

## Informations financières des syndicats

# Les Canadiens en faveur de la divulgation

By Brian Lilley, TVA Nouvelles 29 octobre 2013

Plus de huit travailleurs sur dix au Canada (**83%**), une donnée qui inclut une forte proportion d'**employés syndiqués**, se disent en accord avec la **divulgation publique obligatoire des informations financières des syndicats** et ce, sur une base courante, selon un **récent sondage**.

L'enquête d'opinion a été menée par **Léger Marketing** du 29 juillet au 18 août, auprès de 1400 travailleurs canadiens.

Le coup de sonde révèle que **84% des employés syndiqués** appuient de telles mesures, comparativement à **81% des travailleurs** n'ayant jamais été syndiqués. Neuf anciens syndiqués sur dix (89%) sont eux aussi en faveur d'une telle loi.

Des amendements à la **Loi de l'impôt sur le revenu adoptés aux Communes en 2012** prévoyaient la divulgation des **états financiers des syndicats**, incluant les salaires des dirigeants, les activités politiques et les dépenses générales au-dessus de 5000 \$. Le Sénat a toutefois retiré de la loi toutes les clauses d'importance ayant trait à la divulgation.

Des estimations indiquent que les **organisations syndicales** au pays recueillent quelque 4 à 5 milliards \$ par an en cotisations de leurs membres, mais qu'elles ne paient aucun impôt. Les cotisations sont déductibles des impôts payés par chaque membre.

Les **chefs syndicaux** ont averti qu'une telle loi accroîtrait les coûts pour le mouvement ouvrier, ce qui entraînerait des **taux de cotisation plus élevés** ou une **réduction des indemnités**.

Le sondage indique à cet effet que trois travailleurs sur dix disent préférer **réduire les dons aux partis politiques** pour financer l'augmentation des frais attribuable à la **divulgation financière publique**.

«Une autre portion de trois travailleurs sur dix réduirait le salaire des dirigeants syndicaux pour répondre à l'augmentation des coûts», indique le sondage.

La transparence est de plus en plus importante aux yeux des Canadiens, a rappelé le **vice-président de Léger Marketing, Christian Bourque**. «Votre crédibilité vient de votre limpidité», a-t-il résumé.



Crédit photo : Archives Agence QMI