



MONTRÉAL

1180, rue Drummond
Bureau 620
Montréal (Québec) H3G 2S1
T 514 878-9825

QUÉBEC

3340, rue de La Pérade
4^e étage
Québec (Québec) G1X 2L7
T 418 687-8025

ÉVALUATION POST-CAMPAGNE « CARRIÈRES EN SANTÉ ET SERVICES SOCIAUX » 2023-2024

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX

03	/Contexte, objectifs et description de la campagne
04	/Méthodologie abrégée
05	/Faits saillants
08	/Chapitre 1 : Perception du domaine de la santé et des services sociaux
16	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
24	/Chapitre 3 : Appréciation de la campagne
30	/Conclusions

ANNEXES

- /1.** Méthodologie détaillée – Volet 16-24 ans
- /2.** Méthodologie détaillée – Volet population générale
- /3.** Questionnaires
- /4.** Tableaux statistiques détaillés (sous pli séparé)

CONTEXTE, OBJECTIFS ET DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE

CAMPAGNE DIFFUSÉE DU 15 JANVIER AU 29 FÉVRIER 2024



CONTEXTE

Le secteur de la santé et des services sociaux offre plusieurs possibilités de carrière aux jeunes qui ont à choisir un métier ou une profession, aux personnes en réorientation de carrière ainsi qu'aux immigrants. Le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS) a rediffusé la campagne 2023 de promotion des opportunités d'emploi dans ce secteur.



OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

- Évaluer le niveau d'attrait d'une carrière en santé ou en services sociaux chez les jeunes.
- Comparer les résultats avec ceux de la dernière mesure.
- Évaluer la performance de la campagne (notoriété, compréhension, appréciation et impact) chez les jeunes et la population générale.

DESCRIPTION DE LA CAMPAGNE (Français seulement)



Trois publicités vidéo d'environ 120 secondes et trois autres de 15 secondes diffusées sur internet et dans les médias sociaux

Tech-pharmacie



Psychologue



Infirmier



Technicien radio-oncologie*



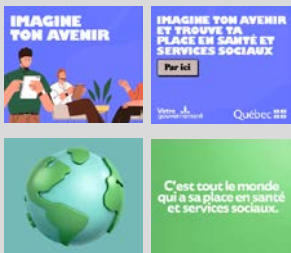
Auxiliaire SSS



Travailleuse sociale



Bannières web diffusées sur internet et dans les médias sociaux



Deux messages audio diffusés à la radio traditionnelle et numérique

Tu as explosé ton forfait cellulaire pour écouter ton ami ventiler sur ses parents et sur son acné? [...]


Tu t'es occupé de ton ami qui saignait après qu'il soit rentré dans une porte-patio fermée sans rire de lui? [...]




Partenariat (Urbania)



* Seule la vidéo Technicien radio-oncologie a été présentée aux adultes dans le sondage omnibus en ligne.

	SONDAGE AUPRÈS DES JEUNES DE 16 À 24 ANS	SONDAGE OMNIBUS SOMNIWEB
Population cible	Québécois âgés de 16 à 24 ans.	Québécois adultes âgés de 18 ans ou plus.
Échantillonnage	810 répondants répartis en trois grandes régions, soit : <ul style="list-style-type: none">▪ RMR de Québec : 144 répondants;▪ RMR de Montréal : 389 répondants;▪ Ailleurs au Québec : 277 répondants.	1 468 répondants répartis en trois grandes régions, soit : <ul style="list-style-type: none">• RMR de Québec : 265 répondants;• RMR de Montréal : 700 répondants;• Ailleurs au Québec : 503 répondants.
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 4 au 11 mars 2024.	Sondage omnibus en ligne réalisé du 26 février au 4 mars 2024 (12 questions du sondage auprès des jeunes ont aussi été posées aux adultes; elles portent sur la notoriété et sur la compréhension du message véhiculé par la campagne).
Pondération	Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité en fonction de l'âge, du genre, de la langue maternelle ainsi que de la région habitée.	Les données ont été pondérées pour s'assurer d'une bonne représentativité de la population adulte québécoise selon l'âge, le genre, la scolarité, la langue maternelle, la taille du ménage, la proportion de propriétaires et la région.
Marge d'erreur	L'échantillon étant non probabiliste (utilisation majoritaire d'un panel externe non probabiliste), le calcul des marges d'erreur ne s'applique pas. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l'aide des signes + ou - sont présentés à titre indicatif seulement .	L'échantillon étant en bonne partie non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste), le calcul des marges d'erreur ne s'applique pas. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l'aide des signes + ou - sont présentés à titre indicatif seulement .
Notes		Le pictogramme suivant représente les résultats du sondage auprès de la population générale (18 ans ou plus) : 

- L'atteinte ou non des objectifs mesurables du Ministère est illustrée à l'aide de ces deux pictogrammes :  
- Sont considérés comme francophones ceux qui ont rempli le questionnaire en français.

An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines. The nodes are represented by small circles in various shades of teal and blue, while the lines are thin and light blue, creating a complex web-like structure.

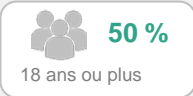
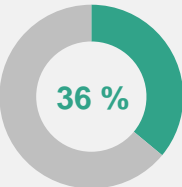
Faits saillants

FAITS SAILLANTS – CAMPAGNE 2024

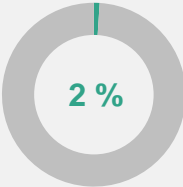
BASE : FRANCOPHONES



Bruit publicitaire



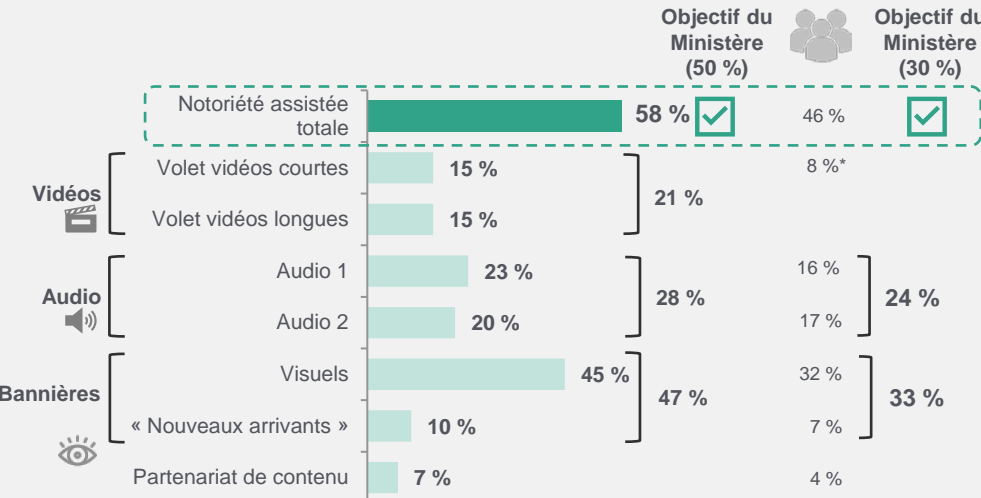
Notoriété spontanée



Appréciation

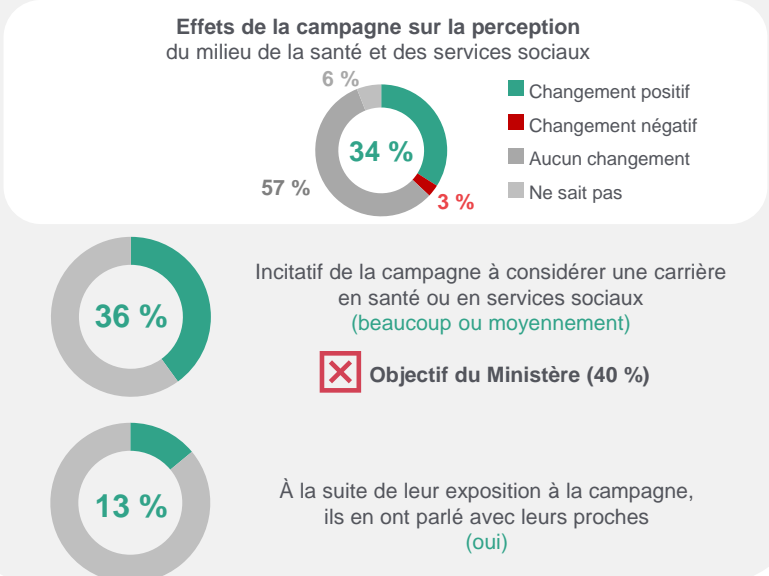
Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	94 %
Cette campagne est amusante (tout à fait + plutôt d'accord)	76 %
Cette campagne donne le goût de travailler dans les domaines de la santé ou des services sociaux (tout à fait + plutôt d'accord)	68 %
Cette campagne attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	65 %
La campagne m'a fait découvrir de nouveaux métiers (tout à fait + plutôt d'accord)	56 %

Notoriété assistée totale

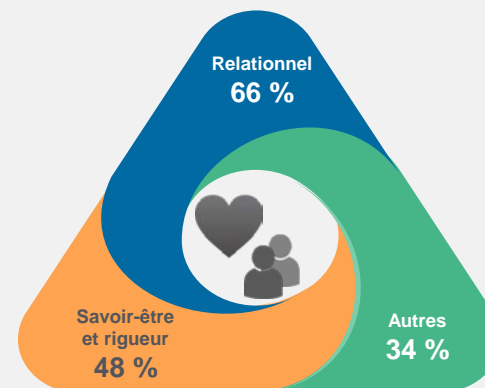
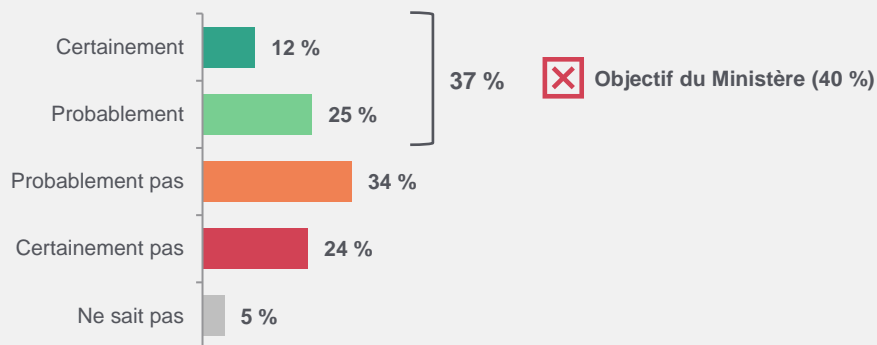


* Seulement l'une des vidéos courtes a été présentée dans le sondage auprès de la population générale.

