

**MONTRÉAL**

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

QUÉBEC

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

ÉVALUATION POST-CAMPAGNE « CARRIÈRES EN SANTÉ ET SERVICES SOCIAUX » 2021-2022

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
17	/Chapitre 2 : Notoriété de la campagne
23	/Chapitre 3 : Appréciation de la campagne
28	/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 17 JANVIER AU 1^{ER} MARS 2022



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. À nouveau cette année, le ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec (MSSS) a lancé sa campagne de promotion des métiers et des professions de la santé et des services sociaux.

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 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

Une publicité vidéo de 30 secondes diffusée en français seulement, à la télévision et sur internet



* Rediffusion de la vidéo de 2020

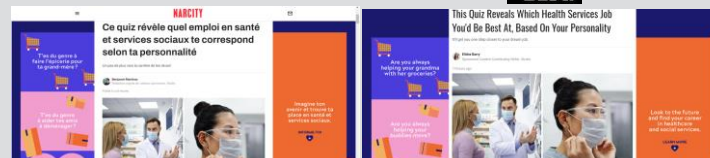


Reportages publicitaires diffusés sur les sites web de Narcity, Urbania (en français) et MTL Blog (français et anglais)

URBANIA



NARCITY



Bannières web diffusées en français et en anglais dans des médias sociaux et sur le web

Déménagement



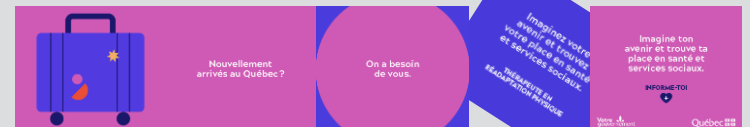
Épicerie



Réorientation



Nouveaux arrivants



	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	805 répondants répartis en trois grandes régions, soit : <ul style="list-style-type: none">▪ RMR de Québec : 127 répondants;▪ RMR de Montréal : 348 répondants;▪ Ailleurs au Québec : 330 répondants.	1 606 répondants répartis en trois grandes régions, soit : <ul style="list-style-type: none">• RMR de Québec : 300 répondants;• RMR de Montréal : 747 répondants;• Ailleurs au Québec : 559 répondants.
Collecte	Sondage en ligne réalisé du 1 ^{er} au 4 mars 2022.	Sondage omnibus en ligne réalisé du 25 au 31 mars 2022 (8 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 sexe, de la langue maternelle ainsi que de la région habitée.	Les données ont été pondérées pour s’assurer d’une bonne représentativité en fonction de l’âge, du sexe, de la langue maternelle, du plus haut diplôme obtenu ainsi que de la région habitée.
Marge d’erreur	L’échantillon étant non probabiliste (utilisation en presque totalité d’un panel externe non probabiliste), le calcul de marges d’erreur ne s’applique pas. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l’aide de flèches (↑ ou ↓) ou des signes + ou - sont présentés à titre indicatif seulement .	La marge d’erreur maximale pour l’ensemble des répondants est de 3,2 % (au niveau de confiance de 95 %). Une partie de l’échantillon étant non probabiliste (utilisation d’un panel externe non probabiliste), les marges d’erreur sont présentées à titre indicatif seulement .
Notes		Le pictogramme suivant représente les résultats du sondage auprès de la population générale (18 ans ou plus) :

- Les flèches (↑ ou ↓) indiquent une évolution significative des résultats entre les mesures de 2021-2022 et de 2020-2021. Les signes (+ ou -) sont utilisés pour indiquer une différence significative entre certains sous-groupes de répondants.
- 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.

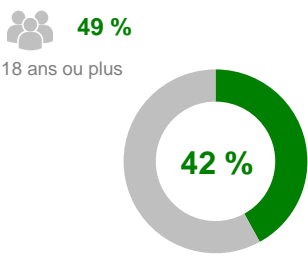
An abstract graphic in the top right corner featuring a network of interconnected nodes and lines in shades of teal and grey, with some nodes highlighted in white.

Faits saillants

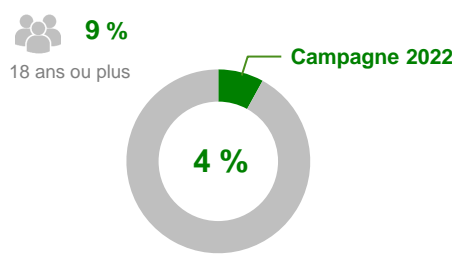
FAITS SAILLANTS — CAMPAGNE 2022



BRUIT PUBLICITAIRE



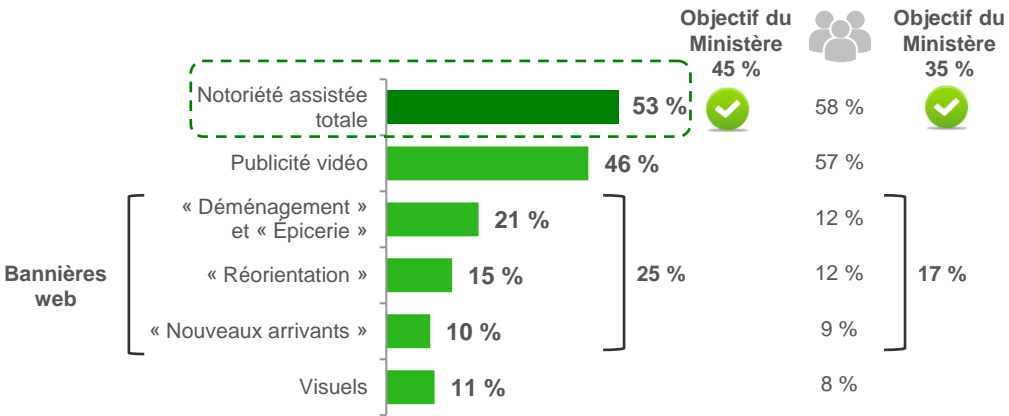
NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



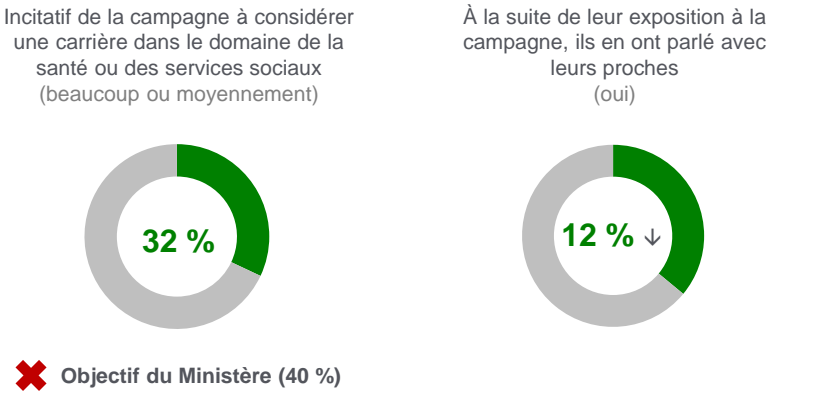
APPRÉCIATION

Le message de cette campagne est clair (tout à fait + plutôt d'accord)	93 %
Cette campagne donne le goût de travailler dans les domaines de la santé ou des services sociaux (tout à fait + plutôt d'accord)	67 %
Cette campagne attire mon attention (tout à fait + plutôt d'accord)	58 %
Cette campagne est amusante (tout à fait + plutôt d'accord)	52 %
La campagne m'a fait découvrir de nouveaux métiers (tout à fait + plutôt d'accord)	38 %

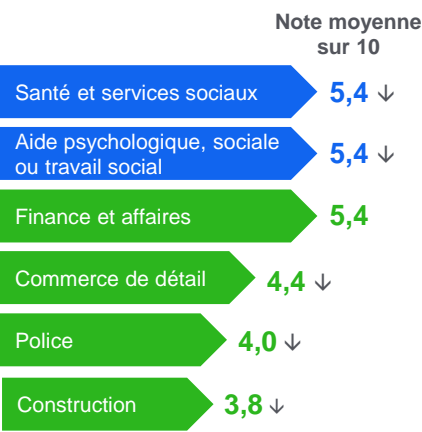
NOTORIÉTÉ ASSISTÉE TOTALE



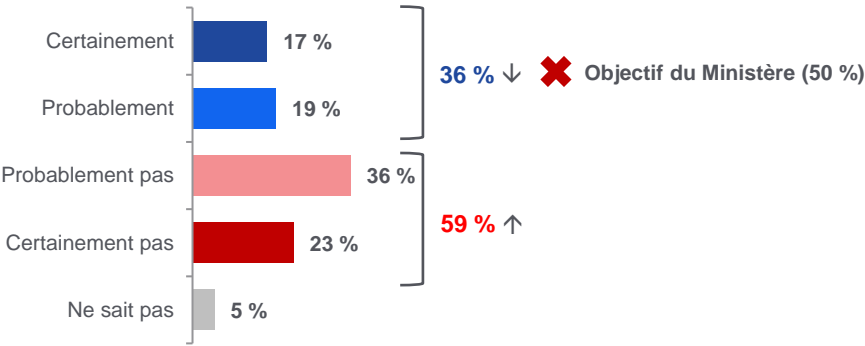
IMPACT



POUVOIR ATTRACTIF ET CARACTÉRISTIQUES

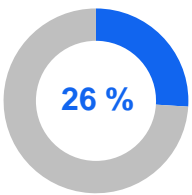


CROIT UN JOUR TRAVAILLER DANS UN ÉTABLISSEMENT DE LA SANTÉ OU DES SERVICES SOCIAUX

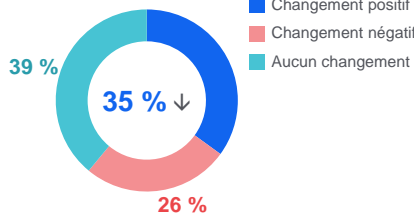


EFFETS DE LA PANDÉMIE

La pandémie influence le choix de carrière (beaucoup ou assez)



Effets de la pandémie sur les perceptions à l'égard du milieu





Chapitre 1

PERCEPTION DU DOMAINE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX

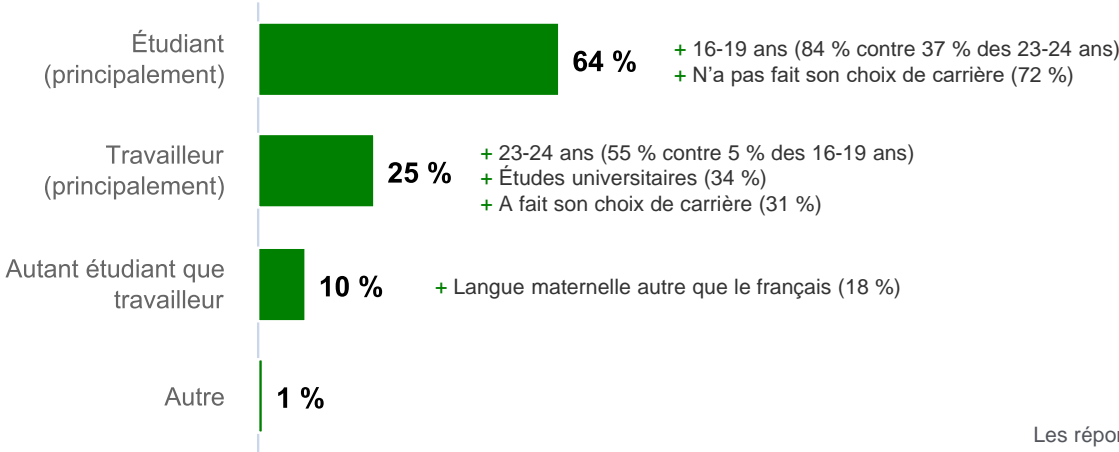
- Occupation principale et choix de carrière
- Influence de la pandémie sur le choix de carrière
- Attrait pour différents secteurs d'emploi
- Caractéristiques des travailleurs en santé et services sociaux
- Effet de la pandémie sur la perception du milieu
- Intention de travailler dans un établissement du réseau
- Changement d'emploi envisagé

OCCUPATION PRINCIPALE ET CHOIX DE CARRIÈRE



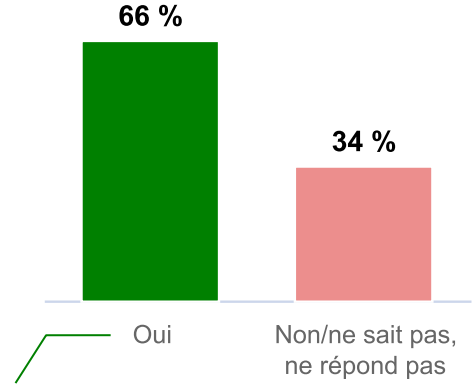
QM2. Laquelle des situations suivantes vous décrit le mieux?

