employeurs, directions des ressources humaines, représentants du personnel, institutions et journalistes fonctionnent ainsi sans données qui leur soient propres. Les décisions managériales et publiques se prennent à partir de référentiels conçus pour la France hexagonale.

### Une démarche d'utilité collective

Cette étude n'est pas un produit commercial. Elle s'inscrit dans une logique de bien commun : les résultats seront publiés intégralement, librement accessibles, et destinés à éclairer l'ensemble des acteurs du dialogue social — employeurs, salariés, représentants syndicaux, institutions publiques, monde académique et médias.

## 3. L'innovation méthodologique : le questionnaire miroir

L'apport central du baromètre réside dans son protocole : un seul et même questionnaire est adressé aux employeurs et aux salariés. Cette symétrie, peu fréquente dans les études françaises sur le travail, présente trois avantages décisifs.

### Avantage 1 — Une comparabilité directe

Lorsque les deux populations répondent aux mêmes questions, dans les mêmes termes, à propos des mêmes situations, les résultats deviennent immédiatement comparables. Aucun biais de formulation ne vient parasiter la lecture croisée. Si une part donnée d'employeurs estime que la rémunération reflète l'engagement de chacun, et qu'une part sensiblement différente de salariés partage cet avis, l'écart entre les deux est un fait mesuré, indépendant de toute interprétation.

### Avantage 2 — Une neutralité éditoriale renforcée

En refusant de produire deux questionnaires distincts, l'étude écarte le risque d'orienter les questions en faveur de l'une ou l'autre population. Les questions sont rédigées dans un vocabulaire commun, accessible à tous. Les échelles de réponse sont symétriques — autant de modalités positives que négatives, autour d'un point d'équilibre — et aucune formulation ne contient de présupposé de culpabilité ou de victimisation.

### Avantage 3 — Une lecture des écarts de perception

Les écarts entre la perception des employeurs et celle des salariés constituent en eux-mêmes une donnée précieuse. Ils éclairent la qualité du dialogue interne, la circulation de l'information et la compréhension mutuelle. Là où une étude classique ne mesurerait qu'un constat, le questionnaire miroir mesure aussi la qualité de la perception partagée.

### Un parti pris de vocabulaire assumé

Le choix du mot « employeurs » plutôt que « dirigeants » relève d'une décision méthodologique. « Dirigeants » porte une dimension de hiérarchie verticale ; « employeurs » désigne une fonction dans une relation contractuelle bilatérale. Les deux populations sont ainsi placées en relation symétrique : employeurs ↔ salariés, et non dirigeants au-dessus de salariés.

De même, sur les situations sensibles, le questionnaire mesure des vécus ressentis (« tensions relationnelles répétées », « différences de traitement ressenties comme injustes ») plutôt que des qualifications juridiques (« harcèlement moral », « discrimination »). Ce choix évite une asymétrie d'auto-incrimination — un employeur ne cocherait jamais une qualification pénale le concernant — et produit des réponses plus sincères et symétriques. Il réduit en contrepartie la précision sur les situations les plus graves : un arbitrage assumé, cohérent avec la nature d'un baromètre de perception.

## 4. Périmètre territorial et populations

### Territoires couverts

L'étude couvre les cinq territoires des Antilles françaises et de la Guyane : Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin et Saint-Barthélemy. Les répondants se situent eux-mêmes par déclaration. Les analyses territoriales ne sont produites que lorsqu'un seuil minimum de représentativité est atteint.

### Populations interrogées

Employeurs — chefs d'entreprise, gérants, présidents, directeurs généraux, directeurs administratifs et financiers, directeurs des opérations, et plus généralement toute personne exerçant une fonction de direction assortie d'une autorité hiérarchique structurée.

Salariés et collaborateurs — l'ensemble des collaborateurs salariés, quel que soit leur niveau hiérarchique, leur catégorie, leur type de contrat (CDI, CDD, intérim, alternance), leur ancienneté ou leur fonction. Les travailleurs indépendants ne sont pas inclus.