Impact



Note moyenne
sur 10



Non-réponse : 10 %



Chapitre 1

PERCEPTION DU DOMAINE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX

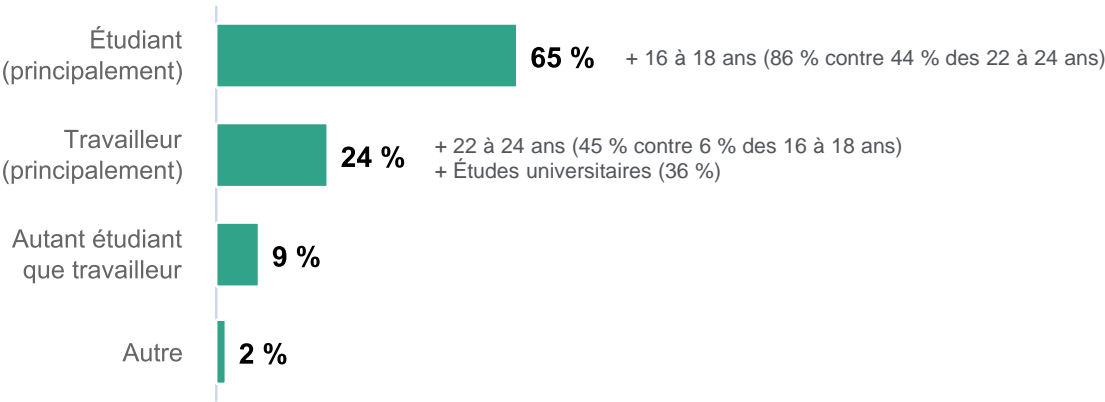
- Occupation principale et choix de carrière
- Statut de résidence au Canada
- Attrait pour différents secteurs d'emploi
- Caractéristiques des travailleurs en santé et services sociaux
- Intention de travailler dans un établissement du réseau
- Changement d'emploi envisagé

OCCUPATION PRINCIPALE ET CHOIX DE CARRIÈRE



QM2. Laquelle des situations suivantes vous décrit le mieux?

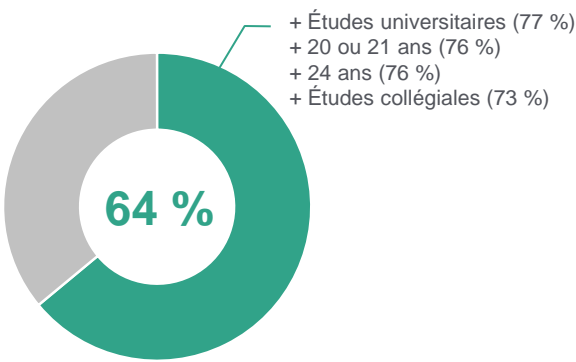
Base : tous (16-24 ans), excluant la non-réponse, n : 807



QM15. Avez-vous fait votre choix de carrière?

Base : tous (16-24 ans), n : 810

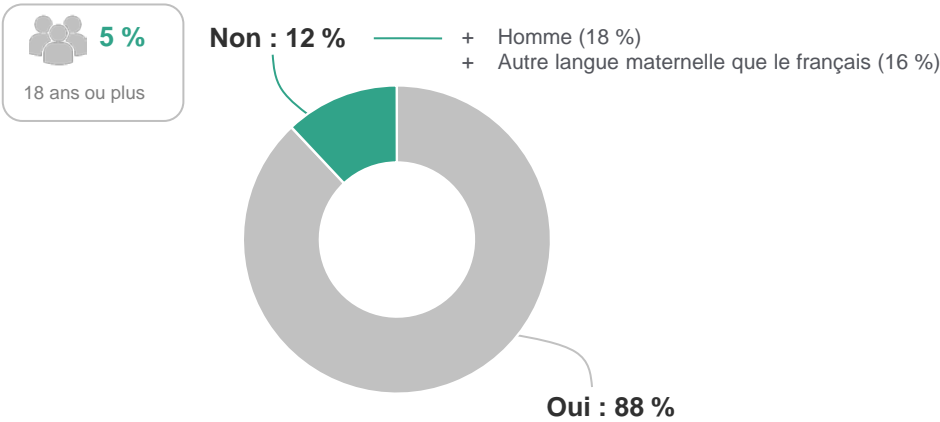
Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Les deux tiers des jeunes Québécois de 16 à 24 ans (65 %) sont avant tout des étudiants, alors que le quart (24 %) affirment être principalement des travailleurs. De manière prévisible, cette proportion de jeunes en emploi augmente avec l'âge.

QARRIV. Habitez-vous au Canada depuis au moins cinq ans?

Base : répondants de 18 à 24 ans, n : 610



Un adulte de 18 à 24 ans sur dix (12 %) réside au Canada depuis moins de cinq ans.

L'objectif de cette question est de déterminer si les perceptions varient en fonction de la durée de résidence au Canada.

ATTRAIT POUR DIFFÉRENTS SECTEURS D'EMPLOI



QM3a-M3f. Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout attiré » et 10 « très attiré », dans quelle mesure êtes-vous personnellement attiré par un emploi dans les secteurs suivants?

Base : tous (16-24 ans), excluant la non-réponse

Le graphique présente les notes moyennes sur dix

			2023	2022	2021	2020	2019	2018
QM3c. La santé et les services sociaux (n : 801)	<div></div> 5,6	+ Femme (6,2 contre 4,9 chez les hommes)	5,6 ^{♀ 6,2}	5,4 ^{♀ 6,1}	6,0 ^{♀ 6,4}	5,8 ^{♀ 6,2}	5,8 ^{♀ 6,2}	5,4 ^{♀ 5,9}
QM3d. L'aide psychologique, sociale ou le travail social (n : 803)	<div></div> 5,5	+ Femme (6,3 contre 4,7 chez les hommes)	5,5 ^{♀ 6,2}	5,4 ^{♀ 6,4}	5,9 ^{♀ 6,5}	6,2 ^{♀ 6,9}	5,9 ^{♀ 6,7}	5,6 ^{♀ 6,3}
QM3a. La finance et les affaires (n : 803)	<div></div> 5,4	+ Homme (6,0 contre 4,8 chez les femmes)	5,2	5,4	5,7	5,6	5,3	5,3
QM3e. Le commerce de détail (n : 793)	<div></div> 4,7	+ Homme (4,9 contre 4,5 chez les femmes)	4,6	4,4	5,0	4,8	4,7	4,7
QM3f. La police (n : 798)	<div></div> 4,2	+ Homme (4,7 contre 3,7 chez les femmes)	4,0	4,0	4,7	4,6	4,2	4,3
QM3b. La construction (n : 800)	<div></div> 4,2	+ Homme (5,2 contre 3,1 chez les femmes)	3,9	3,8	4,4	3,9	3,8	3,5

Bien qu'ayant récolté des moyennes plutôt faibles, la santé et les services sociaux (5,6 sur 10) ainsi que l'aide psychologique, sociale ou le travail social (5,5 sur 10) sont les secteurs ayant décroché les plus hauts niveaux d'intérêt chez les jeunes. Les femmes sont proportionnellement plus nombreuses à être attirées par ces deux secteurs. Les notes accordées sont globalement similaires à celles obtenues l'an dernier.

CARACTÉRISTIQUES DES TRAVAILLEURS EN SANTÉ ET SERVICES SOCIAUX



QM5. Pouvez-vous identifier deux caractéristiques ou qualités qu'on retrouve souvent chez les personnes qui travaillent dans le secteur de la santé et des services sociaux?

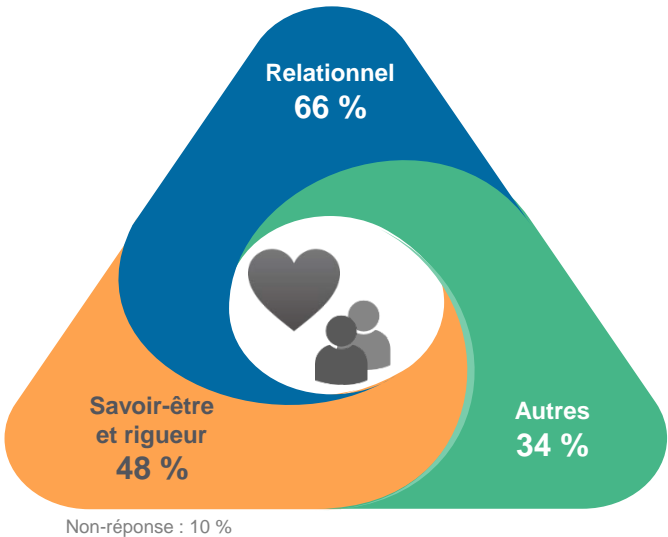
Base : tous (16-24 ans), n : 810

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %*

Type de caractéristiques	%
Relationnel	66
Compassion, empathie, sensibilité	32
Aimable, gentil	9
Aidant, porté vers l'entraide	8
Bonne écoute	7
Altruiste, souci des autres	7
Dévoué	7
Bienveillant, attentionné	5
Sociable, qui aime les gens	4
Compréhensif	3
Serviable	2
Sympathique, amical	2
Savoir-être et rigueur	48
Patient	27
Travaillant, persévérant	9
Respectueux	3
Ouvert d'esprit	3
Calme, qui a du sang-froid	2
Attentif, vigilant, concentré	2
Minutieux, perfectionniste	2
Autres	34
Généreux, don de soi	8
Passionné	3
Détachement, résilience	2
Courageux	2

Lorsqu'ils pensent aux caractéristiques des personnes travaillant dans le secteur de la santé et des services sociaux, les jeunes identifient surtout des qualités relationnelles (66 %), suivies dans une moindre mesure par des caractéristiques relatives au savoir-être et à la rigueur (48 %). La compassion, l'empathie ou la sensibilité sont les plus nommées (32 %), suivies de la patience (27 %). Les autres qualités ont été mentionnées par moins d'un répondant sur dix.

La page suivante présente les résultats de manière plus visuelle, illustrant la prépondérance de l'empathie.



* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories (ex. : compassion, empathie, sensibilité). Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie.
Note : seules les caractéristiques mentionnées par au moins 2 % des répondants sont présentées dans les tableaux.

CARACTÉRISTIQUES DES TRAVAILLEURS EN SANTÉ ET SERVICES SOCIAUX (SUITE)

QM5. Pouvez-vous identifier deux caractéristiques ou qualités qu'on retrouve souvent chez les personnes qui travaillent dans le secteur de la santé et des services sociaux?

