

**Recrues potentielles pour
les Forces canadiennes :
Profil 2007**

Rapport national final

Mars 2007

Presented to • Présenté à
Ministère de la Défense nationale



Numéro POR : 330-06

Numéro de contrat : W5830-070043-001 CY

Contrat accordé : le 17 janvier 2007

Pour plus d'information, veuillez contacter le ministère de
la Défense nationale à : por-rop@forces.gc.ca.

Ce rapport est disponible en anglais

Richard W. Jenkins, Ph.D.

**Vice-président exécutif, Sondages d'opinion
publique**

TNS Canadian Facts

Tél. : (613) 230-4408

Courriel : richard.jenkins@tns-global.com

Web : www.tns-global.com

Personnel professionnel responsable de ce
projet :

-Richard Jenkins, vice-président

-Brook Tyler, directeur de recherche

Numéro d'étude TNS : C1108

TABLE DES MATIÈRES

I. AVANT-PROPOS.....	i
II. SOMMAIRE DE GESTION.....	iii
III. SOMMAIRE GÉNÉRAL.....	1
1-0 Probabilité de s'enrôler dans les Forces canadiennes.....	1
1-1 Probabilité de s'enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein	1
1-2 Probabilité de s'enrôler dans les Forces canadiennes à temps partiel	4
2-0 TRAVAIL ET EMPLOI.....	7
2-1 Vue d'ensemble	7
2-2 Situation d'emploi actuelle	9
2-3 Préférence pour un emploi par rapport à une carrière	11
2-4 Situation actuelle par rapport au choix de carrière	13
2-5 Les caractéristiques les plus importantes d'un emploi	14
2-6 Fréquence de recherche d'emploi actuelle	16
2-7 Stratégie de recherche d'emploi	17
2-8 Fréquence de participation à des activités liées à la recherche d'emploi	18
3-0 Utilisation des médias.....	19
3-1 Vue d'ensemble	19
3-2 Types d'émissions de télévision les plus populaires	22
3-3 Format ou émission de radio le plus populaire	23
3-4 Sites Web les plus populaires	24
3-5 Services courriels les plus populaires	26
3-6 Moteur de recherche le plus populaire	27
3-7 Les magazines les plus populaires	28
3-8 Journaux les plus populaires	30
3-9 Transports en commun utilisés le plus souvent	31
3-10 Types de films les plus populaires	32
3-11 Événements en direct les plus populaires	33
4-0 Intérêts et activités.....	35
4-1 Sports ou activités physiques pratiqués le plus souvent	37
4-2 Sport ou activité physique regardé le plus souvent à la télévision	38
4-3 Passe-temps les plus populaires	39
4-4 Ce que l'on veut le plus réaliser à l'avenir	41
4-5 Les dix caractéristiques de l'inventaire de personnalité	42
4-6 Cinq grands traits de personnalité	44
5-0 Attitudes à l'égard des Forces canadiennes.....	47
5-1 Ce qui vient à l'esprit au sujet des Forces canadiennes	48
5-2 Connaissance des Forces canadiennes	50
5-3 Impression dans l'ensemble des Forces canadiennes	51
5-4 Visite d'un centre de recrutement ou d'un détachement	52
5-5 Centre de recrutement ou détachement des Forces le plus près	53
5-6 Où trouver un centre de recrutement ou détachement des Forces	54
5-7 Fréquence de visite du site Web des Forces canadiennes	55
5-8 Possibilités d'emploi au sein des Forces canadiennes	56
5-9 Durée du contrat qu'on accepterait de signer	57
5-10 Probabilité de s'enrôler à temps plein si les études sont payées	58
5-11 Secteur d'emploi qui présente le plus grand intérêt	59
5-12 Ce qui empêche les Canadiens admissibles de s'enrôler	61
5-13 Ce qui inciterait les Canadiens admissibles à s'enrôler	62

5-14	Fréquence d'avoir des parents ou amis dans les Forces canadiennes	63
IV.	Annexes.....	64
1-0	Méthodologie	64
1-1	Pondération	64
1-2	Résultat de l'appel	67
1-3	Qualifications et disqualifications	68
2-0	Matériel utilisé sur le terrain.....	70
2-1	Questionnaire français	70

I. AVANT-PROPOS

Contexte

Les Forces canadiennes (FC) doivent enrôler un grand nombre de recrues afin de maintenir leur effectif actuel. En plus de ce recrutement régulier, le gouvernement du Canada a ordonné que les FC augmentent l'effectif de leur Force régulière de 13 000 et celui de leur Force de réserve de 10 000. Le défi que pose l'augmentation du nombre de recrues est d'autant plus difficile que la population du Canada vieillit et que le taux de natalité baisse depuis deux décennies.

Afin de mieux saisir son auditoire cible, le ministère de la Défense nationale a demandé un profil psychographique et démographique actuel et détaillé de Canadiens admissibles, âgés de 16 à 34 ans. Ce profil examinera les habitudes et intérêts des recrues potentielles et permettra au ministère d'être plus efficace dans ses communications et ses publicités.

Objectifs

Les principaux objectifs de cette recherche sont de :

- Fournir un profil démographique et psychographique actuel de recrues potentielles en vue de tentatives de recrutement et de campagnes promotionnelles.
- Mieux comprendre le comportement de recherche d'emploi, les objectifs de carrière et les loisirs des Canadiens admissibles.

Méthode

Étant donné la difficulté de joindre et d'interviewer les plus jeunes candidats dans la tranche d'âge cible, particulièrement les hommes plus jeunes, la collecte des données s'est faite par le biais d'entrevues interactives et téléphoniques.

Les entrevues téléphoniques ont été effectuées à l'aide d'un échantillon aléatoire de Canadiens âgés de 16 à 34 ans, pour un total de 1504 entrevues complétées. Les entrevues ont eu lieu entre le 6 février et le 4 mars 2007. Les entrevues téléphoniques ont fait l'objet d'une écoute constante, et au moins 10 % des entrevues ont fait l'objet d'une écoute partielle ou complète.