Base : tous (16-24 ans), n : 805



QM15. Avez-vous fait votre choix de carrière?

Base : tous (16-24 ans), n : 805



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- + 24 ans (82 % contre 48 % des jeunes de 16 ans)
- + Travailleur principalement (81 %)
- + Études collégiales (79 %) ou universitaires (78 %)
- + Habite hors des RMR de Québec et de Montréal (75 %)
- + Femme (71 % contre 61 %)
- + Choix de carrière peu ou pas du tout influencé par la pandémie (71 % contre 57 % pour beaucoup ou assez)
- + Langue maternelle française seulement (70 %)

Une part importante des répondants (64 %) se décrivent comme étant principalement étudiants et un peu plus (66 %) n'ont pas encore fait leur choix de carrière. Le quart (25 %) se déclare travailleurs avant tout et un sur dix (10 %) se définit comme étant étudiant tout autant que travailleur.

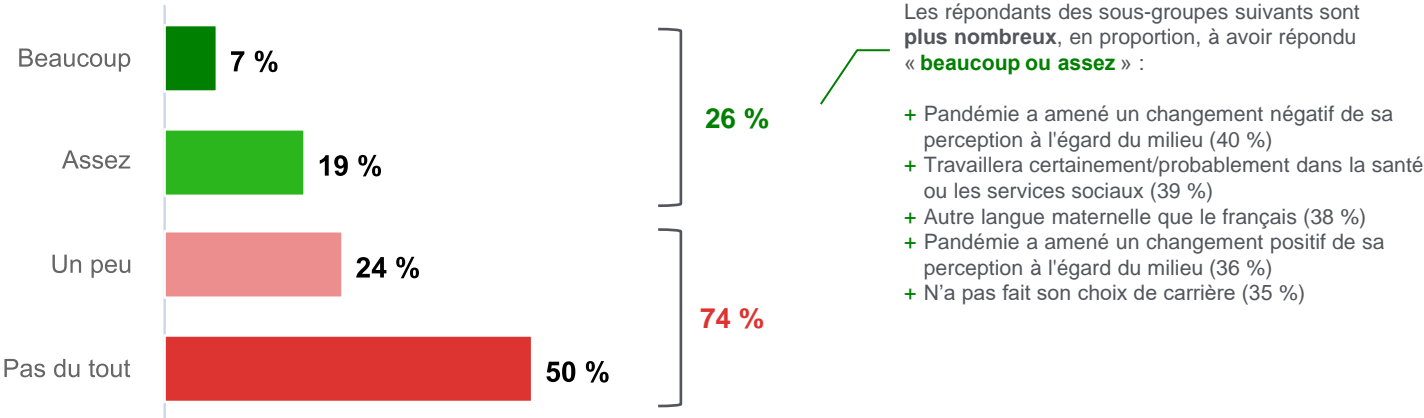
Sans grande surprise, plus ils sont jeunes, moins le choix de carrière des 16 à 24 ans est arrêté. Notons que ceux chez qui la pandémie influence (beaucoup ou assez) le choix de carrière sont proportionnellement plus nombreux à n'avoir pas encore décidé de leur avenir (43 % contre 29 % lorsqu'elle influence peu ou pas du tout ce choix).

INFLUENCE DE LA PANDÉMIE SUR LE CHOIX DE CARRIÈRE



QM16. Dans quelle mesure la pandémie influence-t-elle votre choix de carrière?

Base : tous (16-24 ans), excluant la non-réponse, n : 780



La pandémie influencerait peu, voire pas du tout les trois quarts des jeunes de 16 à 24 ans (74 %).

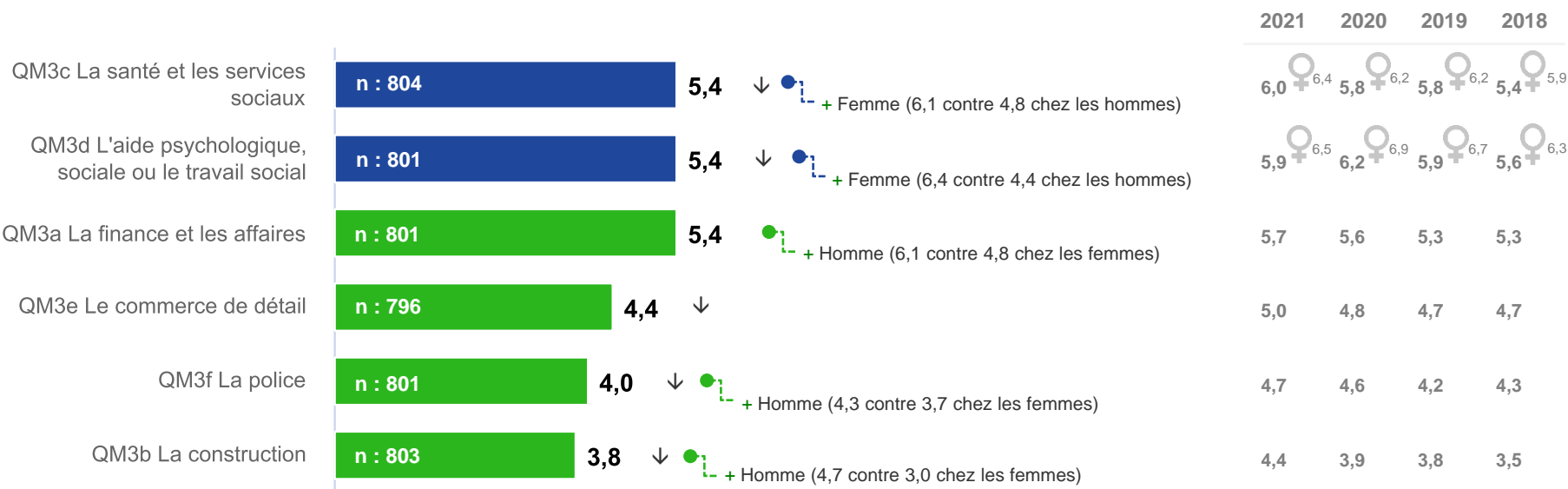
En contrepartie, on remarque que les jeunes dont la perception du milieu de la santé et des services sociaux a été modifiée par la pandémie sont en plus forte proportion à dire que leur choix de carrière est beaucoup ou assez influencé par celle-ci, et ce, peu importe que ce changement soit négatif (40 %) ou positif (36 %). La cohorte qui ne s'est pas encore fixé de choix de carrière est également influencée par la pandémie en plus forte proportion (35 % contre 22 % chez ceux qui ont fait leur choix).

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

Les graphiques présentent la note moyenne sur dix



Trois secteurs d'activité — Santé et services sociaux, Aide psychologique, sociale ou travail social, Finance et affaires — arrivent ex aequo, avec un score moyen de popularité s'établissant à 5,4 sur 10.

Comme à l'habitude, les jeunes femmes sont plus attirées par les domaines de la santé ou de l'aide psychologique tandis que les hommes manifestent plus d'intérêt envers le secteur financier, la police ou la construction.

Hormis la finance et les affaires, tous les secteurs mesurés enregistrent des notes moyennes significativement inférieures par rapport à l'an dernier. Cela dit, l'ordre de préférence général demeure inchangé. Concernant les secteurs qui nous intéressent plus particulièrement dans cette étude, les présentes moyennes s'approchent de celles observées en 2018. Pour le commerce de détail et la police, ce sont les scores les moins élevés rencontrés jusqu'ici alors que pour la construction, c'est un retour aux valeurs connues avant 2021. La prochaine mesure permettra de confirmer ou non cette tendance quasi généralisée.

Note : QM3c : l'ajout de « et les services sociaux » est nouveau cette année.

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 : 805

Plusieurs réponses possibles, les totaux excèdent 100 %

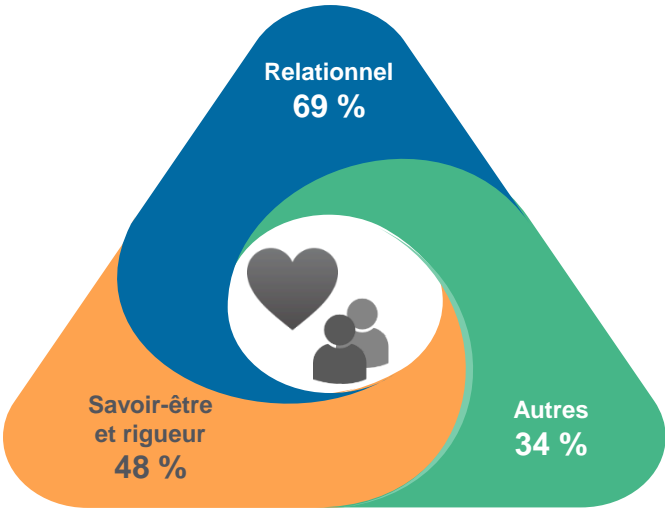
Type de caractéristiques	%
Relationnel	69
Compassion, empathie, sensibilité	40
Bonne écoute	9
Altruiste, souci des autres	8
Aimable, gentil	7
Aidant, porté vers l'entraide	6
Dévoué	6
Bienveillant, attentionné	5
Sociable, qui aime les gens	2
Compréhensif	2
Efficace, productif, rapide	2

Type de caractéristiques	%
Savoir-être et rigueur	48
Patient	25
Travaillant, persévérant	13
Ouvert d'esprit	3
Organisé, méthodique	2
Attentif, vigilant, concentré	2
Autonome, débrouillard	2

Les qualités ou les caractéristiques que les jeunes attribuent aux travailleurs de la santé et des services sociaux sont principalement de type relationnel (69 %).

Parmi les réponses regroupées sous ce thème, deux jeunes sur cinq nomment la compassion, l'empathie ou la sensibilité, loin devant les autres qualités, lesquelles sont mentionnées par moins d'un jeune sur dix. Le savoir-être et la rigueur ne sont pas en reste, avec près d'un jeune sur deux (48 %) qui associe ces aptitudes, la patience surtout, au personnel de la santé et des services sociaux.

Le nuage de mots à la page suivante présente ces résultats d'une manière différente. Un seul coup d'œil suffit pour constater la préséance de l'empathie.