Base : tous (16-24 ans), n : 810



INTENTION DE TRAVAILLER DANS UN ÉTABLISSEMENT DU RÉSEAU



QM4. Croyez-vous travailler, un jour, dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux (par exemple un hôpital, un CHSLD, un centre de protection de la jeunesse, un centre de réadaptation)?

Base : tous (16-24 ans), n : 810



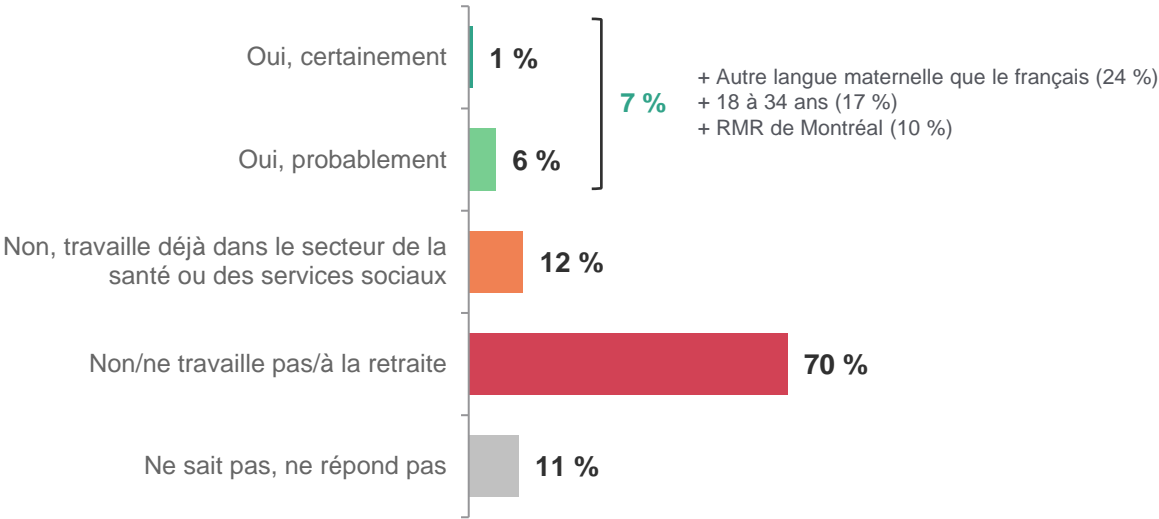
Augmenter à 40 % la proportion de répondants de 16-24 ans qui croient un jour travailler dans le réseau de la santé et des services sociaux.

Près de quatre jeunes de 16 à 24 ans sur dix (37 %) envisagent de travailler un jour dans un établissement du réseau de la santé. Cette proportion est inférieure à l'objectif du Ministère fixé à 40 %, et stable par rapport à la mesure de 2023. L'objectif est cependant atteint auprès de ceux résidant au Canada depuis moins de cinq ans (61 %) et des femmes (42 %).



QC16. Pensez-vous à changer d'emploi pour une carrière en santé et services sociaux?

Base : répondants de 18 ans ou plus, n : 1 468



Peu d'adultes québécois pensent changer d'emploi pour une carrière en santé et services sociaux (7 %). Étant en début de carrière, les jeunes adultes (18 à 34 ans, 17 %) sont plus enclins à envisager cette option. Les personnes dont la langue maternelle est différente du français (24 %) sont également plus ouvertes à cette idée de migrer vers le secteur de la santé.



Chapitre 2

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété assistée – messages vidéo
- Notoriété assistée – messages audio
- Notoriété assistée – bannières
- Notoriété assistée – partenariat de contenu
- Notoriété totale de la campagne
- Effet de la campagne sur la perception du milieu

BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

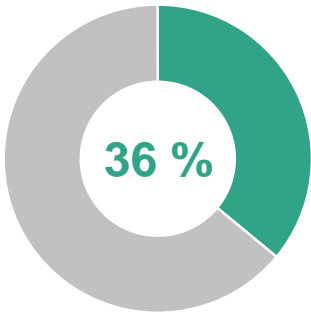


BRUIT PUBLICITAIRE

QB1. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait des métiers et professions en santé et services sociaux?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



NOTORIÉTÉ SPONTANÉE

QB2. Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681*

Question ouverte, une seule réponse possible**

	16 à 24 ans %	18 ans ou plus %
Publicité 2022 « On a besoin du meilleur de toi » (recrutement PAB)	3	2
Publicité sur les formations disponibles (en santé)	2	4
Publicité sur les infirmières (FIQ, etc.)	2	2
Publicité sur la grève dans le secteur public	1	1
Campagne de recrutement d'un centre hospitalier (CIUSS, etc.)	1	1
Publicité sur les préposés aux bénéficiaires (sans précisions)	1	4
Publicité du MSSS « Imagine ton avenir et trouve ta place »	1	2
Publicité sur les mauvaises conditions de travail en santé	1	1
Publicité sur les CHLSD	1	< 1
Publicité radio MSSS 2024 « Trouve ta place »	1	2
Autre	2	4
Aucune	64	50
Ne sait pas, ne répond pas	20	25

Dans l'ensemble, 36 % des jeunes francophones de 16 à 24 ans se souviennent d'une publicité sur les métiers et professions en santé et services sociaux. Chez les adultes, c'est la moitié (50 %) qui ont souvenir d'en avoir vu, lu ou entendu une. Toutefois, seuls 2 % des jeunes et 4 % des adultes mentionnent précisément l'une ou l'autre des composantes de la campagne 2024.

* La question B2 était posée uniquement aux répondants qui se souvenaient d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait des métiers et professions en santé et services sociaux. Les résultats sont toutefois ramenés sur la base de tous les répondants francophones (ceux qui avaient répondu « non ou ne sait pas » à la QB1 correspondent au choix « Aucune ») pour rendre compte de la notoriété spontanée sur l'ensemble des jeunes et des adultes québécois francophones.

** Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie. Seules les réponses mentionnées par au moins 1 % des jeunes de 16 à 24 ans sont présentées dans le tableau.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE MESSAGES VIDÉO



QB3. Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement et au complet.
Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?*
Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

QB3. Notoriété des vidéos longues

15 %

2023 : 25 %



QB3. Notoriété des vidéos courtes

15 %

2023 : 22 %

8 %
18 ans ou plus

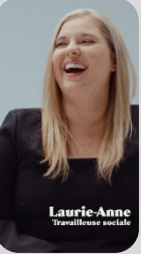
Technicien radio-oncologie**



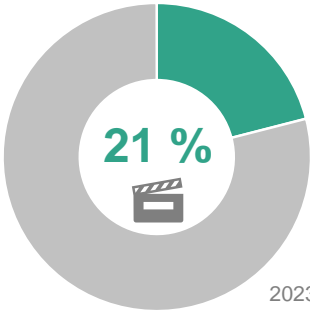
Auxiliaire SSS



Travailleuse sociale



Notoriété totale des messages vidéo



2023 : 31 %

Au total, les publicités vidéo récoltent une notoriété assistée de 21 %. Globalement, elles ont été davantage remarquées par les répondants qui croient un jour travailler dans le milieu de la santé et des services sociaux (28 %), ceux dont la perception face à ce milieu a changé à la suite de la campagne (28 %) et les résidents de la région de Montréal (26 %). Cependant, les jeunes de 16 ou 17 ans sont proportionnellement moins nombreux à avoir remarqué l'une ou l'autre des vidéos (10 %).

Les mêmes vidéos avaient été diffusées en 2023. Malgré la répétition, la notoriété en 2024 est plus basse que celle de la dernière mesure (31 % en 2023).

* Pour le sondage auprès des jeunes de 16 à 24 ans, une vidéo courte et une vidéo longue ont été présentées aléatoirement à chaque tiers des répondants.
** Pour le sondage auprès des adultes, seule la vidéo courte « Technicien radio-oncologie » a été présentée.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE

MESSAGES AUDIO



**QB4a-B4b. Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.
Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui?**

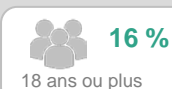
Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

QB4a. Message audio

*Tu as explosé ton forfait
cellulaire pour écouter ton ami
ventiler sur ses parents et sur
son acné? [...]*

23 %



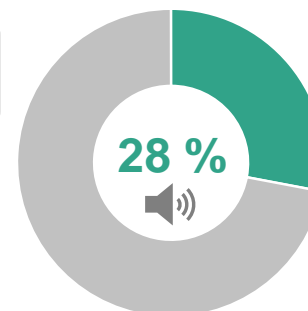
QB4b. Message audio

*Tu t'es occupé de ton ami qui
saignait après qu'il soit rentré
dans une porte-patio fermée
sans rire de lui? [...]*

20 %



Notoriété totale des messages audio



Près de trois jeunes francophones sur dix (28 %) ont entendu au moins un des messages audio, une nouvelle composante de la campagne publicitaire cette année.

Les répondants affirmant que la campagne a changé leur perception du milieu de la santé et des services sociaux (35 %) ainsi que ceux croyant un jour travailler dans un établissement du réseau (33 %) sont proportionnellement plus nombreux à avoir entendu l'un des messages audio.

NOTORIÉTÉ ASSISTÉE BANNIÈRES



QB5FR et QB6. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu ce visuel, ou un visuel semblable?
Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681*

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

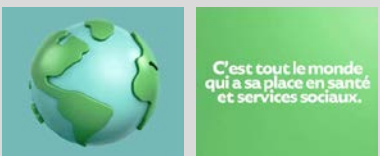
QB5FR. Bannière web



45 %

32 %
18 ans ou plus

QB6. Bannière web

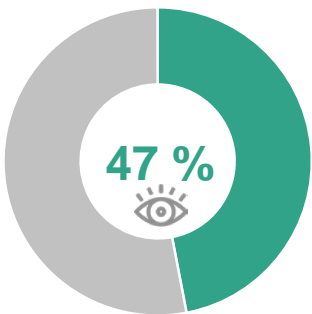


10 %

7 %
18 ans ou plus

Notoriété totale des bannières

33 %
18 ans ou plus



Près de la moitié des jeunes francophones (47 %) ont vu au moins une des deux bannières. Tout comme pour les autres composantes, les répondants croyant un jour travailler dans le milieu de la santé et des services sociaux et ceux dont la perception face à ce secteur a changé à la suite de la campagne sont plus nombreux à se souvenir d'avoir vu l'un ou l'autre de ces contenus (56 % dans les deux cas). À l'inverse toutefois, les jeunes de 16 ou 17 ans (35 %) ainsi que les résidents de la région de Québec (36 %) sont moins nombreux à les avoir remarquées.