Les résultats sont fondés sur une taille échantillonnage de 1504 et affichent une

marge d'erreur de +/- 2,5 %, avec un niveau de confiance de 95 %. Par exemple, un résultat de 50 %, c'est-à-dire le scénario le plus défavorable en termes de statistiques, aurait une marge d'erreur de +/-2,5 %, c'est-à-dire que la vraie réponse se situerait entre 47,5 % et 52,5 %, dix-neuf fois sur vingt.

Des sondages interactifs autoadministrés ont été effectués auprès d'un échantillon aléatoire de Canadiens âgés entre 16 et 34 ans, recrutés auprès du panel interactif de TNS Canadian Facts. Un total de 1712 entrevues a été réalisé entre le 15 février et le 21 février 2007.

Les résultats sont fondés sur une taille d'échantillon de 1712 et affichent une marge d'erreur de +/- 2,4 %, avec un niveau de confiance de 95 %. Par exemple, un résultat de 50 %, c'est-à-dire le scénario le plus défavorable en termes de statistiques, aurait une marge d'erreur de +/-2,4 %, c'est-à-dire que la vraie réponse se situerait entre 47,6 % et 52,4 %, dix-neuf fois sur vingt.

Veillez consulter l'annexe pour de plus amples informations au sujet de la méthodologie. Des copies des questionnaires vous sont données en annexe de ce rapport ainsi que les détails concernant les ajustements de pondération.

II. SOMMAIRE DE GESTION

Les Forces canadiennes (FC) doivent enrôler un grand nombre de recrues afin de remplir le mandat qu'elles ont reçu du gouvernement du Canada pour augmenter l'effectif de la Force régulière et de la Force de réserve. Afin de communiquer avec son auditoire cible et mieux le saisir, le ministère de la Défense nationale a demandé qu'un sondage national soit effectué auprès de Canadiens admissibles, âgés de 16 à 34 ans, les profilant quant à leurs habitudes, intérêts, comportement et données démographiques. Un total de 1504 entrevues téléphoniques et 1712 sondages interactifs autoadministrés ont été réalisés entre le 6 février et le 4 mars 2007.

Le potentiel

Les Canadiens admissibles (c'est-à-dire ceux de 16 à 34 ans qui sont citoyens canadiens et qui ne souffrent pas d'une invalidité qui pourrait les empêcher de faire des redressements assis ou des pompes) ont une image positive des Forces canadiennes. Un Canadien sur cinq a une impression très positive et près de sept sur dix ont au moins une impression assez positive.

L'impression positive est toutefois accompagnée d'un niveau de connaissance relativement bas des Forces. Seulement sept pour cent disent connaître très bien les Forces, ce qui les empêche probablement de considérer les Forces comme un choix de carrière. Il n'est pas étonnant de constater que ceux qui pensent qu'il est au moins assez probable qu'ils s'enrôlent connaissent les Forces trois fois plus que la moyenne.

Malgré l'image positive, la probabilité de s'enrôler dans les Forces est très basse, 6 pour cent seulement des Canadiens admissibles étant assez ou très susceptibles de s'enrôler à temps plein. L'intérêt pour ce qui est de s'enrôler à temps partiel est quelque peu plus élevé (10 %) bien que la proportion de ceux qui sont susceptibles de le faire demeure extrêmement basse (1 %). Certains groupes démographiques sont plus susceptibles que d'autres de s'enrôler, à savoir :

- Les hommes,
- Ceux qui ont moins de 25 ans,
- Ceux qui sont sans emploi ou sous-employés, et
- Les Autochtones.

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler soit à temps plein (26 %) ou à temps partiel (21 %) sont plus intéressés au combat qu'à tout autre secteur d'emploi, ce qui laisse supposer qu'il y a une assez forte association entre une carrière dans les Forces et le rôle de combattant.

L'emploi et les Forces canadiennes

Un chèque de paye, un emploi et une carrière sont autant de stimulants pour s'enrôler, particulièrement pour ceux qui sont sans emploi ou sous-employés. En effet, une bonne moitié (50 %) de ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces affirment qu'ils sont à la recherche d'un emploi et que, par conséquent, ils sont plus réceptifs aux messages de communication qui parlent d'emploi.

Compte tenu des différences significatives observées quant à l'attachement des différentes cohortes d'âge à la population active, les messages d'emploi doivent être adaptés. Les Canadiens plus jeunes, avec moins d'attachement, ne sont pas disponibles pour des emplois à temps plein, mais ils représentent une terre fertile pour les offres d'emploi à temps partiel, étant donné leur désir de se trouver un emploi. Les plus jeunes Canadiens cherchent un emploi plutôt qu'une carrière. Les années de transition de 18 à 25 ans, au moment où les gens terminent leur études postsecondaires ou cherchent des opportunités de carrière représentent les meilleurs éléments pour les Forces.

Des études payées constituent également un bon stimulant pour l'enrôlement non seulement parmi les Canadiens admissibles mais aussi parmi ceux qui sont susceptibles de s'enrôler. Une éducation sans frais représente également un attrait pour les groupes suivants :

- Les plus jeunes et ceux qui ont moins de scolarité,
- Les minorités visibles,
- Les Autochtones

Le recrutement

À peu près la moitié des Canadiens qui sont admissibles affirment qu'il n'y a rien que les Forces pourraient faire pour les encourager à s'enrôler. Les principales activités citées qui les encourageraient à le faire sont une sensibilisation accrue, un changement dans les règlements de travail et de meilleurs avantages monétaires.

Les visites à un centre de recrutement ou à un détachement offrent une occasion en or d'établir une relation positive auprès de recrues potentielles. Les deux tiers (68 %)

de ceux qui sont susceptibles de s' enrôler à temps plein et 47 pour cent de ceux qui sont susceptibles de s' enrôler à temps partiel ont l' intention de visiter un centre de recrutement ou un détachement au cours de la prochaine année. Les autres devront être sensibilisés par des véhicules de communication comme des publicités à la télévision, à la radio ou dans les journaux et le site Web des Forces canadiennes.