Non-réponse : 7 %

Type de caractéristiques	%
Autres	34
Généreux, don de soi	8
Intelligent	3
Passionné	2
En bonne condition physique	2
Responsable	2

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 : 805

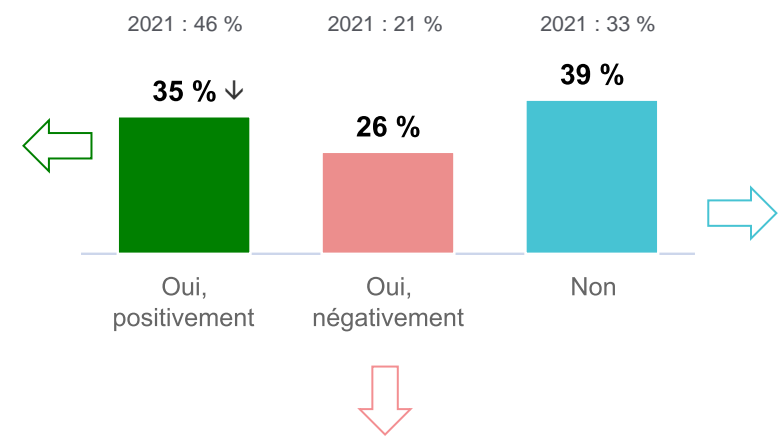


EFFET DE LA PANDÉMIE SUR LA PERCEPTION DU MILIEU



QM6. Est-ce que la pandémie de COVID-19 a changé votre perception du milieu de la santé et des services sociaux comme secteur d'emploi?

Base : tous (16-24 ans), excluant la non-réponse, n : 748



Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui, positivement** » :

- + Choix de carrière très ou assez influencé par la pandémie (47 %)
- + Travaillera certainement ou probablement dans la santé ou les services sociaux (43 %)

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **non** » :

- + Choix de carrière peu ou pas du tout influencé par la pandémie (48 %)
- + Ne travaillera probablement ou certainement pas dans le réseau de la santé ou des services sociaux (43 %)

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui, négativement** » :

- + Choix de carrière très ou assez influencé par la pandémie (38 %)

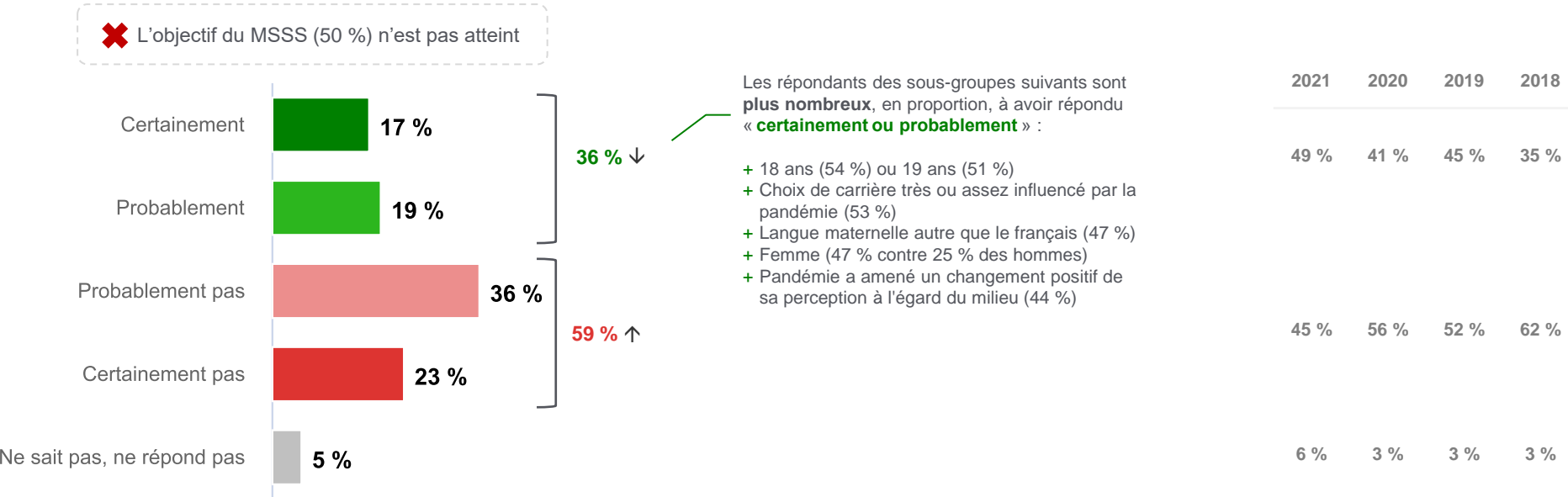
La pandémie a changé la perception d'une majorité de jeunes (61 %) à l'égard du milieu de la santé et des services sociaux.
Pour environ le quart (26 %), la perception est plus négative alors que pour un peu plus du tiers (35 %), le regard face à ce secteur d'activité est plus positif. À noter qu'une perception plus positive est proportionnellement moins fréquente qu'en 2021 (46 %), la perte se répartissant à peu près également entre ceux qui ont maintenant une perception plus négative (+ 5 points) et ceux dont la perception est restée la même qu'avant la pandémie (+ 6 points).
Par ailleurs, les jeunes dont le choix de carrière est beaucoup ou assez influencé par le contexte pandémique sont proportionnellement plus nombreux à percevoir le milieu différemment (47 % en ont une impression plus positive et 38 %, une plus négative).

INTENTION DE TRAVAILLER DANS UN ÉTABLISSEMENT DU RÉSEAU



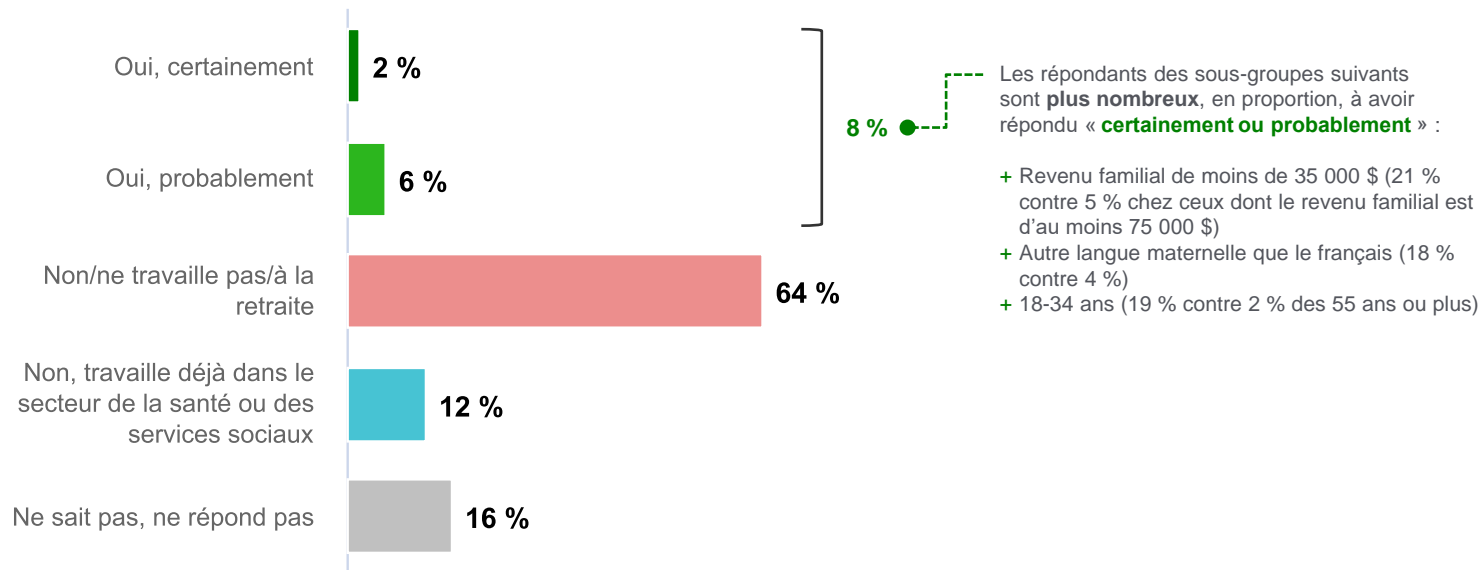
QM4. Croyez-vous travailler, un jour, dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux (par exemple un hôpital, un centre de protection de la jeunesse, un centre de réadaptation)?

Base : tous (16-24 ans), n : 805



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

Base : tous (18 ans ou plus), n : 1 606



Un peu moins d'un adulte québécois sur dix (8 %) pense à changer d'emploi pour accéder à une carrière dans le milieu de la santé et des services sociaux. Cette idée, significativement plus répandue chez les 18 à 34 ans, s'effrite avec l'âge : la proportion passe de 19 % à 2 % chez les 55 ans ou plus. Elle trouve également significativement plus d'adeptes auprès des gens dont la langue maternelle est différente du français (18 % contre 4 %).

Chapitre 2

NOTORIÉTÉ DE LA CAMPAGNE

- Bruit publicitaire et notoriété spontanée
- Notoriété assistée — message vidéo
- Notoriété assistée — bannières web
- Notoriété assistée — visuels
- Notoriété totale de la campagne

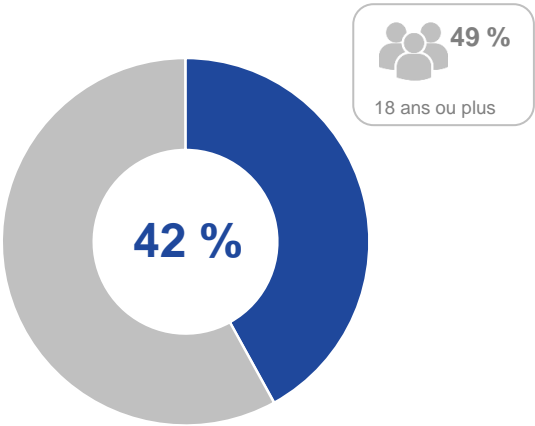
BRUIT PUBLICITAIRE ET NOTORIÉTÉ SPONTANÉE



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 : tous (16-24 ans), n : 805

Le graphique présente le taux de notoriété, c'est-à-dire le pourcentage de « oui »



A priori, 42 % des jeunes de 16 à 24 ans et 49 % des adultes québécois affirment se souvenir d'avoir vu, lu ou entendu une publicité qui parlait des métiers et professions en santé et services sociaux.

Lorsqu'ils précisent leur souvenir, 4 % des jeunes et 9 % des adultes décrivent une publicité conformément à l'une ou l'autre des composantes de la campagne 2022, principalement la publicité télévisée.

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

Base : tous (16-24 ans), n : 805

	16 à 24 ans* %	18 ans ou plus* %
Publicité du MSSS 2022 « Trouve ta place »	4	9
Publicité sur le manque de personnel en santé	3	2
Publicité sur les infirmières (FIQ, etc.)	2	2
Publicité du gouvernement du Québec (sans précision)	2	<1
Publicité sur des formations accélérées en santé (incitatif, etc.)	2	1
Publicité sur des formations disponibles (santé, services sociaux)	2	1
Publicité sur la COVID-19 (vaccination, etc.)	2	1
Publicité sur l'importance du personnel en santé (sans précision)	1	2
Campagne de recrutement d'un centre hospitalier (CIUSS, etc.)	<1	1
Publicité syndicale	<1	<1
Publicité sur la valorisation du travail en éducation	<1	<1
Publicité sur les difficultés d'être médecin de famille	-	<1
Publicité sur les médecins (omnipraticiens, etc.)	<1	1
Publicité sur la santé mentale	<1	1
Publicité sur les services sociaux (travailleurs sociaux, etc.)	-	<1
Autre	2	2
Aucune	58	52
Ne sait pas, ne répond pas	22	25

Les répondants (adultes de 18 ans ou plus) des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir décrit la **bonne campagne** :

- + Exposé à la campagne (16 %)
- + RMR Québec (15 %)
- + 65 ans ou plus (15 % contre 3 % des 18-34 ans)
- + Femme (12 % contre 6 %)
- + Langue maternelle française seulement (11 %)

Les répondants de 16 à 24 ans exposés à la campagne sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir décrit la **bonne campagne** (8 %).