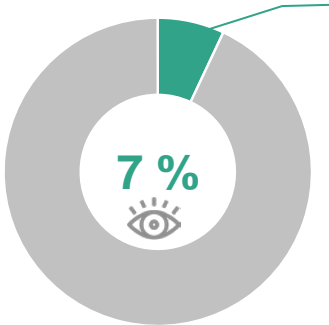
Bien que la bannière qui visait les immigrants a été nettement moins remarquée que l'autre (10 %), elle performe quand même bien auprès de cette cible puisque les jeunes habitant le pays depuis moins de cinq ans l'ont vue dans une proportion de 28 %.

* Ces questions étaient posées en français et en anglais en 2023.

QB7. Au cours des dernières semaines, des partenariats de contenus sur la promotion des métiers et professions en santé ont été réalisés avec des sites comme Urbania. Avez-vous vu ou lu cet article?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



- + Habite au Canada depuis moins de 5 ans (21 %)
- + La campagne a changé la perception du milieu de la santé et des services sociaux (14 %)
- + Langue maternelle autre que le français (13 %)
- + Croit travailler dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux un jour (11 %)
- + 21 à 24 ans (9 %)

Moins d'un jeune sur dix (7 %) affirme qu'il se souvient d'avoir vu ou lu l'article.

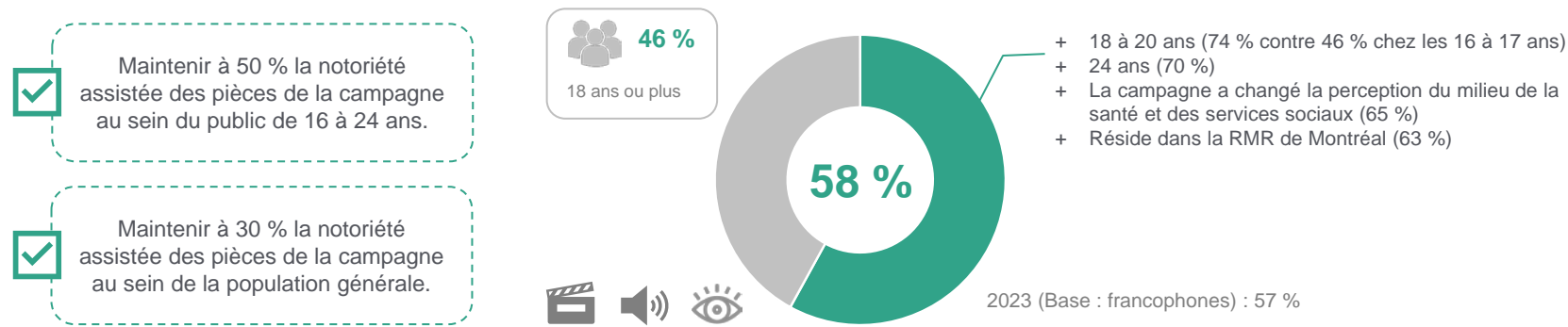
NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



Notoriété totale de la campagne

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Le graphique présente le pourcentage de jeunes francophones âgés de 16 à 24 ans exposés à la campagne



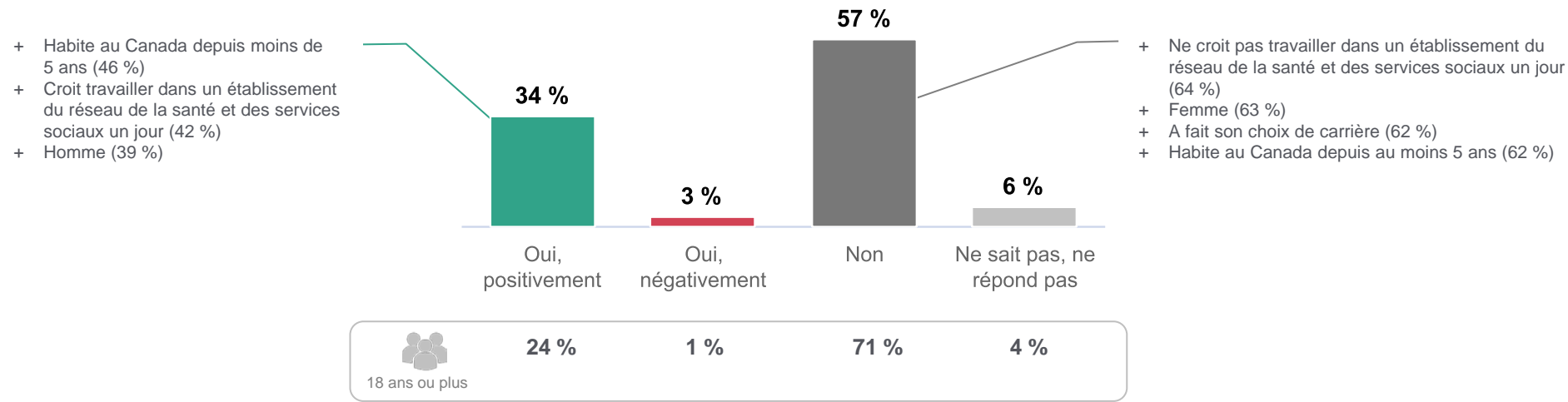
Dans l'ensemble, la campagne « Imagine ton avenir et trouve ta place » récolte une notoriété totale de 58 % auprès des jeunes francophones de 16 à 24 ans, dépassant ainsi l'objectif du Ministère fixé à 50 %, et présentant un résultat stable depuis l'année dernière (57 % en 2023). Chez les adultes francophones de 18 ans ou plus, la notoriété de 46 % a également surpassé les attentes préalablement établies à 30 %.

EFFET DE LA CAMPAGNE SUR LA PERCEPTION DU MILIEU



QC3. Est-ce que cette campagne a changé votre perception du milieu de la santé et des services sociaux comme secteur d'emploi?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681



La campagne a eu un effet positif sur la perception du milieu de la santé et des services sociaux chez 34 % des jeunes francophones, et très peu affirment avoir une perception plus négative depuis qu'ils ont été exposés à la campagne (3 %). La population adulte du Québec a pour sa part été moins grandement affectée par la campagne (perception inchangée, 71 %).



Chapitre 3

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

- Compréhension du message
- Appréciation de la campagne
- Impact de la campagne

COMPRÉHENSION DU MESSAGE

QC1. Toutes les publicités que vous venez de voir font partie d'une même campagne d'information. Selon vous, qu'est-ce qu'on a souhaité transmettre comme message dans les publicités que vous venez de voir ou d'entendre (messages vidéo, audio et visuels)?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 681

Question ouverte, une seule réponse possible*

	16 à 24 ans %	18 ans ou plus %
Encourager les gens à faire carrière en santé et services sociaux	32	35
Il y a plusieurs métiers dans le secteur de la santé (pour tous les goûts, pour tous)	13	13
Il manque de personnel dans la santé et les services sociaux	13	17
Si on a de l'empathie, on devrait travailler dans le domaine de la santé	6	6
Informier sur les métiers possibles en santé	4	3
Souligner l'importance des travailleurs de la santé (ex. : mission essentielle)	4	3
Publicité sur le domaine de la santé (sans précision)	3	1
Encourager les gens à étudier en santé et services sociaux	2	6
Travailler dans le domaine de la santé permet d'aider (ex. : c'est gratifiant)	2	2
Une carrière en santé et service sociaux garantit un bel avenir	2	1
Souligner l'importance du choix de carrière (ex. : choisir un métier qu'on aime)	1	1
Autre	2	2
<i>Ne sait pas, ne répond pas</i>	16	10

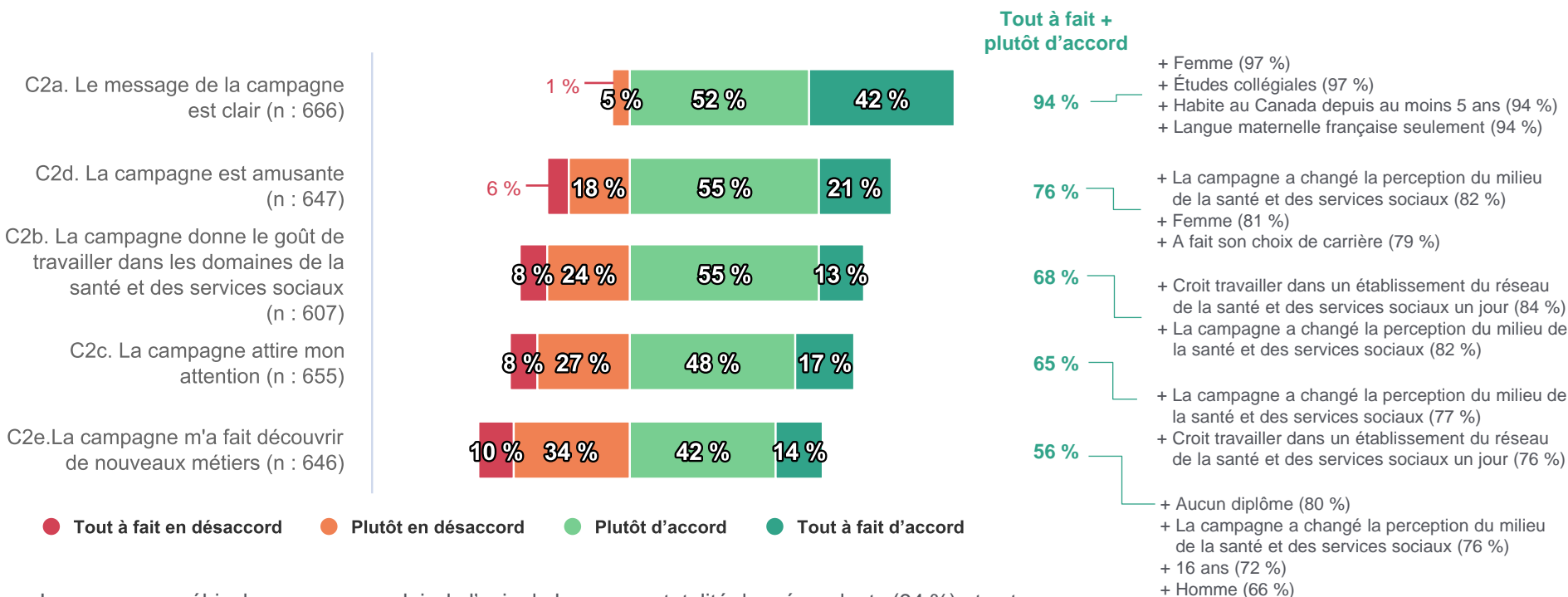
De manière générale, les jeunes francophones démontrent une bonne compréhension du message véhiculé par la campagne (en vert). En plus de saisir l'essentiel du message encourageant à faire carrière en santé et services sociaux, certains soulignent la diversité des professions dans ce domaine, son importance ou bien les caractéristiques personnelles nécessaires à une telle carrière.

* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie.

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

QC2a à QC2e. Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord.

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, excluant la non-réponse



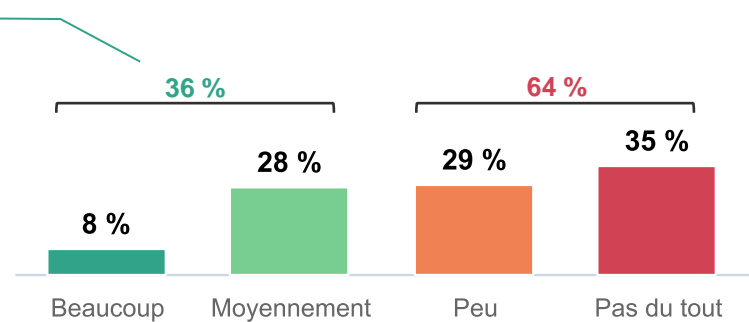
La campagne véhicule un message clair de l'avis de la presque totalité des répondants (94 %) et est jugée amusante selon les trois quarts d'entre eux (76 %). Du côté de son efficacité, celle-ci a su donner le goût de travailler dans les domaines de la santé et des services sociaux à 68 % des jeunes francophones, tout en faisant découvrir de nouveaux métiers dans le domaine à plus de la moitié des répondants (56 %).

Les jeunes pour qui la campagne a changé la perception du milieu de la santé et des services sociaux sont généralement plus élogieux envers celle-ci.


QM14. Diriez-vous que cette campagne vous a amené ou vous amènera à considérer une carrière en santé ou en services sociaux?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, excluant la non-réponse, n : 632

- + Croit travailler dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux un jour (69 %)
- + La campagne a changé la perception du milieu de la santé et des services sociaux (61 %)
- + Habite au Canada depuis moins de 5 ans (56 %)
- + Autre langue maternelle que le français (48 %)
- + N'a pas fait son choix de carrière (46 %)



Proportion de réponses « beaucoup ou moyennement »					
2023	2022	2021	2020	2019	2018
40 %	32 %	42 %	41 %	41 %	33 %

 Maintenir à 40 % la proportion de répondants de 16-24 ans qui affirment que la campagne les a amenés à considérer une carrière en santé et service sociaux.

Après avoir été exposés à la campagne (avant ou durant le sondage), 36 % des jeunes francophones de 16 à 24 ans considèrent une carrière en santé ou en services sociaux. Ce résultat n'atteint pas l'objectif fixé à 40 % par le Ministère. Toutefois, il est atteint auprès des répondants habitant au Canada depuis moins de 5 ans (56 %), de ceux ayant une autre langue maternelle que le français (48 %) et des jeunes n'ayant pas encore fait leur choix de carrière (46 %).

Bien que 68 % des jeunes affirment que la campagne donne envie de travailler dans le secteur de la santé et des services sociaux (QC2b, page 26), seuls 36 % des jeunes seraient amenés à considérer une telle carrière à la suite de la campagne. Les raisons expliquant pourquoi les répondants ne sont pas intéressés par ce type de carrière sont décrites à la page suivante.

IMPACT DE LA CAMPAGNE (SUITE)



QM14b. Pourquoi ne considérez-vous pas une carrière en santé ou en services sociaux?

Base : répondants qui affirment que la campagne les amènera peu ou pas du tout à considérer une carrière en santé ou en services sociaux, n : 404

Plusieurs réponses possibles, le total excède 100 %*

	%
Ce n'est pas un domaine qui est intéressant (ex. : pas son domaine)	46
Ne croit pas avoir les capacités pour ce domaine (compétence, personnalité)	16
Les conditions de travail sont difficiles (horaire, paie, etc.)	14
Travaille déjà en santé ou en services sociaux	4
Le système de santé n'est pas encourageant (mal géré, complexe, désuet, etc.)	4
Les emplois dans ce domaine demandent beaucoup d'études	2
La publicité n'a aucun effet (inutile, n'influence pas le choix, etc.)	1
Étudie déjà dans le domaine de la santé (considère déjà le domaine)	1
Ne sait pas encore quel domaine choisir	1
Ce n'est pas une ambiance de travail qui est attirante	1
Ne sait pas, ne répond pas	25

Ce n'est pas vraiment dans mes intérêts et je ne crois pas avoir les capacités pour performer dans ce métier.

Ça ne m'intéresse tout simplement pas.

J'avais déjà envisagé une carrière dans le domaine, cependant les conditions, la charge de travail et les horaires de travail m'ont fait reculer.

Je sais que ça ne correspond pas à ma personnalité ou mes intérêts.

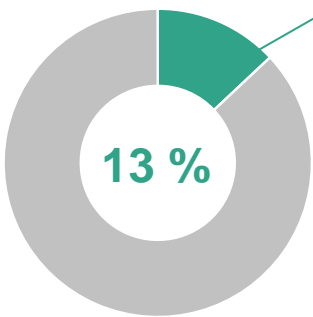
Les jeunes ne considérant pas avoir une carrière dans le domaine de la santé et des services sociaux expliquent principalement leur choix par le simple fait qu'ils ont peu d'intérêt pour ce secteur (46 %). Certains croient ne pas avoir les compétences ou la personnalité requises pour ce domaine (16 %), alors que d'autres critiquent les conditions de travail (14 %), la gestion du système de santé (4 %) ou l'ambiance (1 %).

* Les réponses ont été regroupées en grandes catégories. Comme les répondants pouvaient mentionner plusieurs réponses, le total excède 100 % et les pourcentages ne peuvent être additionnés manuellement. Les pourcentages correspondent à la proportion d'individus ayant mentionné au moins une réponse en lien avec la catégorie.

QM13. Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis, collègues de travail)?

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français et exposés à la campagne **avant** le sondage, n : 393

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



- + Langue maternelle autre que le français (27 %)
- + La campagne a changé la perception du milieu de la santé et des services sociaux (24 %)
- + Croit travailler dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux un jour (24 %)

Proportion de réponses « oui »

2023	2022	2021	2020	2019	2018
14 %	12 %	36 %	11 %	16 %	18 %

Chez les jeunes francophones de 16 à 24 ans exposés à la campagne avant le sondage, un peu plus d'un sur dix (13 %) a suffisamment été impacté pour en parler avec ses proches. Ce résultat est similaire à celui des deux dernières années (14 % en 2023 et 12 % en 2022).



Conclusions

CONCLUSIONS



L'intérêt envers les carrières en santé persiste chez les jeunes, mais ne s'améliore pas

Le désir des jeunes québécois de 16 à 24 ans d'un jour travailler dans le domaine de la santé et des services sociaux se révèle positif, avec 37 % des répondants exprimant une intention favorable. Bien qu'inférieur à l'objectif de 40 % fixé par le Ministère, ce résultat est de même ampleur que celui obtenu lors de la mesure de 2023 (38 %). Pour leur part, les Québécois de 18 ans ou plus envisagent moins un changement de carrière vers le secteur de la santé (7 %).

Lorsque comparées aux autres secteurs mesurés, les carrières en santé et services sociaux ainsi qu'en aide psychologique, sociale ou travail social se trouvent toujours en tête de liste chez les jeunes, bien qu'affichant des scores moyens relativement peu élevés (5,6 et 5,5 sur 10). De plus, la tendance se maintient, avec une attirance plus marquée chez les femmes pour ces secteurs.

Si le peu d'intérêt envers ces professions domine pour expliquer de ne pas considérer une carrière en santé et services sociaux, quelques répondants croient ne pas avoir les capacités nécessaires pour œuvrer dans ces domaines, et certains autres entretiennent une mauvaise opinion à l'égard des conditions de travail ou de la gestion du milieu.

Ces résultats pourraient s'avérer des pistes de réflexion pour une prochaine campagne, laquelle pourrait mettre en lumière le large éventail des compétences recherchées pour œuvrer dans ce domaine, ou encore faire valoir les récentes améliorations apportées aux conditions de travail. Cela pourrait permettre de maintenir, voire de bonifier, l'effet positif que la campagne génère par rapport à la perception du milieu et, bien entendu, encourager davantage de jeunes à considérer ce domaine professionnel. En effet, la campagne fait bonne figure, ayant réussi à modifier positivement la perception du milieu de la santé et des services sociaux chez le tiers des jeunes francophones (34 %).

La campagne dépasse les objectifs de notoriété

La campagne « Imagine ton avenir et trouve ta place » affiche un taux de notoriété totale de 58 % chez les jeunes Québécois francophones, un résultat très près de celui de 2023 (57 %). La notoriété totale s'élève à 46 % auprès de la population adulte du Québec. Ces deux résultats surpassent les objectifs du Ministère, respectivement fixés à 50 % et à 30 %.

Le message de la campagne est clair pour 94 % des jeunes francophones, et près de sept sur dix d'entre eux (68 %) affirment que la campagne donne le goût de travailler dans les domaines de la santé et des services sociaux. Malgré cela, seuls 36 % des jeunes Québécois francophones disent avoir été amenés par la campagne à considérer faire carrière dans ce domaine. Cette dernière proportion se situe sous l'objectif de 40 % du Ministère, présentant toutefois un résultat stable par rapport à la mesure de 2023 (40 %).