Le site Web des Forces canadiennes jouera un rôle clé dans les tentatives de communication. Les enrôlés potentiels (autant que les Canadiens admissibles) passent beaucoup de temps en ligne, mais la majorité se tourneraient vers Internet pour trouver un centre de recrutement ou un détachement. De plus, un Canadien admissible sur six (17 %) et environ la moitié des enrôlés potentiels ont déjà visité le site Web des Forces canadiennes.

Pour comprendre les styles de vie des 16 à 34 ans

Les objectifs de recrutement seront atteints à court et à long terme si l' on comprend bien la population admissible et plus spécifiquement les personnes qui semblent plus susceptibles de s' enrôler. Il est clair que les années de 16 à 34 ans représentent des années formatrices dans la vie des Canadiens qui terminent leurs études secondaires et font face à un emploi et à des obligations familiales, certains choisissant par surcroît de poursuivre leurs études.

i) L' utilisation des médias

La population des 16 à 34 ans au Canada a atteint sa majorité dans un environnement médiatique fracturé. Les médias de masse traditionnels ont cédé la place à de nouvelles formes de médias, souvent gérées personnellement, et cela se reflète dans les habitudes de consommation des Canadiens admissibles.

Ils passent la majeure partie de leur temps sur Internet, à écouter la télévision et la radio, Internet prenant la part du lion de leur temps (183 minutes par jour, en moyenne). Les magazines et les journaux jouent un plus petit rôle dans leur vie de tous les jours.

Pour ce qui est des publicités et des communications, le ministère de la Défense nationale/Les Forces canadiennes auraient davantage d' occasions de toucher ceux qui sont susceptibles de s' enrôler en se basant sur les préférences de ceux qui se montrent intéressés à s' enrôler, à savoir :

- Pour ce qui est de la télévision, les émissions d' humour et les séries télévisées sont les plus populaires.

- Les émissions radiophoniques les plus populaires sont celles qui diffusent de la musique pop et rock.
- La lecture des magazines est faible et fragmentée (seulement la moitié environ de ceux dans cette tranche d'âge lisent des magazines), ce qui diminue son rôle dans une stratégie globale de communication, mais les magazines spécialisés qui ciblent ces cohortes d'âge peuvent réussir à toucher l'auditoire en général.
- Les journaux offrent un véhicule potentiel pour ce qui est de la publicité imprimée, particulièrement les quotidiens de quartier et les quotidiens gratuits. Puisque les journaux sont des véhicules stratégiques pour la recherche d'emploi, ils offrent un moyen efficace de toucher ceux qui se cherchent un emploi ou une nouvelle carrière.
- Compte tenu du fait que ceux susceptibles de s'enrôler passent plus de temps dans les transports en commun que les Canadiens admissibles, les affiches dans les autobus et métros seraient des véhicules publicitaires appropriés.

ii) Personnalité et choix de style de vie

En termes de personnalité, les enrôlés potentiels sont très semblables aux Canadiens admissibles. Les deux groupes se caractérisent comme étant fiables, agréables et ouverts d'esprit, ceux susceptibles de s'enrôler étant légèrement plus créatifs et ouverts d'esprit, mais désorganisés.

Alors que les Canadiens admissibles espèrent voyager (26 %), gagner de l'argent (23 %) et poursuivre leurs études (16 %), ceux susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes démontrent plus de pragmatisme, et sont autant intéressés à faire de l'argent et à poursuivre leurs études qu'à voyager. Pour ceux qui sont déjà susceptibles de s'enrôler, les communications des Forces canadiennes devraient refléter l'aspect pratique d'un chèque de paye régulier et les possibilités d'éducation.

Ni les Canadiens admissibles, ni les enrôlés potentiels peuvent être décrits comme étant des fanatiques de sports. Bien que passer du temps avec leurs amis soit une première priorité, les activités solitaires comme la lecture et l'écoute de la musique sont tout aussi importantes.

Les sports les plus populaires des enrôlés potentiels sont le hockey et le culturisme. Le fait que les données aient été recueillies durant l'hiver a sans doute joué un rôle quant à la popularité de ces sports.

iii) Obstacles à l'enrôlement

Les obligations familiales sont l'obstacle majeur à l'enrôlement, non seulement pour les Canadiens admissibles mais aussi pour ceux susceptibles de s'enrôler. Pour contrer l'obstacle des obligations familiales, les communications des Forces canadiennes devraient démontrer qu'une carrière au sein des Forces permet aussi de pourvoir financièrement aux besoins de leur famille.

Après les obligations familiales, d'autres entraves à l'enrôlement dans les Forces pour les Canadiens admissibles comprennent :

- Le refus de se battre/la répugnance face à la violence (23 %)
- Le manque d'intérêt (19 %)
- Les engagements face à la carrière (18 %)

Plus d'information :

Nom du fournisseur : TNS Canadian Facts

Numéro de contrat PWGSC : W5830-070043/001/CY

Date d'attribution du contrat : 17 janvier 2007

Pour plus d'information, veuillez contacter le ministère de la Défense nationale à :
por-rop@forces.gc.ca

III. SOMMAIRE GÉNÉRAL

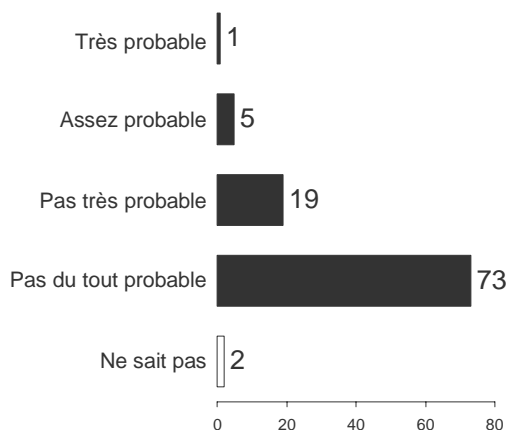
1-0 Probabilité de s' enrôler dans les Forces canadiennes

1-1 Probabilité de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein

Relativement peu de Canadiens (6 %) admissibles (ceux âgés de 16 à 34 ans, qui sont citoyens canadiens, ne sont pas des membres actuels ou d'anciens membres des Forces canadiennes et peuvent courir et faire des redressements assis et des pompes) sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein, la majorité affirmant qu' il est assez probable (5 %) plutôt que très probable (1 %) qu' ils s' enrôlent.