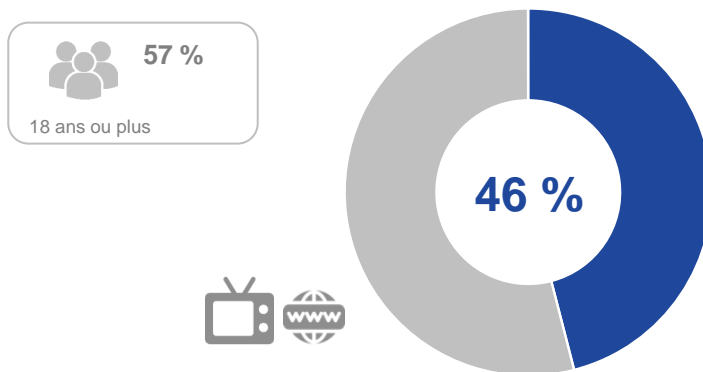
* Le total excède 100 % à cause des arrondis.

QB3. Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. Veuillez le visionner au complet.

Vous souvenez-vous de l'avoir vu à la télé ou sur internet avant aujourd'hui?*

Base : répondants (16-24 ans) ayant rempli le questionnaire en français, n : 733

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



La publicité télévisée a été remarquée par près d'un jeune francophone de 16 à 24 ans sur deux (46 %). Au sein de la population adulte, c'est 57 % qui déclarent se souvenir de l'avoir vue.

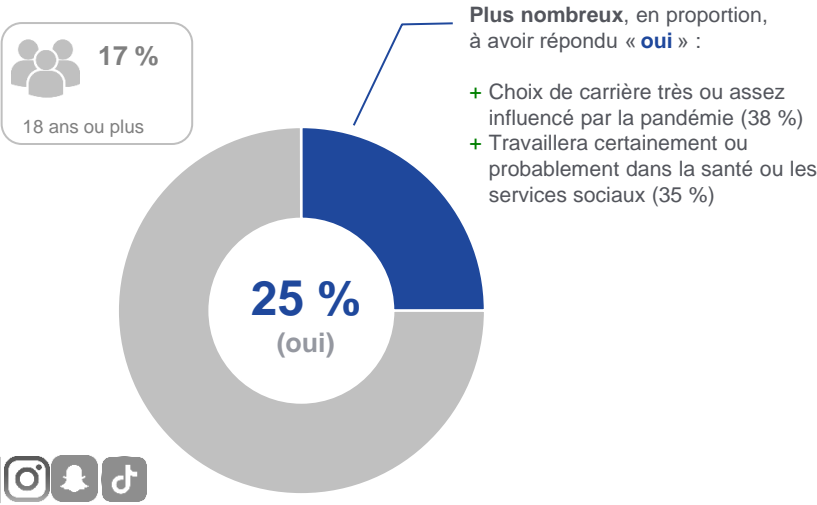
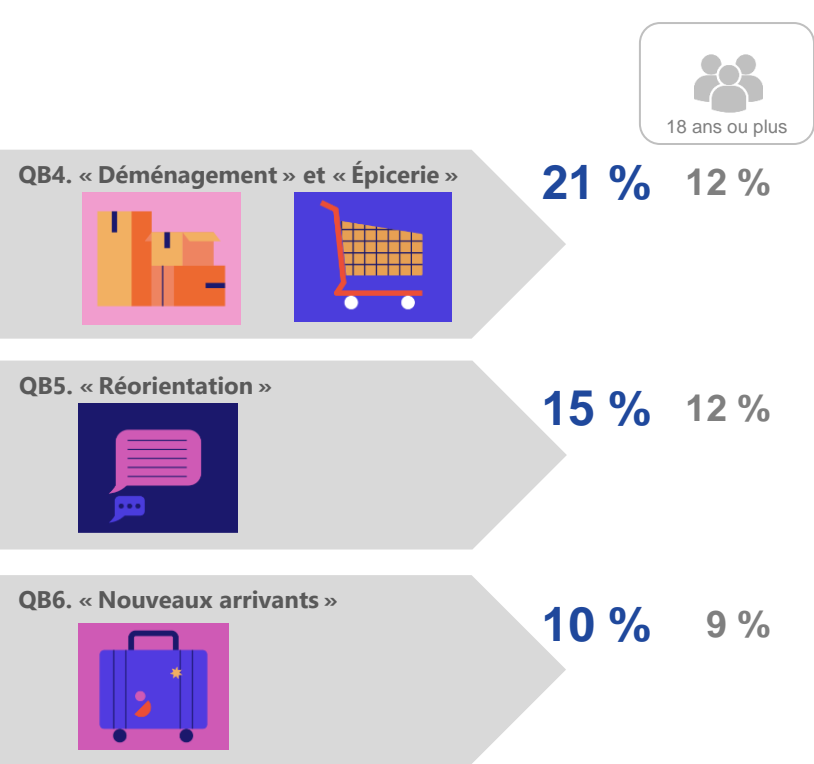
La même vidéo avait été diffusée en 2020 : le taux de notoriété était alors significativement moins élevé (38 %). L'effet répétitif pourrait expliquer en partie la meilleure performance de cette année.



QB4. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces publicités sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web?

QB5 et QB6. Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web?

Base : tous (16-24 ans), n : 805



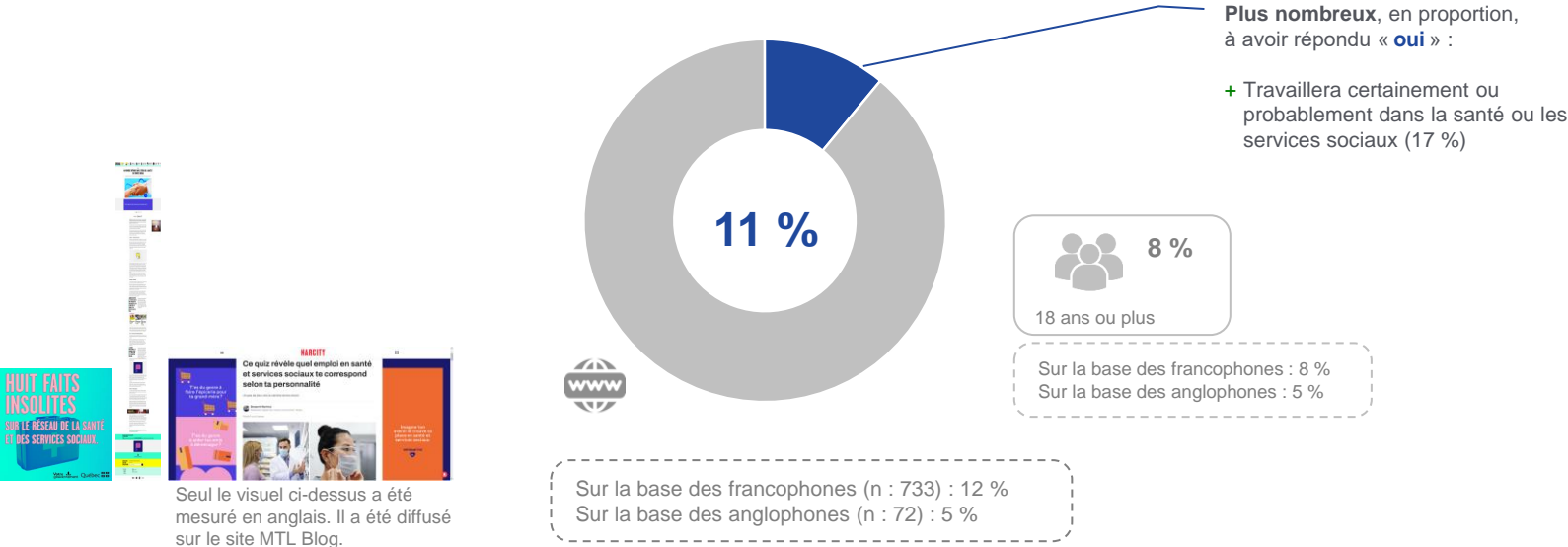
Le quart des jeunes de 16 à 24 ans (25 %) ont vu l'une ou l'autre des bannières web. De façon générale, elles ont été remarquées en plus forte proportion chez les jeunes qui croient travailler un jour dans un établissement du secteur de la santé ou des services sociaux ainsi que chez ceux pour qui la pandémie influence le choix de carrière.

Les bannières ont été vues par moins d'un adulte sur cinq (17 %).

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 Narcity, MTL Blog et Urbania. Vous souvenez-vous d'avoir vu passer un de ces articles?

Base : tous (16-24 ans), n : 805

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



Environ 10 % des jeunes ou des adultes québécois affirment qu'ils se souviennent d'avoir vu passer l'un ou l'autre de ces articles (11 % et 8 % respectivement).

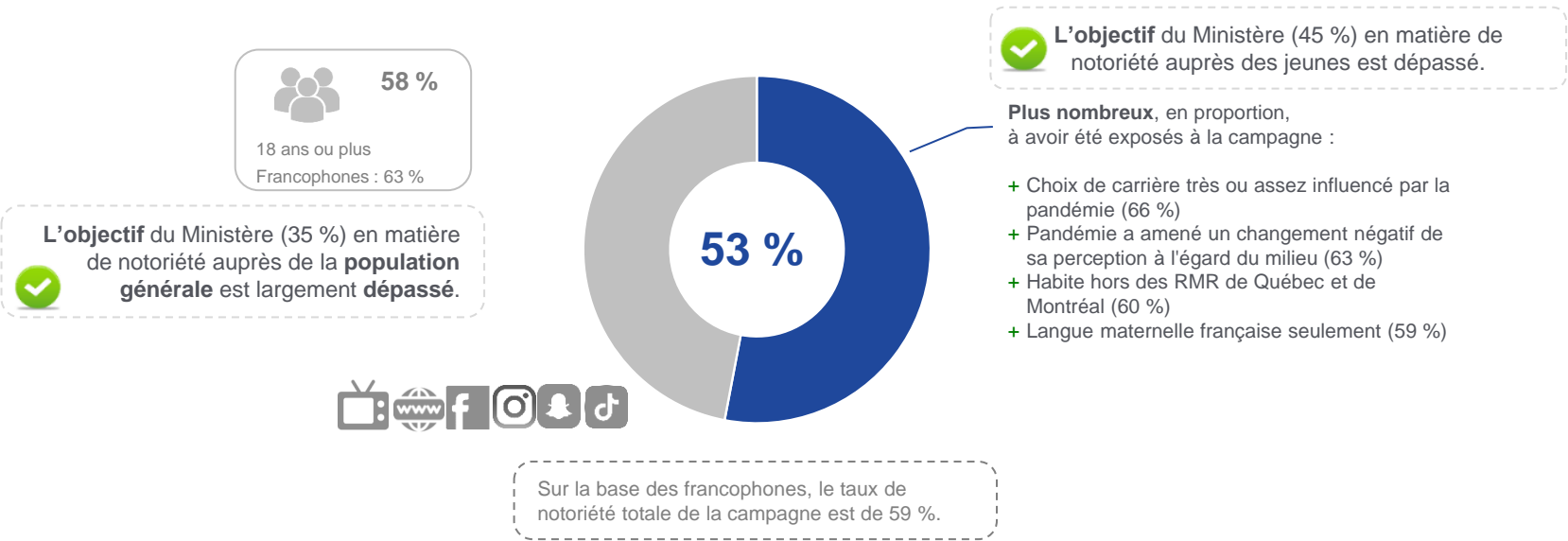
NOTORIÉTÉ TOTALE DE LA CAMPAGNE



Notoriété totale de la campagne

Base : tous (16-24 ans), n : 805

Le graphique présente le pourcentage de « oui »



La campagne « Métiers en santé » 2022 bénéficie d'un taux de notoriété de 53 % auprès des jeunes Québécois âgés de 16 à 24 ans et de 58 % auprès de la population adulte du Québec.
Ces deux résultats surpassent les objectifs du Ministère respectivement fixés à 45 % et à 35 %.