Annexe 1

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE – VOLET 16-24 ANS

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE	<p>Population cible Québécois âgés de 16 à 24 ans.</p>
	<p>Bases de sondage</p> <ul style="list-style-type: none">• Le panel Or web de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.• Un panel externe non probabiliste.
	<p>Plan d'échantillonnage Le sondage compte 810 répondants. Les répondants âgés de 16 à 17 ans sont joints à travers leur parent panéliste. Les répondants sont répartis en trois grandes régions, soit :</p> <ul style="list-style-type: none">• RMR de Québec (144 répondants);• RMR de Montréal (389 répondants);• Ailleurs au Québec (277 répondants).
QUESTIONNAIRE	<p>Le questionnaire a été conçu par le client, puis révisé, traduit et programmé par SOM. Le questionnaire était disponible en français et en anglais. On peut en consulter la version finale à l'annexe 3.</p>
COLLECTE	<p>Période de collecte Du 4 au 11 mars 2024.</p>
	<p>Mode de collecte Sondage en ligne autoadministré. Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe. Collecte web sur les serveurs de SOM.</p>

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

16-24 ANS



PONDÉRATION ET TRAITEMENT

Les résultats ont été pondérés selon les variables suivantes, pour chacune des trois grandes régions (RMR de Montréal, RMR de Québec, ailleurs au Québec) :

- Distribution conjointe âge-genre (16 à 19 ans et 20 à 24 ans);
- Langue maternelle (français seulement, autre).

Données de population utilisées : recensement de 2021.

Une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient a été réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut toutes les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

Considérant l'utilisation d'un panel non probabiliste, les résultats apparaissant dans les tableaux détaillés ne reflètent pas nécessairement ce que l'on observerait dans la population visée.

MARGES D'ERREUR

L'échantillon étant non probabiliste (utilisation majoritaire d'un panel externe non probabiliste), le calcul des marges d'erreur ne s'applique pas. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l'aide des signes + ou - sont présentés à titre indicatif seulement.



Annexe 2

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE – VOLET POPULATION GÉNÉRALE

Cette annexe présente tous les renseignements pertinents concernant le déroulement de l'étude. Elle contient la méthodologie détaillée et les résultats administratifs du sondage, de façon à bien préciser les limites de l'étude et la portée des résultats et, le cas échéant, à reproduire l'étude selon le même protocole de recherche.

PLAN DE SONDAGE

Population cible

L'ensemble des adultes (18 ans ou plus) québécois constitue la population cible de la présente étude.

Bases de sondage

- Le panel Or de SOM. Il s'agit d'un panel probabiliste constitué d'internautes recrutés aléatoirement dans le cadre de nos sondages téléphoniques auprès de la population adulte en général.
- Un panel externe non probabiliste.

Plan d'échantillonnage

Panel Or de SOM : plan d'échantillonnage probabiliste avec stratification régionale. Un panel externe a été utilisé pour joindre certains sous-groupes de répondants en quantité suffisante, notamment les jeunes et les individus moins scolarisés.

Au total, 1 468 questionnaires ont été remplis. Ils se répartissent de la façon suivante :

- RMR de Québec : 265 répondants;
- RMR de Montréal : 700 répondants;
- Ailleurs au Québec : 503 répondants.

QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été conçu par le client, puis révisé, traduit et programmé par SOM.

Le questionnaire était disponible en français et en anglais.

On peut en consulter la version finale à l'annexe 3.

COLLECTE

Période de collecte

Du 26 février au 4 mars 2024.

Mode d'entrevue

Questionnaire autoadministré par internet, à l'aide de la solution Askiaweb d'Askia.

Invitations par courriel gérées par SOM pour le panel Or et par le fournisseur externe pour le panel externe.

Collecte web sur les serveurs de SOM.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE (SUITE)

POPULATION GÉNÉRALE



PONDÉRATION ET TRAITEMENT

La pondération a été effectuée sur la base des adultes, en tenant compte des variables énumérées ci-dessous, pour chacune des trois grandes régions du Québec (RMR de Montréal, RMR de Québec et ailleurs au Québec) :

- La distribution conjointe d'âge (18-24 ans, 25-34 ans, 35-44 ans, 45-54 ans, 55-64 ans, 65 ans ou plus) et de genre;
- La proportion d'adultes vivant seuls;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La langue maternelle (français seulement, autre);
- La proportion estimée d'adultes propriétaires.

Données de population utilisées : recensement de 2021.

Méthode : une pondération multivariée à 10 itérations par la méthode itérative du quotient est réalisée pour assurer une représentation fidèle à toutes ces distributions.

Les données ont été traitées à l'aide du progiciel spécialisé ASKIA. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les principales variables socioéconomiques.

Considérant l'utilisation d'un panel non probabiliste, les résultats apparaissant dans les tableaux détaillés ne reflètent pas nécessairement ce que l'on observerait dans la population visée.

MARGE D'ERREUR

L'échantillon étant en bonne partie non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste), le calcul des marges d'erreur ne s'applique pas. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l'aide des signes + ou - sont présentés à titre indicatif seulement.



Annexe 3

QUESTIONNAIRES

- Questionnaire pour les 16-24 ans
- Questionnaire pour la population générale



Métiers en santé et services sociaux 2023-2024
(En suivi du 23150 et du somniweb 23553)

Ministère de la Santé et des Services sociaux

/*

Légende

*texte	On utilise l'astérisque pour signaler un texte de question, un commentaire ou un choix de réponses non lu qui apparaît à l'intervieweur lors de l'entrevue.
...	Indique l'endroit où les choix de réponses sont à lire dans le texte de la question.
/*texte*/	Le texte entouré par « /*...*/ » est une note explicative qui n'apparaît pas à l'intervieweur lors de l'entrevue.
NSP	Choix de réponses : Ne sait pas
NRP	Choix de réponses : Ne répond pas (refus)
NAP	Choix de réponses : Non applicable (sans objet)
->, ->>	Signifie « Passez à la question »
->sortie	Valide avec l'intervieweur que le répondant n'est pas admissible, termine l'entrevue et la classe comme « inadmissible ».
->fin	Termine l'entrevue et la classe comme « Complétée »
1=, 1=	Lorsque tous les choix de réponses sont précédés de « 1= », il s'agit d'une question pouvant comporter plusieurs réponses (chaque choix est oui ou non).
1=, 2=, ...	Lorsque les choix de réponses sont précédés de « 1=..., 2=..., etc. », une seule réponse est possible à moins d'indications contraires (par exemple : « 3 mentions »).
Q_Slcal, Q_INcal	Les questions commençant par « Q_Sl... » ou par « Q_IN... » sont des questions filtres ou des directives techniques permettant de lire des informations de l'échantillon, de compléter automatiquement certaines questions, de faire un branchement complexe, etc. Une note explicative, placée avant la question filtre ou la directive technique, précise la fonction remplie par cette dernière.
*/	

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; **...** : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; **->** ou **->>** : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur/*

/*Objectifs liés à la performance

Maintenir à 50 % la notoriété assistée des pièces de la campagne au sein du public de 16 à 24 ans.

Maintenir à 30 % la notoriété assistée des pièces de la campagne au sein de la population générale.

Objectifs complémentaires

Maintenir à 40 % la proportion de répondants de 16-24 ans qui croient un jour travailler dans le réseau de la santé et des services sociaux.

Augmenter à 40 % la proportion de répondants de 16-24 ans qui affirment que la campagne les a amenés à considérer une carrière en santé et service sociaux.*/*

Q_Bi
->>calCON Bienvenue dans ce questionnaire.

Q_MP
Q_PID *Mot de passe* _____
ID Fournisseur _____

/*Description des strates
1=Panel Or 18-24 ans (40)
2=Panel Or Parents de jeunes de 16-17 ans (40)
8=Fournisseur Parents de jeunes de 16-17 ans (155)
9=Fournisseur 18-24 ans (565)*/

Q_sicalCON
->>ROUTE si strate=8,9->CON

Q_siCON
->>ROUTE si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier*/

Q_siROUTE
->>OUT si strate=8,9->EXTRMR
si strate=1,2->calMTXT

Q_EXTRMR Dans quelle région habitez-vous?

2=Grande région de Montréal (Île de Montréal; Laval et la couronne nord; couronne sud)
1=Grande région de Québec (ville de Québec et villes en périphérie; Rive-Sud, incluant Lévis et les villes en périphérie de Lévis)
3=Ailleurs au Québec
4=Je n'habite pas au Québec->OUT

Q_sicalMTXT
->>OUT si strate=2,8->MTXT
si strate=1,9->M1

/*Note La question MTXT est posée aux parents, sinon passer à Q_M1*/

/* Parent de jeunes de 16-17 ans*/

Q_MTXT Combien des membres de votre ménage sont des personnes de 16-17 ans?

95=Aucun->OUT

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8 ou plus
9=*Je préfère ne pas répondre->OUT

Q_MTXT2 Chers parents, ce sondage s'adresse aux jeunes de 16 ou 17 ans. Vous êtes invités à le faire remplir par votre enfant ou par l'un de ceux-ci. ((G À partir de la prochaine page, les questions s'adressent à ce jeune de 16 ou 17 ans.))

2=Continuer

Q_M1 Quel âge avez-vous?

1=15 ans ou moins->OUT
2=16 ans
3=17 ans
4=18 ans
5=19 ans
6=20 ans
7=21 ans
8=22 ans
9=23 ans
10=24 ans
11=25 ans ou plus->OUT
99=*Je préfère ne pas répondre->OUT

Q_M2 Laquelle des situations suivantes vous décrit le mieux?

1=Étudiant (principalement)
2=Travailleur (principalement)
3=Autant étudiant que travailleur
90=Autre
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_M3a Sur une échelle de 1 à 10, où 1 signifie « pas du tout attiré » et 10 « très attiré », dans quelle mesure êtes-vous personnellement attiré par un emploi dans les secteurs suivants?

La finance et les affaires

*format matriciel

1=1; Pas du tout attiré
2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 9=9
10=10; Très attiré
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; 1=, 1= : Question à choix multiples; 1=, 2= : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /**texte**/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_M3b *format matriciel	La construction
Q_M3c *format matriciel	La santé et les services sociaux
Q_M3d *format matriciel	L'aide psychologique, sociale ou le travail social
Q_M3e *format matriciel	Le commerce de détail
Q_M3f *format matriciel	La police
Q_M4	<p>Croyez-vous travailler, un jour, dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux (par exemple un hôpital, un CHSLD, un centre de protection de la jeunesse, un centre de réadaptation)?</p> <p>1=Certainement 2=Probablement 3=Probablement pas 4=Certainement pas 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre</p>
Q_M5 *Facultatif *Espace=1,60	<p>Pouvez-vous identifier deux caractéristiques ou qualités qu'on retrouve souvent chez les personnes qui travaillent dans le secteur ((G de la santé et des services sociaux))?</p> <p><< <<*H 1) *L=1 _____ *suf a>> <<*H 2) *L=1 _____ *suf b>> >></p>
/* Q_sicalB1 ->>calC16	<p>Évaluation de la campagne diffusée du 15 janvier au 29 février 2024 – Français seulement pour la campagne 2023-2024 ; sinon QC16*/</p> <p>si langue=F->B1</p>
/*Note	Poser toutes les questions de notoriété dans l'omnibus web (population générale)*/
/*	Bruit publicitaire et notoriété spontanée*/
Q_B1	<p>Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait des métiers et professions en santé et services sociaux? /*poser ds somniweb*/</p> <p>1=Oui 2=Non->calB3p1</p>
Q_B2	<p>Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? *Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.* /*poser ds somniweb*/</p>

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

*exclusif=(B2,B2NSP)

<<
<<_____>>
99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

/*Vidéo

Ce sont les mêmes vidéos que pour l'an dernier (23150). Utiliser tout de même le matériel reçu pour le 24125.