Ce résultat de six pour cent correspond à une population nationale d' environ 430 000¹ recrues potentielles.

Graphique 1.1
Probabilité de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein



Q : Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps plein?

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3195)

2007 TNS Canadian Facts

¹ La population totale des 16-34 ans au Canada est de 8 370 000. En soustrayant les non-citoyens, les membres actuels ou anciens membres des Forces, et ceux qui ont des incapacités physiques qui les empêchent de courir ou de faire des redressements assis ou des pompes, le total est de 7 160 900 et six pour cent de ce total correspond à 430 000.

Quant aux régions, les Canadiens de l'Atlantique sont les plus susceptibles de dire qu'il est probable qu'ils s'engagent à temps plein, avec le Nouveau-Brunswick (10 %), Terre-Neuve (9 %), et la Nouvelle-Écosse (8 %) en tête de file. Le Saskatchewan et l'Alberta affichent aussi un plus haut pourcentage de candidats susceptibles de s'engager, alors que les résidents du Québec (4 %) sont les moins susceptibles de le faire.

Les gens qui disent qu'ils sont plus intéressés à obtenir un emploi qu'à faire carrière sont légèrement plus susceptibles de dire qu'il est probable qu'ils s'engagent, mais les différences ne sont pas significatives. Actuellement, le ministère de la Défense nationale attire à peu près autant de personnes qui se cherchent un emploi que de personnes qui veulent faire carrière. Ceux qui n'ont pas d'emploi sont toutefois beaucoup plus susceptibles que ceux qui ont un emploi à temps plein de dire qu'il est probable qu'ils s'engagent (10 % et 5 % respectivement).

Comme on peut s'y attendre, il est fort probable que les personnes qui ont une raison personnelle de s'engager dans les Forces songent à un emploi à temps plein. Par exemple, neuf pour cent de ceux qui comptent un membre de la famille dans les Forces ou un vétéran sont susceptibles de s'engager.

La probabilité de s'engager à temps plein varie de façon significative selon le sexe, l'âge et l'ascendance.

- Les hommes (8 %) sont beaucoup plus intéressés à s'engager à temps plein que les femmes (4 %).
- Les cibles clés pour le recrutement sont les 18 à 19 ans et les 20 à 24 ans. Avec l'âge, la probabilité de s'engager dans les Forces à temps plein diminue, à mesure que les carrières se définissent et que les responsabilités augmentent. Par exemple, un Canadien sur dix (10 %) âgé de 18 à 19 ans est susceptible de s'engager à temps plein, alors que beaucoup moins de Canadiens (4 %) dans le groupe des 30 à 34 ans sont prêts à s'engager.
- La probabilité de s'engager diminue aussi selon le niveau d'éducation et le revenu du foyer, lesquels sont tous deux liés à l'âge.

- L' enrôlement à temps plein est plus attrayant pour les Autochtones; près d'un quart (23 %) des Autochtones sont intéressés à s' enrôler à temps plein (6 % très probable et 18 % assez probable).
- Par contre, les minorités visibles sont moins susceptibles de s' enrôler à temps plein (4 %) comparativement aux Canadiens admissibles, en général (6 %).

Tableau 1-a : Probabilité de s' enrôler à temps plein selon le sexe et l' âge

	Sexe			Âge				
	Total	Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Probabilité de s' enrôler pour servir à temps plein								
Très probable	1	2	1	2	1	1	2	1
Assez probable	5	6	3	4	9	7	3	3
Pas très probable	19	23	16	23	21	22	19	15
Pas du tout probable	73	68	78	71	68	68	74	79
Ne sait pas	2.0	1	3	0	1	3	2	2

1-2 Probabilité de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps partiel

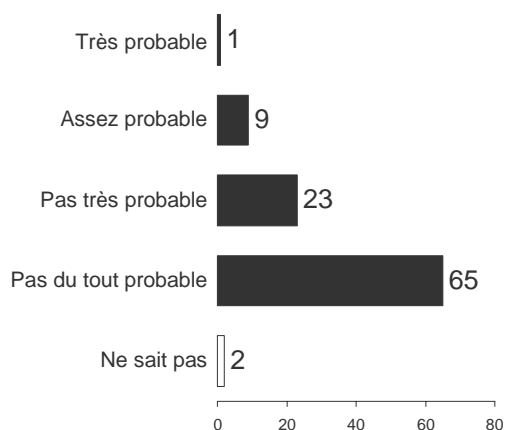
Plus de Canadiens admissibles sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps partiel (10 %) qu' à temps plein (6 %), bien que la proportion pour laquelle l' enrôlement est «très probable» demeure extrêmement faible (1 %). Une grande part de la raison pour laquelle le temps partiel est plus attrayant que le temps plein est que les étudiants sont susceptibles de s' enrôler sur cette base (14 %).

Ce résultat de dix pour cent correspond à une population nationale d' environ 716 000² recrues potentielles à temps partiel.

En accord avec les résultats pour le temps plein, il est beaucoup plus probable qu' on s' enrôle dans les provinces de l' Atlantique (Nouvelle-Écosse, 18 %, Nouveau-Brunswick, 14 %) et très peu probable qu' on s' enrôle au Québec (5 %).

Graphique 1.2

Probabilité de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps partiel



Q : Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps partiel?