### Secteurs et tailles d'entreprise

L'étude embrasse l'ensemble des secteurs présents sur les territoires (BTP ; commerce et distribution ; tourisme, hôtellerie et restauration ; industrie ; services aux entreprises ; santé, social et médico-social ; transport et logistique ; agriculture et pêche ; secteur public et para-public ; autres). Quatre classes de taille sont distinguées, permettant des analyses croisées par typologie d'entreprise :

Classe de taille	Effectif
Très petites entreprises	Moins de 10 salariés
Petites entreprises	10 à 49 salariés
Moyennes entreprises	50 à 249 salariés
Grandes entreprises	250 salariés et plus

## 5. Structure du questionnaire

Le questionnaire comporte 20 questions, structurées en huit sections thématiques, pour une passation moyenne d'environ trois minutes. Il est strictement identique pour les deux populations. Sa reproduction intégrale, disponible en annexe et en ligne, permet à tout partenaire de vérifier l'absence de biais de formulation.

Section	Objet mesuré	Questions
1 — Parlons de vous	Profil du répondant (statut, âge, territoire, secteur, taille)	Q1 à Q7
2 — Rémunération et reconnaissance	Perception de l'équité et de la transparence salariale	Q8 à Q9
3 — Cadre et règles du travail	Sujets de désaccord observés sur douze mois	Q10
4 — Temps et charge de travail	Heures au-delà du contrat, sollicitations hors horaires	Q11 à Q12
5 — Management et évolution	Facteurs d'évolution, qualité perçue du management	Q13 à Q14

Section	Objet mesuré	Questions
6 — Le vécu au quotidien	Situations sensibles mesurées en vécu ressenti	Q15 à Q16
7 — Dialogue et expression	Liberté de parole et climat social ressenti	Q17 à Q18
8 — Regards croisés	Messages ouverts vers l'autre population	Q19 à Q20

*Note d'harmonisation : le questionnaire compte vingt items. Les supports de communication qui mentionnent « 16 questions » doivent être alignés sur ce chiffre pour préserver la cohérence de l'ensemble des documents publiés.*

## 6. Protocole de collecte

### Outil

Le questionnaire est diffusé via une plateforme en ligne, accessible par un lien unique et optimisée pour tous supports (ordinateur, tablette, smartphone). Une barre de progression informe le répondant de son avancement.

### Durée

La collecte est ouverte pendant huit semaines. Cette durée est jugée optimale pour atteindre une diffusion large par effet de réseau, sans essoufflement médiatique.

### Objectifs de représentativité

L'objectif visé est de 500 à 1 500 répondants, avec une répartition équilibrée entre employeurs et salariés. Une attention particulière est portée à la couverture territoriale et sectorielle : lorsqu'un secteur ou un territoire apparaît sous-représenté en cours de collecte, des relances ciblées sont déclenchées.

### Canaux de diffusion

- relais par les organisations patronales et professionnelles ;
- relais par les organisations syndicales, toutes représentations confondues ;
- diffusion par les chambres consulaires ;
- couverture médiatique (presse écrite, web, radio, télévision) ;
- réseaux sociaux professionnels et bases de contacts qualifiés.

## 7. Garanties éthiques et conformité RGPD

1. Anonymat intégral. Aucune donnée ne permet d'identifier directement ou indirectement un répondant. Le questionnaire ne demande ni nom, ni entreprise, ni fonction précise, ni élément biographique. Seules sont collectées des données catégorielles agrégées (territoire, secteur, taille, statut employeur/salarié).
2. Email facultatif et dissocié. Les répondants peuvent communiquer une adresse email pour recevoir les résultats. Cette adresse est stockée séparément des réponses, ne leur est jamais reliée, et est supprimée après l'envoi.
3. Base légale. Le traitement repose sur le consentement libre et éclairé du répondant (article 6.1.a du RGPD). Les finalités sont strictement limitées à la réalisation, l'analyse et la publication d'une étude agrégée et anonyme.
4. Droits des répondants. Conformément au RGPD, les répondants disposent des droits d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition et de portabilité, exerçables par email. Une réclamation peut être adressée à la CNIL.
5. Sécurité. Les échanges sont chiffrés (TLS). Les éventuels transferts hors Union européenne sont encadrés par les clauses contractuelles types de la Commission européenne.

## 8. Traitement et analyse des données

### Analyse quantitative

Les questions fermées font l'objet d'analyses statistiques descriptives : distribution des réponses par question, par sous-population (employeurs / salariés), et croisements par territoire, secteur et taille d'entreprise. La mesure des écarts de perception entre les deux populations constitue le cœur de l'analyse.