Chapitre 3

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE

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

QC1. 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(s) dans les publicités que vous venez de voir?
Base : tous (16-24 ans), n : 805

	16 à 24 ans %	18 ans ou plus %	
Encourager les gens à faire carrière en santé et services sociaux (recruter)	27	27	+ Études universitaires (34 % contre 22 % qui ont complété au plus des études de niveau secondaire) + Femme (30 % contre 23 %)
On manque de monde dans ces domaines (besoin de monde)	21	24	
Il y a des opportunités dans ces domaines, ce sont de bons emplois (emplois d'avenir)	7	8	
Travailler dans le domaine de la santé permet d'aider (c'est gratifiant)	6	4	
On cherche des gens qui ont les qualités nécessaires pour travailler en santé	5	3	+ Études universitaires (4 % contre 1 % qui ont complété au plus des études de niveau secondaire)
Si on a de l'empathie, on devrait travailler dans le domaine de la santé (compassion)	5	4	+ Femme (5 % contre 2 %)
L'importance de travailler dans le domaine de la santé (belle mission, essentielle)	5	5	
Les emplois en santé sont accessibles (à tous, aux immigrants)	3	2	+ Femme (4 % contre 1 %)
Autre	4	5	
Ne sait pas, ne répond pas	17	18	

Que l'on soit un jeune âgé de 16 à 24 ans ou un adulte, plus des trois quarts comprennent le message de la campagne (79 % et 77 % respectivement).

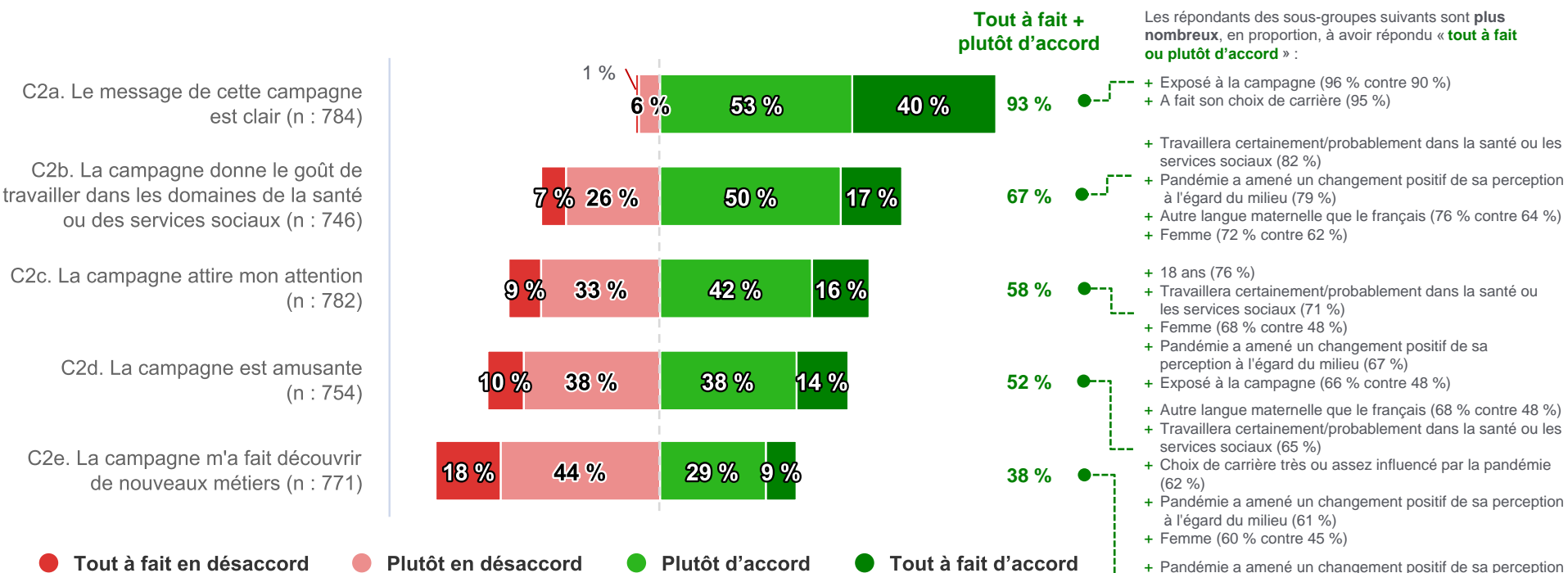
La plupart des réponses (surlignées en vert foncé) témoignent de l'aspect humain et gratifiant d'une carrière dans le milieu de la santé et des services sociaux.

APPRÉCIATION DE LA CAMPAGNE



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

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



La très forte majorité des jeunes de 16 à 24 ans (93 %) estime que le message de la campagne est clair.

Si ces publicités ont fait découvrir de nouveaux métiers à moins de deux jeunes sur cinq (38 %), elles ont le mérite de donner le goût de travailler dans les domaines de la santé et des services sociaux à environ les deux tiers (67 %). Cependant, la campagne attire relativement l'attention (58 % abondent en ce sens) et la perception qu'elle est amusante ne fait pas l'unanimité (52 % sont d'accord).

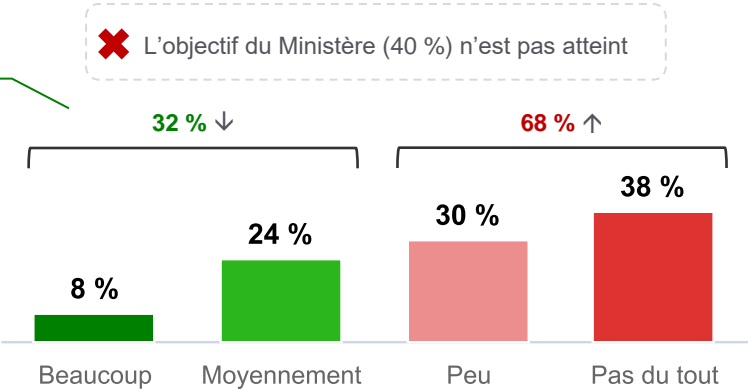
Les jeunes qui ont pour langue maternelle une autre langue que le français, ainsi que les femmes, sont plus élogieux envers la campagne, notamment en ce qui a trait à la valorisation du secteur d'activité et sa propension à donner le goût d'y travailler.

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

Base : tous (16-24 ans), excluant la non-réponse, n : 767

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **beaucoup ou moyennement** » :

- + Travaillera certainement/probablement dans la santé ou les services sociaux (70 %)
- + 18 ans (50 %) ou 19 ans (45 %)
- + Choix de carrière très ou assez influencé par la pandémie (45 %)
- + Pandémie a amené un changement positif de sa perception à l'égard du milieu (45 %)
- + Autre langue maternelle que le français (45 % contre 27 %)
- + Exposé à la campagne (37 % contre 25 %)
- + Femme (37 % contre 26 % des hommes)



Proportion de réponses
« beaucoup ou moyennement »

2021	2020	2019	2018
42 %	41 %	41 %	33 %

Bien que 67 % des jeunes sont d'accord pour dire que la campagne donne le goût de travailler dans le milieu de la santé et des services sociaux (voir à la page précédente), 32 % semblent personnellement interpellés par la campagne à considérer ou à considérer éventuellement une carrière dans ce domaine.

Après s'être maintenu à un peu plus de 40 % entre 2019 et 2021, ce résultat s'abaisse de façon significative comparativement à l'année dernière (42 %) et n'atteint pas les visées du Ministère (40 %).

Ceux ne se sentant pas interpellés évoquent quasi une fois sur deux (45 %) le manque d'intérêt pour le domaine, et près d'un sur cinq (18 %) est sensible aux conditions de travail jugées difficiles.

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 : 511

	%
Ce n'est pas un domaine qui est intéressant (pas son domaine)	45
Les conditions de travail sont difficiles (ex. : horaire, paie)	18
Ne croit pas avoir les capacités pour ce domaine (compétences, personnalité)	13
Travaille déjà en santé ou en services sociaux	5
Les emplois dans ce domaine demandent beaucoup d'études	1
Autre	1
Ne sait pas, ne répond pas	23

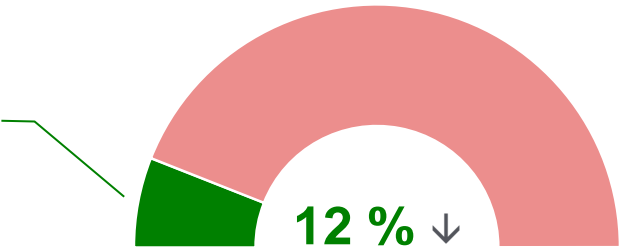
QM13. Avez-vous parlé de cette campagne avec vos proches (parents, amis, collègues de travail)?

Base : répondants (16-24 ans) exposés à la campagne avant le sondage, n : 455

Le graphique présente le pourcentage de « oui »

Les répondants des sous-groupes suivants sont **plus nombreux**, en proportion, à avoir répondu « **oui** » :

- + Autre langue maternelle que le français (41 % contre 6 %)
- + Travaillera certainement/probablement dans la santé ou les services sociaux (26 %)
- + Choix de carrière très ou assez influencé par la pandémie (26 %)
- + N'a pas fait son choix de carrière (21 %)
- + 21-24 ans (16 % contre 7 % des 16 à 20 ans)



Proportion de réponses « **oui** »

2021	2020	2019	2018
36 %	11 %	16 %	18 %

La campagne aurait impacté un jeune exposé avant le sondage sur huit au point d'en parler avec ses proches (12 %).
Cet effet est davantage comparable à celui de la campagne de 2020 qui, rappelons-le, avait diffusé la même publicité télévisée. La baisse significative du résultat est plutôt tributaire d'une proportion exceptionnellement élevée en 2021.



Conclusions

CONCLUSIONS



Les carrières en santé et services sociaux sont plus attrayantes que d'autres, mais ne séduisent pas autant qu'espéré

Bien qu'elles obtiennent des scores moyens relativement peu élevés et équivalents à celui du secteur de la finance et des affaires (5,4 sur 10), les carrières en santé et services sociaux ainsi qu'en aide psychologique, sociale ou travail social se trouvent toujours en tête de liste par rapport aux autres secteurs mesurés (commerce de détail : 4,4; police : 4,0 et construction : 3,8).

Comme on le verra un peu plus bas, lorsque les jeunes de 16 à 24 ans ne sont pas interpellés par la campagne à considérer une carrière en santé ou en services sociaux, c'est en partie parce qu'ils jugent les conditions de travail difficiles ou qu'ils croient ne pas avoir les capacités requises pour œuvrer dans ce domaine.

Lorsqu'ils se prononcent personnellement sur leur intention de travailler, un jour, dans un établissement de la santé ou des services sociaux, un peu plus du tiers (36 %) répondent par l'affirmative. Ce résultat, qui n'atteint pas l'objectif du Ministère (50 %), peut notamment s'expliquer par le contexte de pandémie qui perdure depuis deux années ferme et le bruit médiatique entourant les conditions de travail ou le taux d'absentéisme du personnel du réseau de la santé.

La campagne performe mieux quant à sa notoriété qu'à son objectif d'amener à considérer une carrière en santé ou services sociaux

Tant auprès des jeunes de 16 à 24 ans qu'auprès de la population adulte du Québec, les objectifs du Ministère en matière de notoriété sont non seulement atteints, mais ils sont largement surpassés :

- Notoriété totale auprès des jeunes de 16 à 24 ans : 53 % contre 45 % comme objectif
- Notoriété totale auprès de la population adulte : 58 % contre 35 % comme objectif

La campagne véhicule un message manifestement clair, soit par ce que l'on en retient (plus des trois quarts comprennent bien le message de la campagne), soit par les 93 % de jeunes qui le reconnaissent dans leur appréciation globale. En revanche, bien que les deux tiers des jeunes (67 %) jugent que la campagne donne le goût de travailler dans le milieu de la santé ou des services sociaux, 32 % d'entre eux disent avoir été amenés par la campagne à considérer faire carrière dans ce domaine. Cette proportion ne rencontre pas l'objectif du Ministère fixé à 40 %, une valeur voisine des résultats observés au cours des trois dernières années.