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3194)

2007 TNS Canadian Facts

² La population totale des 16-34 ans au Canada est de 8 370 000. En soustrayant les non-citoyens, les membres actuels et les anciens membres des Forces, et ceux qui ont des incapacités physiques qui les empêchent de courir ou de faire des redressements assis ou des pompes, le total est réduit à 7 160 900, dix pour cent de ce total étant approximativement 716 000.

Tel qu'indiqué pour l'enrôlement à temps plein, on note les mêmes tendances selon le sexe, l'âge et l'ascendance.

- Les hommes (12 %) sont plus intéressés que les femmes (9 %) à s'enrôler dans les Forces à temps partiel.
- L'intérêt à s'enrôler à temps partiel diminue avec l'âge à mesure que les carrières et les engagements sans doute augmentent. Bien que deux Canadiens sur dix (19 %) âgés de 18 à 19 ans sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel, cette proportion tombe à 6 pour cent seulement pour le groupe des 30 à 34 ans.
- L'intérêt à s'enrôler à temps partiel diminue aussi à mesure que le revenu du foyer et le niveau d'éducation augmentent.
- Les Autochtones du Canada, encore une fois, montrent plus d'intérêt à s'enrôler que les Canadiens admissibles, en général, avec légèrement plus d'un quart (27 %) affirmant qu'ils sont intéressés à s'enrôler. Cependant, contrairement aux Canadiens admissibles, ils ne trouvent pas que l'option à temps partiel est plus attrayante que celle à temps plein. La proportion d'Autochtones pour qui l'enrôlement à temps partiel est «très probable» (5 %) n'est pas plus grande que la proportion pour qui l'enrôlement à temps plein est «très probable» (6 %).
- Bien qu'il soit moins probable qu'ils s'enrôlent à temps plein, les minorités visibles montrent plus d'intérêt à s'enrôler à temps partiel (15 %) comparativement à tous les Canadiens admissibles (10 %).

Tableau 1-b : Probabilité de s'enrôler à temps partiel selon le sexe et l'âge

	Sexe			Âge				
	Total	Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Probabilité de s'enrôler pour servir à temps partiel								
Très probable	1	2	1	3	4	1	1	1
Assez probable	9	10	8	12	15	11	6	5
Pas très probable	23	27	19	25	30	25	22	20
Pas du tout probable	65	61	70	60	51	62	70	73
Ne sait pas	2	1	3	1	1	2	1	2

2-0 TRAVAIL ET EMPLOI

2-1 Vue d'ensemble

Attirer et comprendre la tranche des 16 à 34 ans, base potentielle de recrutement pour les Forces, représente un défi à cause souvent de leur position précaire sur le marché du travail et du fait que les personnes de ce groupe d'âge sont dans une période cruciale de leur vie où elles se définissent en termes de travail et d'objectif de vie.

Il est clair que les communications de recrutement, tout en présentant les perspectives de carrière dans les Forces canadiennes, doivent aussi mettre en valeur les possibilités d'emploi pour ceux qui sont intéressés à s'enrôler pour des raisons autres que de faire carrière, et pour ceux qui n'ont pas encore pris de décision quant à leur carrière.

Bien que ceux qui risquent de s'enrôler à temps plein sont plus susceptibles d'être sans emploi (23 %) comparativement au Canadien admissible type, bon nombre d'entre eux (40 %) ont des emplois à temps plein. Les efforts de recrutement doivent être élargis afin de joindre non seulement ceux qui sont déjà sur le marché du travail mais aussi les étudiants et ceux qui sont sans emploi.

i) 16 à 17 ans

Presque tous ces Canadiens sont aux études (80 %) et, actuellement, il y en a plus qui sont intéressés à avoir un emploi (40 %) qu'une carrière (34 %). Les plus jeunes ont tendance à mieux savoir ce qu'ils veulent en termes de carrière que les Canadiens plus âgés. Ils sont également plus susceptibles de dire que la satisfaction à l'égard de l'emploi et un environnement de travail agréable sont des éléments importants.

Ces résultats aident à mettre en contexte le modèle d'enrôlement probable pour les 16 et 17 ans, 6 pour cent d'entre eux expriment une probabilité de s'enrôler à temps plein et 15 pour cent sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel. Leur évaluation de ce que pourrait signifier un emploi dans les Forces au moment où ils font des choix au sujet de leurs études et de la vie sera cruciale pour ce qui est de s'enrôler ou non.

ii) 18 et 19 ans

Les 18 à 19 ans sont particulièrement susceptibles d'adopter un comportement de recherche d'emploi (38 pour cent le font déjà), étant donné qu'ils ont davantage besoin d'aide financière et qu'ils sont en période de transition entre le secondaire et un emploi à temps plein ou des études postsecondaires.

Ce groupe d'âge partage encore les mêmes valeurs à l'égard du travail. Ils sont plus intéressés à faire carrière qu'à se trouver un emploi, bien qu'ils ne soient pas aussi fortement axés sur une carrière que les plus âgés.

iii) 20 à 24 ans

Parmi les groupes présentant un grand potentiel de s'enrôler, la tranche des 20 à 24 ans représente le groupe le plus âgé; il est au moins assez probable que huit pour cent d'entre eux s'enrôlent. Ce n'est pas surprenant parce que ce groupe a un fort pourcentage d'étudiants (34 %) qui, par conséquent, ne sont pas engagés dans des emplois à temps plein et un fort pourcentage (15 %) qui n'ont pas d'emploi actuellement.