Volet Jeunes (24125) : Notoriété assistée de 6 messages vidéo – 3 courtes (15 sec) et 3 longues (1 minute 30 à 1 minute 50) – en français seulement; sur le Web et les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok et Youtube)

Volet somniweb : Notoriété d'une vidéo courte seulement (par exemple, celle de B3ac)*/

Q_sicalB3p1
->>rotB

si langue=F->calalea

Q_incalalea
->>calB3p2

q#RD=random(3)

Q_RD

Choix des vidéos : Bloc 1,2 ou 3

—

Q_sicalB3p2
->>rotB3c

si q#RD=1->rotB3a
si q#RD=2->rotB3b

/*Note

Faire écouter une vidéo courte et une vidéo longue au premier tiers des répondants*/

/*Note

Faire écouter en rotation la vidéo courte et la vidéo longue */

Q_inrotB3a

rotation=q#B3ac, q#B3al (après=q#calbidB3a)

Q_B3ac

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement et au complet. /*poser B3ac dans somniweb*/

/*Vidéo courte : MSSS-Spot04_Teaser_IG_Jean-Cedric_Technicien-Radio-Oncologie-1080x1920-Online_V4.mp4*/



/*

((V 7090d7b31915e2c8f9/18b17da7d3fc4454))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui? /*poser ds somniweb*/

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

/*Légende

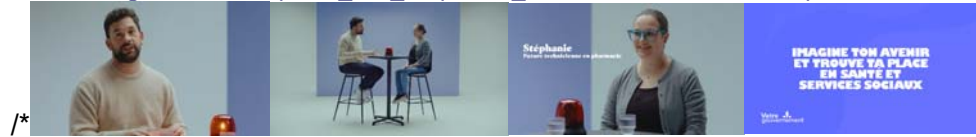
texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_B3al

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement.

/*Vidéo longue : MSSS-Spot02_Full_Stephanie_Tech-Pharmacie-Online.mp4*/



/*
(V 1190d7b3181ee0cd98/761af82bf70d1eeb))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_sicalbidB3a
->>rotB

si langue=F->rotB4

/*Note

Faire écouter une vidéo courte et une vidéo longue au second tiers des répondants*/

/*Note

Faire écouter en rotation la vidéo courte et la vidéo longue */

Q_inrotB3b

rotation=q#B3bc, q#B3bl (après=q#calbidB3b)

Q_B3bc

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement et au complet.

/*Vidéo courte : MSSS-Spot05_Teaser_IG_Caroline_Auxiliaire-SSS_1080x1920_Online_V4.mp4*/



/*
(V 7990d7b3181de3c5f0/fa564c6a08190a60))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_B3bl

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement.

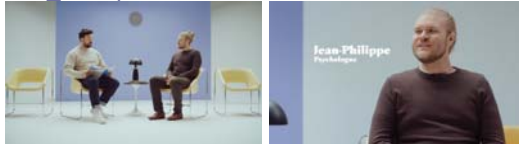
/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; 1=, 1= : Question à choix multiples; 1=, 2= : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /**texte**/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Version : QF24125v1p10MSSS(Métiers en santé 2024).docx*/

/*Page 6*/

/*Vidéo longue : MSSS-Spot03_Full_Jean-Philippe_Psychologue-1920x1080-Online_V3.mp4*/



/*
((V ea90d7b31819e6c363/e961c41afa297df9))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_sicalbidB3b
->>rotB

si langue=F->rotB4

/*Note

Faire écouter une vidéo courte et une vidéo longue au dernier tiers des répondants*/

/*Note

Faire écouter en rotation la vidéo courte et la vidéo longue */

Q_inrotB3c
Q_B3cc

rotation=q#B3cc, q#B3cl (après=q#rotB4)

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement et au complet.

/*Vidéo courte : MSSS-Spot06_Teaser_IG_Laurie-Anne_Travailleuse-Sociale_1080x1920_Online_V4.mp4*/



/*
((V d390d7b3181de0c45a/5e51899085cdd09a))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_B3cl

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le regarder attentivement.

/*Vidéo longue : MSSS_Spot01_Full_Jean-Philippe_Infirmier_1920x1080_Online.mp4*/

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; 1=, 1= : Question à choix multiples; 1=, 2= : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /**texte**/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/



/* : */
 ((V ac90d7b3181cebcd25/9a60911f8ee9ba00))

Vous souvenez-vous d'avoir vu ce message vidéo ou un semblable avant aujourd'hui?

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique : je ne peux pas voir la vidéo

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Audio

Nouveau dans le 24125 : Notoriété assistée de 2 messages audio en français uniquement

Rotation des questions B4a et B4b*/

Q_inrotB4

rotation=q#B4a, q#B4b (après=q#rotB)

Q_B4a

Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.

/*(Écoute) MSSS24-202862-R15-F1.mp3*/

((A MSSS24-202862-R15-F1))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui? /*poser ds somniweb*/

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique/Je ne peux pas entendre le message

Q_B4b

Voici un message audio diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez l'écouter attentivement et au complet.

/*(Empathie) MSSS24-202862-R15-F2.mp3*/

((A MSSS24-202862-R15-F2))

Vous souvenez-vous d'avoir entendu ce message avant aujourd'hui? /*poser ds somniweb*/

*gabarit=(qst-fermee,qst-fermee-mod),(audio,audio-mod)

1=Oui

2=Non

7=*J'ai un problème technique/Je ne peux pas entendre le message

/*Visuels

Notoriété assistée des messages visuels*/

/*Note

Visuels en rotation (QB5 à QB7)*/*

Q_inrotB

permutation bloc1=q#calB5FR, q#calB6, q#calB7 (après=q#calC1)

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /**texte**/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

/*Base **Bannières (français seulement pour la campagne 2023-2024) (Facebook, Instagram ou sur le web)*/***

Q_sicalB5FR
->>dern1
Q_B5FR

si langue=F->B5FR

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu ce visuel, ou un visuel semblable? **Cliquez sur l'image pour l'agrandir** */*poser ds somniweb*/*
*/*Métiers en santé – GIF 300x250_MSSS_MetiersSante.gif*/*



[/]<div class="row"><div class="col-xs-12">[/]
((M 300x250-MSSS-MetiersSante.gif, sm-4))
[/]</div></div>[/]

1=Oui->dern1
2=Non->dern1
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre->dern1

Q_indern1 suivant de q#calB5FR dans bloc1

/*Base **nouveaux arrivants (français seulement) Bannière et (sur le web) – Un visuel en moins en 2024*/**

Q_sicalB6
->>dern2
Q_B6

si langue=F->B6

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu ce visuel? **Cliquez sur l'image pour l'agrandir** */*poser ds somniweb*/*
*/*GIF - Nouveaux arrivants : 300x250-MSSS-Metiers-3D.gif*/*



[/]<div class="row"><div class="col-xs-12">[/]
((M 300x250-MSSS-Metiers-3D.gif, sm-4))
[/]</div></div>[/]

1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_indern2 suivant de q#calB6 dans bloc1

/*Base **Partenariats différents du 23150 (français seulement) Urbania (on ne teste pas le magazine Cool)*/***

Q_sicalB7
->>dern3

si langue=F->B7

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_B7

Au cours des dernières semaines, des partenariats de contenus sur la promotion des métiers et professions en santé ont été réalisés avec des sites comme Urbania. Avez-vous vu ou lu cet article? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir* /*poser ds somniweb*/
/* Urbania métiers 2023-2024.png



*/

((M Urbania-metiers-2023-2024.png, sm-4))

1=Oui

2=Non

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_indern3

suivant de q#calB7 dans bloc1

/*

Appréciation et compréhension*/

/*Note

Poser QC1 à ceux qui ont vu ou entendu au moins une publicité dans le cadre du sondage (Vidéo : B3ac ou B3al ou B3bc ou B3bl ou B3cc ou B3cl ou Audio : B4a ou B4b ou Bannière Métiers: B5fr ou bannière Nouveaux arrivants : B6 ou Partenariats : B7 = oui; sinon C16*/

Q_sicalC1

si Q#B3ac=1,2,9 ou Q#B3al=1,2,9 ou Q#B3bc=1,2,9 ou Q#B3bl=1,2,9 ou Q#B3cc=1,2,9 ou Q#B3cl=1,2,9 ou Q#B4a=1,2 ou Q#B4b=1,2 ou Q#B5fr=1,2,9 ou Q#B6=1,2,9 ou Q#B7=1,2,9->C1

->>calC16

/*Codi

Coder 1 mention*/

Q_C1

Toutes les publicités que vous venez de voir font partie d'une même campagne d'information. Selon vous, qu'est-ce qu'on a souhaité transmettre comme message dans les publicités que vous venez de voir ou d'entendre (messages vidéo, audio et visuels)?