*Seuil de fiabilité : aucun croisement n'est publié pour une sous-population dont l'effectif est inférieur à 30 répondants. En deçà de ce seuil, les pourcentages ne sont pas statistiquement interprétables et pourraient induire en erreur.*

### Analyse qualitative

Les champs libres font l'objet d'une analyse par catégorisation thématique : regroupement par champ lexical (positif / nuancé / négatif), nuage de mots, et sélection de verbatims représentatifs anonymisés. Tous les verbatims publiés sont modérés : aucun propos identifiant, diffamatoire ou attentatoire à la vie privée n'est conservé.

### Engagement de transparence

L'Institut RH et ExelForm s'engagent à publier l'intégralité des résultats agrégés, y compris ceux qui seraient inconfortables pour l'une ou l'autre des populations. La transparence des méthodes constitue le socle de la crédibilité de l'étude.

## 9. Limites et précautions d'interprétation

Toute étude par questionnaire présente des limites qu'il convient d'expliciter. Les énoncer n'affaiblit pas l'étude : c'est au contraire la condition de sa crédibilité.

### Représentativité statistique

L'échantillon est constitué par auto-sélection : les répondants choisissent de participer. Cette méthode, dite « par convenance », ne garantit pas une représentativité statistique au sens strict. Les conclusions doivent être lues comme représentatives des personnes ayant accepté de répondre, et non comme une projection mécanique sur l'ensemble de la population active des Antilles-Guyane. Cette limite est commune à la quasi-totalité des baromètres d'opinion ; elle est atténuée par la diversité des canaux de diffusion.

### Caractère déclaratif

Les réponses reflètent ce que les répondants disent percevoir, vivre ou penser, et non une réalité objective vérifiable. Cette nature déclarative est précisément l'objet d'un baromètre : mesurer des perceptions.

### Biais identifiés

- Désirabilité sociale : certains répondants peuvent moduler leurs réponses selon ce qu'ils jugent socialement acceptable.
- Sélection : les personnes les plus motivées ou les plus mécontentes peuvent être surreprésentées.
- Auto-déclaration du statut employeur/salarié : aucune vérification n'est possible.

### La donnée la plus robuste

Les écarts de perception entre employeurs et salariés constituent la donnée la plus solide de l'étude. Les valeurs absolues doivent être interprétées avec prudence, mais les écarts relatifs entre les deux populations sont méthodologiquement défendables, car ils résultent d'un protocole strictement symétrique.

## 10. Calendrier et restitution

Phase	Contenu
Préparation	Finalisation du questionnaire, mise en information des partenaires stratégiques, préparation des supports.
Lancement	Communiqué de presse, ouverture du questionnaire, activation des canaux de diffusion.
Collecte	Huit semaines. Relances ciblées hebdomadaires, suivi des taux de réponse par territoire et secteur.
Analyse	Analyse statistique et qualitative. Production du rapport intégral et des supports de restitution.
Restitution	Événements publics en Guadeloupe et en Martinique, ouverts à tous. Livre blanc téléchargeable.

La restitution prend une triple forme : un livre blanc téléchargeable comportant l'analyse intégrale et les croisements détaillés ; une synthèse exécutive à destination des décideurs ; une infographie de synthèse conçue pour la reprise médiatique et la diffusion sur les réseaux sociaux.

## 11. Pour aller plus loin

Le baromètre est conçu pour durer. Sa reconduction dans les mêmes conditions permettra, dès la deuxième édition, de mesurer des évolutions et d'établir progressivement une référence partagée. L'Institut RH et ExelForm ouvrent la possibilité d'un partenariat scientifique avec une institution universitaire ou un organisme d'appui, afin de renforcer la caution méthodologique des éditions futures.

Les données produites constituent une ressource commune, mises à disposition de tout chercheur, étudiant, journaliste ou décideur qui en ferait la demande, sous réserve du respect de l'anonymat et de la mention de la source.

---

### Contact

Pour toute question ou précision méthodologique :

#### **Sophie Aubard — Fondatrice de L'Institut RH**

sophie.aubard@institut-rh.com ·

+590 690 00 88 68 ·

www.institut-rh.com

#### **Micheline Aguay - Fondatrice ExelForm**

micheline.aguay@exelform.com

+596 696 40 29 94

www.exelform.com