Très peu de ces Canadiens veulent seulement un emploi (24 %) mais beaucoup sont incertains quant à leur avenir; il y a donc un potentiel réel au sein de ce groupe.

iv) Plus de 25 ans

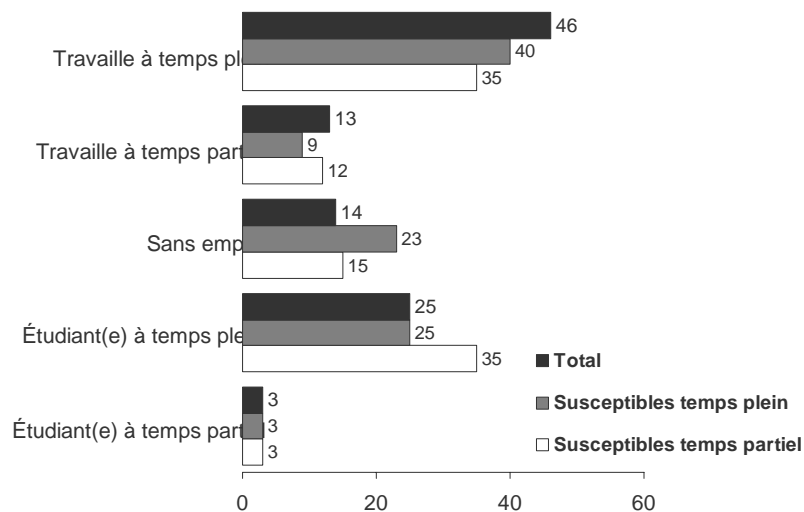
Dès que les Canadiens atteignent 25 ans, leur disponibilité à l'égard des Forces décline de façon significative. Cela est dû en grande partie au fait que bon nombre d'entre eux ont un emploi à temps plein et que moins d'entre eux se cherchent activement un nouvel emploi (à peu près un sur quatre). Le groupe clé parmi ces Canadiens est celui qui est composé de personnes qui ont un emploi à temps partiel ou qui ne travaillent pas actuellement.

2-2 Situation d'emploi actuelle

Bien que la majorité de Canadiens admissibles travaillent soit à temps plein (46 %) soit à temps partiel (13 %), plus du quart (27 %) sont des étudiants et les autres (14 %) ont quitté l'école ou sont sans emploi.

Les étudiants et ceux qui ont un emploi à temps partiel et sont sans emploi représentent des occasions de recrutement pour les Forces canadiennes. Comparativement aux Canadiens admissibles, ceux qui sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps partiel sont plus susceptibles d'être des étudiants à temps plein (35 %), alors que ceux qui sont intéressés à s' enrôler à temps plein ont tendance à être sans emploi (23 %).

Graphique 2.2
Situation d'emploi actuelle



Q : Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre situation d'emploi actuelle? Est-ce que vous...
Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

Le modèle d'emploi des Canadiens admissibles diffère considérablement selon le sexe, l'âge et l'ascendance.

- Il est plus probable que les hommes (51 %) plutôt que les femmes (41 %) travaillent à temps plein, avec des proportions substantielles de femmes qui ont un emploi à temps partiel (16 %) ou n'ont pas d'emploi (17 %).

- Tel que prévu, la fréquence d'emploi augmente avec l'âge de sorte que la majorité (70 %) des 30 à 34 ans ont un emploi à temps plein. À l'autre extrémité du spectre de l'âge, la vaste majorité des 16 à 17 ans (80 %) sont des étudiants.
- Une proportion substantielle de ceux qui se situent dans le groupe des 20 à 34 ans ont un emploi à temps partiel ou n'ont pas d'emploi, et ils représentent une occasion de recrutement potentielle. Par exemple, bien qu'une proportion considérable (34 %) de ceux qui se situent dans le groupe des 20 à 24 ans soit encore aux études, presque autant de répondants (29 %) dans ce groupe d'âge ne sont plus des étudiants mais n'ont pas encore un emploi à temps plein. De plus, des proportions similaires des 25-29 ans (30 %) et des 30-34 ans (27 %) ne sont plus des étudiants et n'ont pas d'emploi à temps plein.

Tableau 2-a : Situation d'emploi actuelle selon le sexe et l'âge

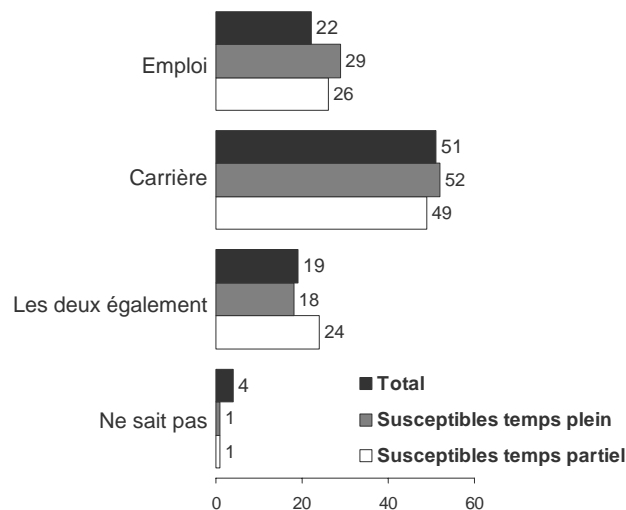
	Sexe			Âge				
	Total	Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Situation d'emploi :								
Travaille à temps plein	46	51	41	1	18	37	62	70
Travaille à temps partiel	13	10	16	14	12	14	13	12
Ne travaille pas actuellement	14	10	18	4	7	15	17	15
Étudiant(e)	27	29	26	80	63	34	9	3

2-3 Préférence pour un emploi par rapport à une carrière

Bien que les Canadiens admissibles soient beaucoup plus intéressés à avoir une carrière (51 %) qu'à avoir un emploi (22 %), une proportion substantielle (41 %) songe à un emploi. Tel que discuté plus tôt, ceux qui sont intéressés à avoir une carrière ne sont pas plus susceptibles de s'enrôler que ceux qui sont intéressés à avoir un emploi. Il est clair que tout effort de recrutement doit présenter les Forces en termes de disponibilité d'emplois, autant pour ceux qui sont intéressés à s'enrôler pour des raisons autres que de poursuivre une carrière que pour ceux qui veulent poursuivre une carrière.

Graphique 2.3

Préférence pour un emploi par rapport à une carrière



Q : Présentement, êtes-vous intéressé(e) davantage par un emploi ou par une carrière?