Enfin, un peu plus d'un jeune exposé à la campagne (avant le sondage) sur dix (12 %) affirme en avoir parlé avec ses proches. Il s'agit d'un résultat davantage comparable à ceux des années 2018 à 2020. L'importante hausse de 2021 semble n'avoir été que ponctuelle.



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

Population cible

Québécois âgés de 16 à 24 ans.

Bases de sondage

- 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.

Plan d'échantillonnage

Le sondage compte 805 répondants. Les répondants âgés de 16 à 17 ans ont été joints à travers leur parent panéliste. Les répondants sont répartis en trois grandes régions, soit :

- RMR de Québec (127 répondants);
- RMR de Montréal (348 répondants);
- Ailleurs au Québec (330 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 1^{er} au 4 mars 2022.

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.

Résultats administratifs

Les résultats détaillés sont présentés à la page suivante. Le taux de réponse pour les parents d'enfants de 16 ou 17 ans du panel Or est de 16,6 %.

RÉSULTATS ADMINISTRATIFS DÉTAILLÉS
Panel Or (parents)

CALCUL DU TAUX DE RÉPONSE			
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE WEB		Courriel indiquant refus de répondre	0
Taille de l'échantillon	915	Désabonnement	1
Nombre d'entrevues visées	60	Entrevue rejetée à la suite du contrôle qualité	0
INVITATIONS ENVOYÉES		UNITÉ JOINTE TOTALE (C)	225
Invitations envoyées (A)	879	UNITÉ NON JOINTE	
Adresse de courriel sur la liste noire	2	Serveur de courriel distant ne répond pas ou en problème	0
Échec lors de l'envoi du courriel	0	Quota de l'utilisateur dépassé	0
UNITÉ JOINTE RÉPONDANTE		Détection par antipourriels	0
Questionnaires complétés	73	Autres messages de retour non reconnus	0
Hors de la population visée	73	Unité non jointe totale (D)	0
Accès lorsqu'un quota est atteint	0	UNITÉ INEXISTANTE	
Unité jointe répondante totale (B)	146	Courriel invalide (usager@)	0
UNITÉ JOINTE TARDIVE		Courriel invalide (@domaine)	0
Accès lorsque collecte de la strate terminée	0	Duplicata	0
Accès lorsque collecte terminée	25	Unité inexistante totale (E)	0
UNITÉ JOINTE NON RÉPONDANTE		TAUX D'ACCÈS (C/(A-E))	25,6 %
Abandon durant le questionnaire	53	TAUX DE RÉPONSE PARMI UNITÉ JOINTE (B/C)	64,9 %
Courriel automatique (absence du répondant)	0	TAUX DE RÉPONSE (B/(A-E))	16,6 %

PONDÉRATION ET TRAITEMENT

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

- La distribution conjointe âge-sexe (catégories d'âge utilisées : 16 à 19 ans, 20 à 24 ans);
- La langue maternelle (français seulement, autre).

Données de population utilisées : recensement de 2016.

Méthode : 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.

MARGE D'ERREUR

L'échantillon étant en presque totalité non probabiliste (personnes qui se sont d'abord portées volontaires pour participer au panel), le calcul de marges d'erreur ne s'applique pas. Les résultats ne sont pas statistiquement extrapolables à la population cible. Ainsi, les écarts statistiquement significatifs représentés à l'aide de flèches (↑ ou ↓) ou des signes + ou - sont présentés **à titre indicatif seulement**.

INTERPRÉTATION

Dans les tableaux en bannière, nous présentons les résultats des tests statistiques (test du chi-carré, test de différences de moyennes). Les conclusions de ces tests ne peuvent s'appliquer qu'aux panélistes québécois âgés de 16 à 24 ans. Elles ne peuvent pas être inférées à l'ensemble des Québécois de 16 à 24 ans. En effet, un test statistique significatif auprès des panélistes ne peut pas être interprété comme un test significatif chez la population. Il ne s'applique qu'à l'ensemble des panélistes volontaires inscrits au panel web. Le lecteur intéressé pourra consulter la page web à l'adresse suivante :

<https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/nonprob/5214898-fra.htm>



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

Adultes québécois âgés de 18 ans ou plus.

Bases de sondage

- 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.

Plan d'échantillonnage

Panel Or de SOM : plan d'échantillonnage probabiliste avec stratification régionale.

Au total, 1 606 questionnaires ont été remplis, dont 1 011 à partir du Panel Or; les répondants se répartissent de la façon suivante :

- RMR de Québec : 300 répondants;
- RMR de Montréal : 747 répondants;
- Ailleurs au Québec : 559 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. La version finale du questionnaire est présentée à l'annexe 3.

COLLECTE

Période de collecte

Du 25 au 31 mars 2022.

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.

MÉTHODOLOGIE DÉTAILLÉE — VOLET POPULATION GÉNÉRALE (SUITE)



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 sexe;
- Le plus haut diplôme ou certificat détenu (aucun/secondaire/DEP, collégial, universitaire);
- La langue maternelle (français seulement, autre).

Données de population utilisées : recensement de 2016.

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 MACTAB. Les résultats pour chacune des questions sont présentés en fonction d'une bannière qui inclut les variables pertinentes à l'analyse des résultats.

MARGES D'ERREUR

À noter qu'une partie de l'échantillon est non probabiliste (utilisation d'un panel externe non probabiliste). Aussi, les marges d'erreur sont présentées **à titre indicatif seulement**.

Les marges d'erreur présentées à la page suivante sont calculées au niveau de confiance de 95 % et tiennent compte de l'effet de plan.

L'effet de plan apparaît lorsque les entrevues complétées ne sont pas réparties proportionnellement à la population d'origine selon les variables de segmentation ou de pondération. L'effet de plan est le ratio entre la taille de l'échantillon et la taille d'un échantillon aléatoire simple de même marge d'erreur. C'est une statistique utile à l'estimation des marges d'erreur pour des sous-groupes de répondants. Par exemple, au tableau de la page suivante, la marge d'erreur est la même que pour un échantillon aléatoire simple de taille 930 ($1\,606 \div 1,727$).

Le tableau de la page suivante affiche les marges d'erreur de l'étude (en tenant compte de l'effet de plan) selon la valeur de la proportion estimée.

MARGE D'ERREUR SELON LA PROPORTION ESTIMÉE

	Région			
	Ensemble	RMR de Québec	RMR de Montréal	Ailleurs au Québec
NOMBRE D'ENTREVUES	1606	300	747	559
EFFET DE PLAN	1,727	1,554	1,468	1,851
PROPORTION :				
99 % ou 1 %	0,6 %	1,4 %	0,9 %	1,1 %
95 % ou 5 %	1,4 %	3,1 %	1,9 %	2,5 %
90 % ou 10 %	1,9 %	4,2 %	2,6 %	3,4 %
80 % ou 20 %	2,6 %	5,6 %	3,5 %	4,5 %
70 % ou 30 %	2,9 %	6,5 %	4,0 %	5,2 %
60 % ou 40 %	3,1 %	6,9 %	4,3 %	5,5 %
50 % (MARGE MAXIMALE)	3,2 %	7,1 %	4,3 %	5,6 %



Annexe 3

QUESTIONNAIRES

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



Métiers en santé et services sociaux 2021-2022
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 45 % la notoriété assistée des pièces de la campagne au sein du public de 16 à 24 ans.

Maintenir à 35 % la notoriété assistée des pièces de la campagne au sein de la population générale.

Objectifs liés à la compréhension :

Augmenter ou maintenir à 50 % la proportion de répondants de 16-24 ans qui croient un jour travailler dans le réseau de la santé et des services sociaux.

Augmenter ou 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 services sociaux. */

Q_Bi
->>CHKDOUBL0
Q_MP
Q_PID
Bienvenue dans ce questionnaire.
Mopt de passe _____
ID Panel externe *confidentiel* _____

/* **CHKDOUBL: Mesure de prévention contre les IDs en double en provenance du panel externe */**

Q_siCHKDOUBL0
->>calMTXT
Q_siCHKDOUBL1
->>calMTXT
si strate=8,9->CHKDOUBL1
si q#PID=1->OUT /*Test logique à modifier dans HTML*/

/*Note **La question MTXT est posée aux parents, sinon passer à Q1*/**

Q_SicalMTXT
->>M1
Q_MTXT
si strate=1,8->MTXT
Combien des membres de votre ménage sont des personnes de 16-17 ans?

95=Aucun->out
1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8 ou plus
99=*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. ((G À partir de la prochaine page, les questions s'adressent à ce jeune de 16 ou 17 ans.))

2=Continuer

/*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_M1	<p>Quel âge avez-vous?</p> <p>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</p>
Q_sicalout ->>M2	si q#M1=1,4,5,6,7,8,9,10,11,99 et strate=8->out
Q_M2	<p>Laquelle des situations suivantes vous décrit le mieux?</p> <p>1=Étudiant (principalement) 2=Travailleur (principalement) 3=Autant étudiant que travailleur 90=Autre 99=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre</p>
Q_M3a	<p>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?</p> <p>La finance et les affaires</p>
*format matriciel	<p>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</p>
Q_M3b	La construction
*format matriciel	
Q_M3c /*modif*/	La santé et les services sociaux
*format matriciel	
Q_M3d	L'aide psychologique, sociale ou le travail social
*format matriciel	
Q_M3e	Le commerce de détail
*format matriciel	
Q_M3f	La police
*format matriciel	

/*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_M4 Croyez-vous travailler, un jour, dans un établissement du réseau de la santé et des services sociaux (par exemple un hôpital, un centre de protection de la jeunesse, un centre de réadaptation)?

1=Certainement
2=Probablement
3=Probablement pas
4=Certainement pas
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

Q_M5 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))?

*Facultatif

*Espace=1,60

<<
<<*H 1) *L=1 _____*suf a>>
<<*H 2) *L=1 _____*suf b>>
>>

Q_M6 Est-ce que la pandémie de COVID-19 a changé votre perception du milieu de la santé et des services sociaux comme secteur d'emploi?

1=Oui, positivement
2=Oui, négativement
3=Non
9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre

/* Pour l'omnibus web (18 ans ou plus), poser toutes les questions de notoriété et la question ouverte sur la compréhension.*/

/* Notoriété*/

Q_B1 /*modif*/ 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*/

1=Oui
2=Non->calB3

Q_B2 Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? *Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.* /*poser ds somniweb*/

*exclusif=(B2,B2NSP)

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

/*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*/

/*Note

Q_sicalB3
->>rotB4B6
Q_B3

Notoriété assistée de 1 message vidéo en français seulement*/

si langue=F->B3

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. *Veuillez le visionner au complet.*

/*MSSS Place_Rev_Supers_Dec_2021_H264_HD.mov



*/

((V ea9edcbc1518e5c663/1b1e6b5d827353ca))

Vous souvenez-vous de l'avoir vu à la télé ou sur internet avant aujourd'hui?