/*poser ds somniweb; Afficher des captures d'écran dans le somniweb puisque plus d'une campagne seront évalués*/

<< _____ >>

/*Notes

Volet Jeunes (P24125): Poser QC16 aux répondants adultes de 18 à 24 ans selon QM1;

Volet Somniweb : Poser QC16 à tous*/

Q_sicalC16

si q#M1=4,5,6,7,8,9,10->C16

->>calC2a

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_C16	<p>Pensez-vous à changer d'emploi pour une carrière en santé et services sociaux? /*poser ds somniweb*/</p> <p>1=Oui, certainement 2=Oui, probablement 4=Non, je travaille déjà dans le secteur de la santé ou des services sociaux 3=Non/Ne s'applique pas 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre</p>
/*Note	<p>Poser série QC2 et QC3 à ceux qui ont vu ou entendu au moins une publicité dans le cadre du sondage (Vidéo : B3ac ou B3al ou B3bc ou B3bl ou B3cc ou B3cl ou Audio : B4a ou B4b ou Bannière Métiers: B5fr ou bannière Nouveaux arrivants : B6 ou Partenariats : B7 = oui; sinon QM13*/</p>
Q_sicalC2a	<p>si Q#B3ac=1,2,9 ou Q#B3al=1,2,9 ou Q#B3bc=1,2,9 ou Q#B3bl=1,2,9 ou Q#B3cc=1,2,9 ou Q#B3cl=1,2,9 ou Q#B4a=1,2 ou Q#B4b=1,2 ou Q#B5fr=1,2,9 ou Q#B6=1,2,9 ou Q#B7=1,2,9->C2a</p>
->>calM13p1	
Q_C2a	<p>Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord.</p> <p>Le message de cette campagne est clair</p>
*format matriciel	<p><<1=Tout à fait d'accord 2=Plutôt d'accord 3=Plutôt en désaccord 4=Tout à fait en désaccord 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre>></p>
Q_C2b	<p>Cette campagne donne le goût de travailler dans les domaines de la santé ou des services sociaux</p>
*format matriciel	
Q_C2c	<p>Cette campagne attire mon attention</p>
*format matriciel	
Q_C2d	<p>Cette campagne est amusante</p>
*format matriciel	
Q_C2e	<p>Cette campagne m'a fait découvrir de nouveaux métiers</p>
*format matriciel	
/*	<p>Impact de la campagne*/</p>
/*Note	<p>Poser la question d'impact sur la modification de la perception du milieu de la santé et des services sociaux comme secteur d'emploi dans l'omnibus web (population générale), */</p>
Q_C3	<p>Est-ce que cette campagne a changé votre perception du milieu de la santé et des services sociaux comme secteur d'emploi? /*poser ds somniweb*/</p> <p>1=Oui, positivement 2=Oui, négativement 3=Non</p>

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; 1=, 1= : Question à choix multiples; 1=, 2= : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; /**texte**/ : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Note

La question M13 est posée à ceux qui se souviennent d'avoir vu au moins un des messages avant le sondage*/

Q_sicalM13p1
->>calM13p2

si language=A->M15

Q_sicalM13p2
->>M14

si (q#B3ac=1 ou q#B3al=1 ou q#B3bc=1 ou q#B3bl=1 ou q#B3cc=1 ou q#B3cl=1 ou q#B4a=1 ou q#B4b=1 ou q#B5fr=1 ou q#B6=1 ou q#B7=1)->M13

Q_M13

Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis, collègues de travail)?

1=Oui

2=Non

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_M14

Diriez-vous que cette campagne vous a amené ou vous amènera à considérer une carrière en santé ou en services sociaux?

1=Beaucoup

2=Moyennement

3=Peu

4=Pas du tout

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Note

Poser QM14b aux répondants qui ont répondu avoir été peu ou pas du tout amenés à considérer une carrière en santé ou en services sociaux*/

Q_SicalM14b
->>M15

Si q#M14=3,4->M14b

Q_M14b

Pourquoi ne considérez-vous pas une carrière en santé ou en services sociaux?

*exclusif=(M14b,M14bNSP)

<<

<< _____ >>

99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre*suf NSP>>

Q_M15

Avez-vous fait votre choix de carrière?

1=Oui

2=Non

9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/*Note

Volet Jeunes (P24125): Poser QARRIV aux répondants adultes de 18 à 24 ans selon QM1

Volet somniweb : poser QARRIV à tous*/

Q_siCarriv
->>calGNR

si q#M1=4,5,6,7,8,9,10->ARRIV

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Q_ARRIV Habitez-vous au Canada depuis au moins cinq ans? /*poser dans somniweb*/

1=Oui
2=Non
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/* **Questions sociodémographiques (Confirmer auprès de Yannick concernant la pondération)**

Scolarité, langue maternelle, genre, région (ou code postal), revenu familial*/

Q_sicalGNR si strate=1->calGENRE1
 si strate=2,8,9->GENREEXT
->>GENRE

Q_incalGENRE1 q#valGENRE=input('GENRE')
->>calGENRE2

Q_valGENRE *Valeur de QGENRE si disponible*
1=Masculin
2=Féminin
3=Autre /*sans précision*/

Q_sicalGENRE2 si q#valGENRE=1,2,3->putGENRE
->>GENRE

Q_inputGENRE q#GENRE=q#valGENRE
->>putSE11p1

Q_GENRE Quel est votre genre?

1=Masculin
2=Féminin
3=Autre

->>putSE11p1

Q_GENREEXT Quel est votre genre?

1=Masculin
2=Féminin
3=Autre

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1 si strate=2,8,9->SE11EXT1
 si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1
->>calSE5

Q_SE11P1JRS *Input* ____

Q_SE11p1 Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez encore (langue maternelle)?

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

Si vous avez plusieurs langues maternelles, cochez toutes celles qui s'appliquent.

*choix multiples
*choixminmax=1,5

1=Anglais
2=Français
3=Allemand
4=Arabe
5=Arménien
6=Chinois
7=Créole
8=Espagnol
9=Grec
10=Italien
11=Indo-iranien
12=Hongrois
13=Polonais
14=Portugais
15=Néerlandais
16=Roumain
17=Russe
18=Tagalog
19=Ukrainien
20=Vietnamien
21=Yiddish
90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)

->>calSE5

Q_SE11EXT1

Quelle est la langue que vous avez apprise en premier lieu à la maison dans votre enfance et que vous comprenez encore (langue maternelle)?

Si vous avez plusieurs langues maternelles, cochez toutes celles qui s'appliquent.

*choix multiples
*choixminmax=1,5

1=Anglais
2=Français
3=Allemand
4=Arabe
5=Arménien
6=Chinois
7=Créole
8=Espagnol
9=Grec
10=Italien
11=Indo-iranien
12=Hongrois
13=Polonais
14=Portugais
15=Néerlandais

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

16=Roumain
 17=Russe
 18=Tagalog
 19=Ukrainien
 20=Vietnamien
 21=Yiddish
 90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)

Q_sicalSE5 si strate=1->putSE5
 ->>calSE5J

Q_inputSE5 q#SE5JRS=input('SE5JRS')

Q_sicalSE5p2 si (q#SE5JRS>365 ou q#SE5JRS=blanc)->calSE5J
 ->>putSE5p2

Q_SE5JRS *Input* _____

Q_inputSE5p2 q#SE5=input('SE5')
 ->>calSE10

Q_sicalSE5J si (strate=2,8,9 et q#M1=2,3)->SE5J
 si (strate=2,8,9 et q#M1=4,5,6,7,8,9,10)->SE5EXT
 ->>SE5

Q_SE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

1=Aucun
 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)
 3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)
 4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)
 5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
 6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
 7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
 8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
 9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
 10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)
 90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
 99=*Je préfère ne pas répondre

->>calSE10

Q_SE5EXT Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez terminé**))?

1=Aucun
 2=Certificat d'études secondaires ou l'équivalent (D.E.S., diplôme d'études secondaires)

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; **/*texte*/** : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

3=Certificat ou diplôme d'une école de métiers (D.E.P., diplôme d'études professionnelles)
 4=Certificat ou diplôme collégial (autre certificat ou diplôme non universitaire obtenu d'un cégep, collège communautaire, institut technique, etc.)
 5=Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
 6=Baccalauréat (ex. : B.A., B.Sc., LL.B.)
 7=Certificat ou diplôme universitaire supérieur au baccalauréat
 8=Maîtrise (ex. : M.A., M.Sc., M.Ed.)
 9=Diplôme en médecine, en médecine dentaire, en médecine vétérinaire ou en optométrie (M.D., D.D.S., D.M.D., D.M.V., O.D.)
 10=Doctorat acquis (ex. : Ph.D., D.Sc., D.Ed.)
 90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
 99=*Je préfère ne pas répondre

->>calSE10

Q_SE5J En quelle année scolaire êtes-vous?

1=Je ne vais pas à l'école
 2=Secondaire 1
 3=Secondaire 2
 4=Secondaire 3
 5=Secondaire 4
 6=Secondaire 5
 7=Formation professionnelle
 8=Cégep ou autre programme postsecondaire
 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE10 si strate=2,8,9->SE102021EX
 ->>putSE10

Q_inputSE10 q#S102021JRS=input('SE102021JRS')

Q_sicalSE10p2 si (q#S102021JRS>180 ou q#S102021JRS=blanc)->SE102021
 ->>putSE10p2

Q_S102021JRS *Input* _____

Q_inputSE10p2 q#SE102021=input('SE102021')
 ->>calEXTCP

Q_SE102021 Quel est votre ((g **revenu familial brut**)) (avant impôts) ((g **annuel**))?

1=Moins de 15 000 \$
 2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
 3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
 4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
 5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
 6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
 7=De 100 000 à 149 999 \$
 8=De 150 000 à 199 999 \$
 9=De 200 000 \$ et plus

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/

99=* Je préfère ne pas répondre

->>calEXTCP

Q_SE102021EX Quel est votre ((g **revenu familial brut**)) (avant impôts) ((g **annuel**))?

1=Moins de 15 000 \$
2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
4=De 35 000 \$ à 54 999 \$
5=De 55 000 \$ à 74 999 \$
6=De 75 000 \$ à 99 999 \$
7=De 100 000 à 149 999 \$
8=De 150 000 à 199 999 \$
9=De 200 000 \$ et plus
99=* Je préfère ne pas répondre

Q_sicalEXTCP si strate=1->FIN
->>EXTCP

Q_EXTCP Quel est votre code postal? *Les 3 premiers caractères suffisent.*

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre
*confidentiel

<< _____[ex. : G1G]>>

Q_sicalCP si q#EXTCP=blanc->calAVRT1
->>FIN

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>EXTCP

Q_AVRTCP *Auto complété*
0=*
1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

Q_FIN Merci pour votre collaboration!

***Informations

PROJET=P24125MSSSNBK
FICHIER=FP24125MSSSNBK
RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P24125MSSSNBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P24125MSSSMES\pw24125nbk\
IMAGES=C:\Users\gjacques\Projets\P24125MSSSMES\IMG\
MODELES=C:\Users\gjacques\Projets\P24125MSSSMES\modeles6p24125\
DEBUT=calCON
EFFACER=Oui
EMAIL=pw24125nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui

/*Légende

texte : Texte non lu, apparaît à l'intervieweur; ... : Endroit de lecture des choix de réponses dans le texte de question; -> ou ->> : signifie : passez à la question...; **1=, 1=** : Question à choix multiples; **1=, 2=** : Une seule réponse, à moins d'indications contraires; */*texte*/* : commentaire n'apparaissant pas à l'intervieweur*/