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

L'intérêt pour «juste un emploi» diminue avec l'âge. Alors que deux sur cinq (40 %) des 16-17 ans sont d'abord intéressés à avoir un emploi, cette proportion passe à un sur cinq seulement (18 %) parmi les 30-34 ans. La majorité (53 %) des 30-34 ans sont plutôt intéressés à avoir une carrière. L'intérêt à poursuivre une carrière est lié aussi au revenu du foyer et au niveau de scolarité. Ceux qui ont fait des études postsecondaires et qui proviennent de foyers où le revenu est plus élevé sont plus intéressés à avoir une carrière qu'un emploi. Par exemple, alors que 40 pour cent de ceux qui sont dans le groupe des moins scolarisés (cours secondaire ou moins) sont intéressés uniquement à

avoir une carrière, cette attente grimpe jusqu'à 62 pour cent parmi ceux qui ont fait des études universitaires.

Tableau 2-b : Intérêt à l'égard d'un emploi par rapport à une carrière, selon l'âge

	Âge					
	Total	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Emploi	22	40	31	24	16	18
Carrière	51	34	48	51	58	53
Les deux également	19	16	15	20	17	21
Ni l'un ni l'autre	4	4	3	3	5	5
Ne sait pas	4	7	3	3	4	3

Tableau 2-c : Intérêt à l'égard d'un emploi par rapport à une carrière, selon le revenu et le niveau de scolarité

	Revenu du foyer					Niveau de scolarité		
	Total	Moins de 25 000 \$	25 000 \$ à 49 999 \$	50 000 \$ à 74 999 \$	75 000 \$ ou plus	Cours secondaire ou moins	Collégial	Universitaire
Base = réel	(3216) %	(595) %	(813) %	(615) %	(754) %	(1186) %	(1042) %	(943) %
Emploi	22	29	19	25	17	34	17	13
Carrière	51	44	53	51	62	40	55	62
Les deux également	19	18	20	18	16	17	21	19
Ni l'un ni l'autre	4	6	5	3	4	4	4	4
Ne sait pas	4	4	4	3	1	5	3	2

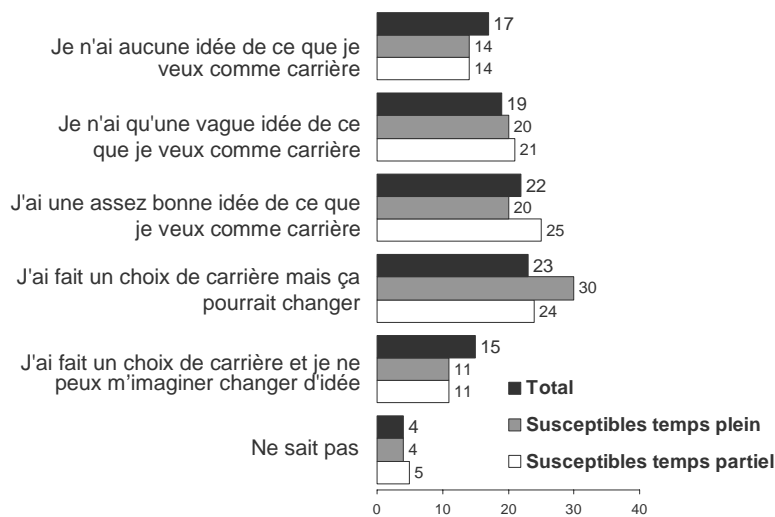
2-4 Situation actuelle par rapport au choix de carrière

Bien que les Canadiens admissibles aient tendance à avoir des aspirations professionnelles, leur situation actuelle quant à leur choix de carrière révèle beaucoup d'indécision. Bien que plus de la moitié aient au moins une assez bonne idée de ce qu'ils veulent faire, seulement 15 pour cent sont fixés quant à leur choix de carrière. Plus d'un tiers (36 %) n'ont qu'une vague idée ou pas du tout d'idée.

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces sont plus à mi-chemin, avec une assez bonne idée de la carrière qu'ils ont en tête, mais moins susceptibles d'avoir pris une décision ferme. Trois répondants sur dix (30 %), susceptibles de s'enrôler à temps plein, ont fait un choix de carrière mais pourraient changer d'idée. Les efforts de recrutement des Forces canadiennes, y compris le counseling professionnel, peuvent aider les Canadiens admissibles à se concentrer sur des possibilités de carrière.

Graphique 2.4

Situation actuelle par rapport au choix de carrière



Q : Lequel des énoncés suivants décrit le mieux où vous en êtes rendu(e) dans votre carrière?

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

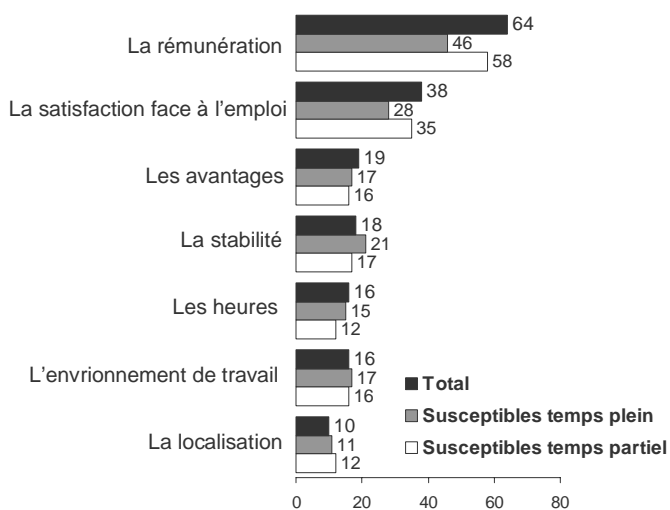
Le manque d'orientation de carrière, étonnamment, augmente avec l'âge. Bien que trois sur dix (30 %) des 16-17 ans n'aient qu'une vague idée de ce qu'ils veulent comme carrière, la proportion augmente à quatre sur dix parmi les 25-29 ans (40 %) et les 30-34 ans (38 %). Cette conclusion correspond à la proportion relativement élevée d'employés à temps partiel et de gens sans emploi dans le groupe des 20-34 ans. Bien que les femmes soient beaucoup plus susceptibles d'avoir un emploi à temps partiel ou de ne pas avoir d'emploi, elles ne sont pas différentes des hommes quant à leur orientation de carrière.