/*poser ds somniweb*/

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

/*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*/

/*Note

Notoriété assistée des messages Facebook et des bannières web (QB4 à QB6) en français et en anglais*/

/* En rotation*/

Q_inrotB4B6

Q_B4

rotation=q#B4, q#B5, q#B6 (après=q#calB7)

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces publicités sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir*

/*poser ds somniweb*/

/*Fr : Metiers_Sante_Jeunes_demenagement_BB.gif

ANG Metiers_Sante_Jeunes_demenagement_BB_EN.gif



*/

((M imgQB4-001-FR.gif, sm-7))

[/]

```
<table class="spacer"
style="border-collapse: collapse; border-spacing: 0; padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;
width: 100%;">
```

```
<tbody>
```

```
<tr style="padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;">
```

```
<td height="16"
```

```
style="word-wrap: break-word; border-collapse: collapse!important; -webkit-hyphens: auto; -moz-
hyphens: auto; hyphens: auto; vertical-align: top; color: #52545c; font-family:
Helvetica,Arial,sans-serif; font-weight: 400; margin: 0; padding: 0; text-align: left; mso-line-
height-rule: exactly; font-size: 16px; line-height: 16px;">
```

```
</td>
```

```
</tr>
```

```
</tbody>
```

```
</table>[/]
```

/*Metiers_Sante_Jeunes_epicerie_BB.gif ou ANG Metiers_Sante_Jeunes_epicerie_BB_EN.gif



*/

((M imgQB4-002-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

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

Q_B5

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir*

/*poser ds somniweb*/

/*FR : Metiers_Sante_Reorientation.gif ANG : Metiers_Sante_Reorientation_EN (1).gif



*/

((M imgQB5-001-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

9=*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_B6

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir* /*poser ds somniweb*/
/*FR : Metiers_Sante_Nouveaux_Arrivants.gif ANG : Metiers_Sante_Nouveaux_Arrivants_EN (1).gif



*/

((M imgQB6-001-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

9=*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_sicalB7
->>B7eng
Q_B7fr

si langue=F->B7fr

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 Narcity, MTL Blog et Urbania. Vous souvenez-vous d'avoir vu passer un de ces articles? *Cliquez sur les images pour les agrandir*

/*métiers Narcity.png // Urbania - première expérience.png // V02_CARROUSEL - MSSS - 5102-22 - Faits insolites sur le réseau de la santé -01.jpg



((M imgQB7-001-FR.png, sm-7))((M imgQB7-002-FR.jpg, sm-4))

[/]

<table class="spacer"
style="border-collapse: collapse; border-spacing: 0; padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;
width: 100%;">

<tbody>

<tr style="padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;">

<td height="16"

style="word-wrap: break-word; border-collapse: collapse!important; -webkit-hyphens: auto; -moz-hyphens: auto; hyphens: auto; vertical-align: top; color: #52545c; font-family: Helvetica,Arial,sans-serif; font-weight: 400; margin: 0; padding: 0; text-align: left; mso-line-height-rule: exactly; font-size: 16px; line-height: 16px;">

</td>

</tr>

</tbody>

</table>[/]

((M imgQB7-003-FR-aperçu.png, imgQB7-003-FR.png, sm-6))

1=Oui

2=Non

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

->>C1

/*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_B7eng

Au cours des dernières semaines, des partenariats de contenus sur la promotion des métiers et professions en santé et services sociaux ont été réalisés avec des sites comme Narcity, MTL Blog et Urbania. Vous souvenez-vous d'avoir vu passer cet article? *Cliquer sur l'image pour l'agrandir*

[/*métiers MTL blog.png](#)



((M imgQB7-003-EN.png, sm-7))

1=Oui

2=Non

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

/*

Appréciation et compréhension*/

/*Codi

Coder 1 mention*/

Q_C1

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(s) dans les publicités que vous venez de voir? /*poser ds somniweb*/

<<_____>>

->>calC16

/*Notes

Volet Jeunes (22107) : Poser QC16 aux 18 à 24 ans*/

Q_sicalC16

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

->>C2a

Q_C16

Pensez-vous à changer d'emploi pour une carrière en santé et services sociaux? /*poser ds somniweb*/

1=Oui, certainement

2=Oui, probablement

3=Non/Je ne travaille pas/Je suis à la retraite

4=Non, je travaille déjà dans le secteur de la santé ou des services sociaux

9=*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_C2a Pour chacun des énoncés suivants, veuillez indiquer votre degré d'accord.

*format matriciel Le message de cette campagne est clair

<<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>>

Q_C2b Cette campagne donne le goût de travailler dans les domaines de la santé ou des services sociaux

*format matriciel

Q_C2c Cette campagne attire mon attention

*format matriciel

Q_C2d Cette campagne est amusante

*format matriciel

Q_C2e /*nouveau*/ Cette campagne m'a fait découvrir de nouveaux métiers

*format matriciel

/* Impact de la campagne */

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

Q_sicalM13 si (q#B3=1 ou q#B4=1 ou q#B5=1 ou q#B6=1 ou q#B7fr=1 ou q#B7eng=1)->M13
->>M14

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

Q_SicalM14b Si q#M14=3,4->M14b
->>M15

Q_M14b Pourquoi ne considérez-vous pas une carrière en santé ou en services sociaux?

*exclusif=(M14b,M14bNSP)

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

/*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_M15	Avez-vous fait votre choix de carrière? 1=Oui 2=Non 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
Q_M16 /*nouv*/	Dans quelle mesure la pandémie influence-t-elle votre choix de carrière? 1=Beaucoup 2=Assez 3=Un peu 4=Pas du tout 9=*Je ne sais pas/Je préfère ne pas répondre
/*	Questions sociodémographiques habituelles (Valider auprès de Yannick) Pondération : Sexe; Âge; Langue maternelle; Scolarité; Région/Code postal et, pour la bannière, Revenu familial; */
Q_SEXE	Votre sexe à la naissance? 1=Masculin 2=Féminin
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)? *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

/*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*/

19=Ukrainien
20=Vietnamien
21=Yiddish
90=<préciser>Autre (veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)

Q_SE5 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

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
99=*Je préfère ne pas répondre

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

/*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*/

(F RED <AVRTCP>))
 *facultatif
 *codepostal
 *soumettre
 <<_____ [ex. : G1G]>>
 Q_sicalCP si q#EXTCP=blanc->calAVRT1
 ->>VALID
 Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
 ->>EXTCP
 Q_AVRTCP *Auto complété*
 0=*
 1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

/*si panel externe*/

Q_VALID Cette question est un test pour s'assurer que c'est bien une personne qui répond à ce sondage.

*rotation
 Parmi les 4 mots suivants, choisissez ((i avion))

1=Automobile
 2=Avion
 3=Train
 4=Bicyclette
 Q_sivalFIN si q#VALID=2->FIN
 ->>autorejet

Q_FIN Merci pour votre collaboration!

*****Informations**

PROJET=P22107MSSSNBK
 FICHER=FP22107MSSSNBK
 RESEAU=\\10.3.0.15\SERVEUR1\P22107MSSSNBK\
 SITEEXT=clients3.som.ca
 PAGES=C:\Users\ygaudreault\Documents\P22107MSSS\pw22107nbk\
 IMAGES=C:\Users\ygaudreault\Documents\P22107MSSS\IMG\
 DEBUT=CHKDOUBL0
 EFFACER=Oui
 EMAIL=pw22107nbk@web.som.ca
 ESPACE=3,80
 NOQUESTION=Non
 PROGRESSION=Oui
 TYPESONDAGE=1 /*Mettre 2 si sondage sans mp*/
 MOTDEPASSE=MP
 REPMULT=Non
 INTERROMPRE=Oui
 DUREE=6
 PRECEDENT=Oui
 TITRE=Sondage
 STATS=ababineau
 TESTESTRATE=NON
 ARGUMENTS=(pid,PID)

/*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*/



Sondage omnibus WEB

/*

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*/

Q_Bi Bienvenue dans ce questionnaire.
->>ROUTE

Q_MP *Mot de passe* _____
Q_DR Usager Fournisseur _____
Q_DS Study Fournisseur _____
Q_DL Langue Fournisseur _____

/* Description des strates
1,2,3=Panel Or actifs
11,12,13=Panel Or inactifs
9=Fournisseur externe*/

Q_siROUTE si strate=91->calSUJ1 /*sujet : SAAQ*/
 si strate=92->AGEGRP2 /*sujet : MSSS*/
 si strate=9->AGEGRP2EXT

->>AGEGRP2

Q_AGEGRP2EXT À quel groupe d'âge appartenez-vous?

- 1=18-24 ans
- 2=25-34 ans
- 3=35-44 ans
- 4=45-54 ans
- 5=55-64 ans
- 6=65-74 ans
- 7=75-84 ans
- 8=85 ans ou plus

Q_EXTSE5 Quel est le plus haut diplôme, certificat ou grade que vous ((g **possédez**)) ou ((g **avez complété**))?

- 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=*Autre (précisez dans la boîte ci-dessous) <précisez>
- 99=*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_SicalSUJ2
->>calSD

si strate=1,2,3,11,12,13,92,9->calB1

/* Pour l'omnibus web (25 ans ou plus), poser toutes les questions de notoriété et la question ouverte sur la compréhension.*/

Q_SICALB1
->>calSD

SI ((q#AGEGRP2=2,3,4,5,6,7,8) ou (q#AGEGRP2EXT=2,3,4,5,6,7,8))->B1

/* Notoriété*/

Q_B1/*modif*/

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*/

1=Oui
2=Non->calB3

Q_B2

Quelle publicité vous souvenez-vous d'avoir vue, lue ou entendue? *Veuillez la décrire de la façon la plus précise possible.* /*poser ds somniweb*/

*exclusif=(B2,B2NSP)

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

/*Note

Notoriété assistée de 1 message vidéo en français seulement*/

Q_sicalB3
->>rotB4B6

si langue=F->B3

Q_B3

Voici un message vidéo diffusé au cours des dernières semaines. *Veuillez le visionner au complet.*

/*MSSS Place_Rev_Supers_Dec_2021_H264_HD.mov



*/
((V ea9edcbc1518e5c663/1b1e6b5d827353ca))

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

Vous souvenez-vous de l'avoir vu à la télé ou sur internet avant aujourd'hui?

/*poser ds somniweb*/

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

/*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*/

/*Note

Notoriété assistée des messages Facebook et des bannières web (QB4 à QB6) en français et en anglais*/

/* En rotation*/

Q_inrotB4B6

Q_B4

rotation=q#B4, q#B5, q#B6 (après=q#calB7)

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu l'une ou l'autre de ces publicités sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir*

/*poser ds somniweb*/

/*Fr : Metiers_Sante_Jeunes_demenagement_BB.gif

ANG Metiers_Sante_Jeunes_demenagement_BB_EN.gif



*/

((M imgQB4-001-FR.gif, sm-7))

[/]

```
<table class="spacer"
style="border-collapse: collapse; border-spacing: 0; padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;
width: 100%;">
```

```
<tbody>
```

```
<tr style="padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;">
```

```
<td height="16"
```

```
style="word-wrap: break-word; border-collapse: collapse!important; -webkit-hyphens: auto; -moz-
hyphens: auto; hyphens: auto; vertical-align: top; color: #52545c; font-family:
Helvetica,Arial,sans-serif; font-weight: 400; margin: 0; padding: 0; text-align: left; mso-line-
height-rule: exactly; font-size: 16px; line-height: 16px;">
```

```
</td>
```

```
</tr>
```

```
</tbody>
```

```
</table>[/]
```

/*Metiers_Sante_Jeunes_epicerie_BB.gif ou ANG Metiers_Sante_Jeunes_epicerie_BB_EN.gif



*/

((M imgQB4-002-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

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

Q_B5

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir*

/*poser ds somniweb*/

/*FR : Metiers_Sante_Reorientation.gif ANG : Metiers_Sante_Reorientation_EN (1).gif



*/

((M imgQB5-001-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

9=*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_B6

Au cours des dernières semaines, vous souvenez-vous d'avoir vu cette publicité sur les médias sociaux (Facebook, Instagram, Snapchat ou TikTok) ou sur le web? *Cliquez sur l'image pour l'agrandir* /*poser ds somniweb*/
/*FR : Metiers_Sante_Nouveaux_Arrivants.gif ANG : Metiers_Sante_Nouveaux_Arrivants_EN (1).gif



*/

((M imgQB6-001-FR.gif, sm-7))

1=Oui

2=Non

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

Q_sicalB7
->>B7eng

si langue=F->B7fr

/*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_B7fr

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 Narcity, MTL Blog et Urbania. Vous souvenez-vous d'avoir vu passer un de ces articles? *Cliquer sur les images pour les agrandir*

/*métiers Narcity.png // Urbania - première expérience.png // V02_CARROUSEL - MSSS - 5102-22 - Faits insolites sur le réseau de la santé -01.jpg



((M imgQB7-001-FR.png, sm-7))((M imgQB7-002-FR.jpg, sm-4))

[/]

<table class="spacer"
style="border-collapse: collapse; border-spacing: 0; padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;
width: 100%;">

<tbody>

<tr style="padding: 0; text-align: left; vertical-align: top;">

<td height="16"

style="word-wrap: break-word; border-collapse: collapse!important; -webkit-hyphens: auto; -moz-hyphens: auto; hyphens: auto; vertical-align: top; color: #52545c; font-family: Helvetica,Arial,sans-serif; font-weight: 400; margin: 0; padding: 0; text-align: left; mso-line-height-rule: exactly; font-size: 16px; line-height: 16px;">

</td>

</tr>

</tbody>

</table>[/]

((M imgQB7-003-FR-aperçu.png, imgQB7-003-FR.png, sm-6))

1=Oui

2=Non

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

->>C1

/*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_B7eng

Au cours des dernières semaines, des partenariats de contenus sur la promotion des métiers et professions en santé et services sociaux ont été réalisés avec des sites comme Narcity, MTL Blog et Urbania. Vous souvenez-vous d'avoir vu passer cet article? *Cliquer sur l'image pour l'agrandir*

/*métiers MTL blog.png



((M imgQB7-003-EN.png, sm-7))

1=Oui

2=Non

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

/*

Appréciation et compréhension*/

/*Codi

Coder 1 mention*/

Q_C1

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(s) dans les publicités que vous venez de voir? /*poser ds somniweb*/

<<_____>>

Q_C16

Pensez-vous à changer d'emploi pour une carrière en santé et services sociaux? /*poser ds somniweb*/

1=Oui, certainement

2=Oui, probablement

3=Non/Je ne travaille pas/Je suis à la retraite

4=Non, je travaille déjà dans le secteur de la santé ou des services sociaux

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

/*Section sociodémographique*/

/*Strate1=RMR QC

Strate2=RMR MTL

Strate3=Ailleurs au Qc*/

Q_sicalSD

si strate=9->SE6

si strate>90->FIN

->>putSE5

Q_inputSE5

q#SE5JRS=input('SE5JRS') et q#SE5=input('SE5')

Q_sicalSE5

si (q#SE5JRS=blanc ou q#SE5JRS>365)->SE5

->>putSE6

Q_SE5JRS

Input _____

/*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_SE5	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
Q_inputSE6	q#SE6JRS=input('SE6JRS') et q#VALSE6=input('SE6') et q#SE7JRS=input('SE7JRS') et q#VALSE7=input('SE7')
Q_sicalSE6p1	si ((q#SE6JRS=blanc) ou (q#SE6JRS>182) ou (q#SE6JRS<182 et q#VALSE6=9) ou (q#VALSE6=blanc)) ou ((q#SE7JRS=blanc) ou (q#SE7JRS>182) ou (q#SE7JRS<182 et q#VALSE7=99))->SE6/*Si donnée vieille > 6 mois pour SE6 ou SE7*/
->>calSE6p2 Q_SE6JRS	*Input* _____
Q_VALSE6	*Autocomplété* 1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 ou plus 9=Je préfère ne pas répondre
Q_SE7JRS	*Input* _____
Q_VALSE7	*Autocomplété* 95=Aucun 1=1 2=2 3=3 4=4 5=5 6=6 7=7 8=8 et plus 99=Je préfère ne pas répondre
Q_incalSE6p2 ->>putSE9	q#SE6=q#valSE6 et q#SE7=q#valSE7
Q_SE6	Au total, ((g combien de personnes)) habitent chez vous en vous incluant?

/*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*/

Compter aussi les enfants qui habitent chez vous, que ce soit en permanence ou de temps en temps (ex. : en garde partagée).

1=1
2=2
3=3
4=4
5=5 ou plus
9=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalse7b
->>calSE7p2

si q#se6=1,9->calSE7c

Q_incalSE7c
->>putSE9

lorsque q#SE6=1 alors q#SE7=95 et
lorsque q#SE6=9 alors q#SE7=99

Q_incalSE7p2

lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=8 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=7 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=6 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=5 et
lorsque q#SE6=2,3,4 alors nepaslire q#SE7=4 et
lorsque q#SE6=2,3 alors nepaslire q#SE7=3 et
lorsque q#SE6=2 alors nepaslire q#SE7=2

Q_SE7

De ces personnes, combien sont des enfants (personnes de ((g **moins de**)) 18 ans)?

95=Aucun
1=1
2=2
3=3
4=4
5=5
6=6
7=7
8=8 ou plus
99=*Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE9

q#SE9JRS=input('SE9201JRS') et q#SE10JRS=input('SE10201JRS') et
q#SE9201=input('SE9201') et q#SE10201=input('SE10201')

Q_sicalSE9
->>putSE11P1

si (q#SE9JRS=blanc ou q#SE9JRS>365)->SE9201
si (q#SE10JRS=blanc ou q#SE10JRS>365)->calSE10b

Q_SE9JRS

Input _____

Q_SE10JRS

Input _____

Q_SE9201

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

1=Moins de 15 000 \$

/*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*

2=De 15 000 \$ à 24 999 \$
 3=De 25 000 \$ à 34 999 \$
 4=De 35 000 \$ à 44 999 \$
 5=De 45 000 \$ à 54 999 \$
 6=De 55 000 \$ à 74 999 \$
 7=De 75 000 \$ à 99 999 \$
 8=De 100 000 \$ et plus
 9=* Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE10b si (q#SE6=1 et q#SE92021=1,2,3,4,5,6,7)->calSE10c
 ->>affSE10

Q_incalSE10c lorsque q#SE92021=1 alors q#SE102021=1 et
 lorsque q#SE92021=2 alors q#SE102021=2 et
 lorsque q#SE92021=3 alors q#SE102021=3 et
 lorsque q#SE92021=4 alors q#SE102021=4 et
 lorsque q#SE92021=5 alors q#SE102021=5 et
 lorsque q#SE92021=6 alors q#SE102021=6 et
 lorsque q#SE92021=7 alors q#SE102021=7

->>putSE11P1

Q_inaffSE10 lorsque q#SE92021=2,3,4,5,6,7,8 alors nepaslire q#SE102021=1 et
 lorsque q#SE92021=3,4,5,6,7,8 alors nepaslire q#SE102021=2 et
 lorsque q#SE92021=4,5,6,7,8 alors nepaslire q#SE102021=3 et
 lorsque q#SE92021=6,7,8 alors nepaslire q#SE102021=4 et
 lorsque q#SE92021=7,8 alors nepaslire q#SE102021=5 et
 lorsque q#SE92021=8 alors nepaslire q#SE102021=6

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 44 999 \$
 5=De 45 000 \$ à 54 999 \$
 6=De 55 000 \$ à 74 999 \$
 7=De 75 000 \$ à 99 999 \$
 8=De 100 000 à 149 999 \$
 9=De 150 000 à 199 999 \$
 99=De 200 000 \$ et plus
 99=* Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE11P1 q#SE11P1JRS=input('SE11P1JRS')

Q_sicalSE11P1 si (q#SE11P1JRS=blanc ou q#SE11P1JRS=9999)->SE11P1
 ->>putSE13

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)?

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

*choix multiples

/*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*/

*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)

Q_inputSE13 q#SE13JRS=input('SE13JRS') et q#SE13=input('SE13')

Q_sicalSE13
->>putSE1 si (q#SE13JRS=blanc ou q#SE13JRS>365)->SE13

Q_SE13JRS *Input* _____

Q_SE13 Votre ménage est-il propriétaire ou locataire de l'endroit où vous habitez?

1=Propriétaire
2=Locataire
9=* Je préfère ne pas répondre

Q_inputSE1 q#SE1JRS=input('SE1JRS') et q#SE1=input('SE1')

Q_sicalSE1
->>calSE12 si (q#SE1JRS=blanc ou q#SE1JRS>365)->SE1

Q_SE1JRS *Input* _____

Q_SE1 Votre ((g **principale**)) occupation actuellement?

*Si vous avez plus d'une occupation (exemple : retraité(e) et travail à temps partiel ou étudiant(e) et travail à temps partiel), cochez celle qui vous demande le plus de temps dans la semaine.

/*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 êtes en congé sabbatique, en congé de maternité, en congé de maladie ou d'accident de travail, indiquez si vous travaillez habituellement à temps plein ou à temps partiel.*

- 1=Je travaille à plein temps (30 heures ou plus par semaine)
- 2=Je travaille à temps partiel (moins de 30 heures par semaine)
- 3=Je suis retraité(e)
- 4=Je suis étudiant(e)
- 5=Je suis sans emploi (assurance emploi, assistance sociale)
- 6=Je ne travaille pas par choix (à la maison, au foyer)
- 90=<préciser>Je suis dans une autre situation (Veuillez préciser dans l'espace ci-dessous)
- 99=*Je préfère ne pas répondre

Q_sicalSE12 si strate=9->SE12
->>putSE12

Q_inputSE12 q#SE12=input('SE12')
->>FIN /*Panel Or*/

Q_SE12 Votre sexe à la naissance?

1=Masculin
2=Féminin

Q_sicalRMR si strate=9->EXTRMR
->>FIN

/*NOTE La région est importée au traitement. Les questions EXTRMR et EXTCP sont demandées aux panélistes externes seulement.*/

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

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

((F RED <AVRTCP>))

*facultatif
*codepostal
*soumettre

<<_____ [ex. : G1G]>>

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

Q_incalAVRT1 q#AVRTCP=1
->>EXTCP

/*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_AVRTCP

Auto complété

0=*

1=Svp entrer les 3 premiers caractères de votre code postal. Merci!

Q_FINQUOTA

Le nombre de répondants ayant votre profil est atteint. Merci de votre collaboration!

Q_FIN

Merci pour votre collaboration!

***Informations

PROJET=SW22551NBK
FICHER=FSW22551NBK
RESEAU=\\10.3.0.15\\SERVEUR1\\P22551SWNBK\
SITEEXT=clients3.som.ca
PAGES=C:\\Users\\jgagne\\Documents\\P22551SOMNIWEB\\pw22551nbk\
IMAGES=C:\\Users\\jgagne\\Documents\\P22551SOMNIWEB\\IMG\
DEBUT=ROUTE
EFFACER=Oui
EMAIL=pw22551nbk@web.som.ca
ESPACE=3,80
NOQUESTION=Non
PROGRESSION=Oui
TYPESONDAGE=1/*Mettre 2 si sondage sans mp*/
MOTDEPASSE=MP
REPMULT=Non
INTERROMPRE=Oui
DUREE=7
PRECEDENT=Oui
TESTESTRATE=NON
SEUIL=20
TITRE=Sondage
STATS=mmathe
Arguments=(dr,DR),(ds,DS),(dl,DL)
QUOTA1=quota1
QUOTA2=quota2
QUOTA3=EXTRMR
siquota4=Oui
modeles=C:\\Users\\jgagne\\Documents\\P22551SOMNIWEB\\modeles6p22551\\

/*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*/