2-5 Les caractéristiques les plus importantes d'un emploi

La rémunération, de manière écrasante, est l'atout clé dans l'esprit de la majorité (64 %) des Canadiens admissibles. La satisfaction face à l'emploi traîne loin derrière en deuxième position, mentionnée par deux répondants sur cinq (38 %). Les avantages (19 %), la stabilité d'emploi (18 %), les heures (16 %) et l'environnement de travail (16 %) sont tous vus comme des avantages tertiaires.

Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein, bien qu'ils mentionnent la rémunération et la satisfaction face à l'emploi en tête de leur liste d'avantages, sont moins susceptibles de les avoir mentionnés comparativement au Canadien admissible type.

Graphique 2.5
Trois caractéristiques les plus importantes d'un emploi
(sept premières mentions)



Q : En tenant compte de votre situation actuelle, quelles sont les 3 caractéristiques les plus importantes d'un emploi? (QUESTION OUVERTE)

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

Démographiquement, il y a un certain nombre de différences intéressantes.

- Les Canadiens admissibles plus jeunes, avec moins d'expérience sur le marché du travail, sont beaucoup plus intéressés à avoir une satisfaction face à l'emploi et un environnement de travail agréable que leurs homologues plus âgés. Par exemple, 48 % des 16-17 ans recherchent la satisfaction, comparativement à seulement 31 pour cent parmi les 30-34 ans.

- Par contre, les Canadiens admissibles plus âgés montrent un intérêt relativement plus élevé pour les avantages et la stabilité d'emploi.
- Les minorités visibles sont encore plus susceptibles que le Canadien admissible type de rechercher un généreux chèque de paye (69 % versus 64 %, respectivement) et un environnement de travail agréable (25 % versus 16 %, respectivement).
- Comme ceux qui songent à s'enrôler à temps plein (46 %), les Autochtones sont moins préoccupés par leur rémunération (53 %) comparativement au Canadien admissible moyen (64 %). Ils sont aussi moins préoccupés par la stabilité d'emploi (12 % versus 18 % pour tous les Canadiens admissibles).

Tableau 2-d : Caractéristiques les plus importantes d'un emploi selon l'âge et l'ascendance

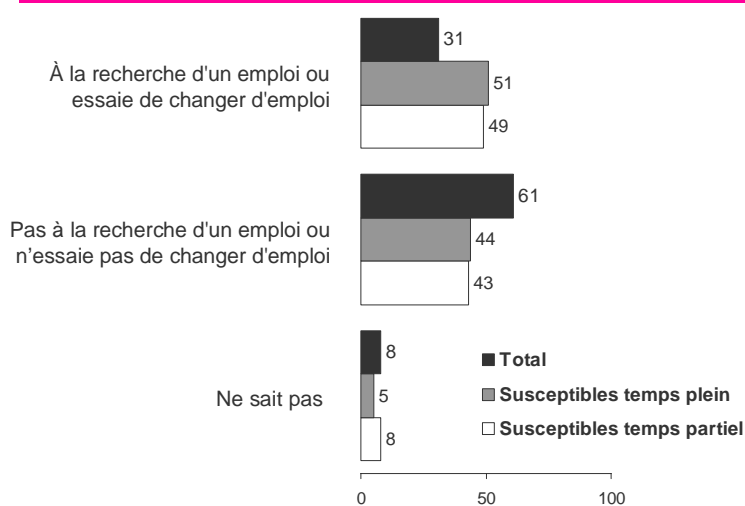
	Total	Âge					Ascendance	
		16-17	18-19	20-24	25-29	30-34	Minorité visible	Autochtone
Base = réel	(3216) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %	(278) %	(238) %
Le salaire	64	61	64	64	63	64	69	53
La satisfaction face à l'emploi	38	48	49	40	36	31	37	22
Les avantages	19	8	10	16	24	23	19	11
La stabilité	18	9	13	17	20	22	18	12
Les heures	16	18	13	15	18	16	13	17
L'environnement de travail	16	20	23	15	15	14	25	12
La localisation	10	11	9	12	11	9	14	7
La flexibilité	8	5	4	9	9	10	7	9
Le défi	6	4	6	6	6	8	8	3
Les promotions	6	3	2	6	7	6	8	2
Une saine gestion	5	5	3	6	4	5	4	2
Le respect	4	3	4	4	3	4	2	5
La créativité	4	2	4	5	4	3	1	4
Travailler avec des personnes intéressantes	3	3	8	4	3	2	4	3
La valorisation	3	1	1	2	3	5	2	2
Apprendre de nouvelles choses	3	3	3	3	3	3	4	1
L'autonomie	3	2	3	3	3	3	3	4
Le type de travail	2	2	3	3	3	2	3	4
Les interactions avec les autres	2	3	2	2	2	3	1	3
La ponctualité	2	2	3	2	2	1	0	5

2-6 Fréquence de recherche d'emploi actuelle

Presque un tiers (31 %) de ceux qui sont admissibles disent qu'ils sont à la recherche d'un emploi ou qu'ils veulent changer d'emploi. À titre de comparaison, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces sont beaucoup plus susceptibles d'être à la recherche d'un emploi (50 %), et sont par conséquent plus réceptifs aux messages de communication des Forces canadiennes qui parlent d'emploi. Bien entendu, l'une des raisons pour lesquelles ils sont susceptibles de s'enrôler est qu'ils se cherchent un emploi.

Graphique 2.6

Recherche d'emploi



Q : Êtes-vous présentement à la recherche d'un emploi ou essayez-vous présentement de changer d'emploi?

Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

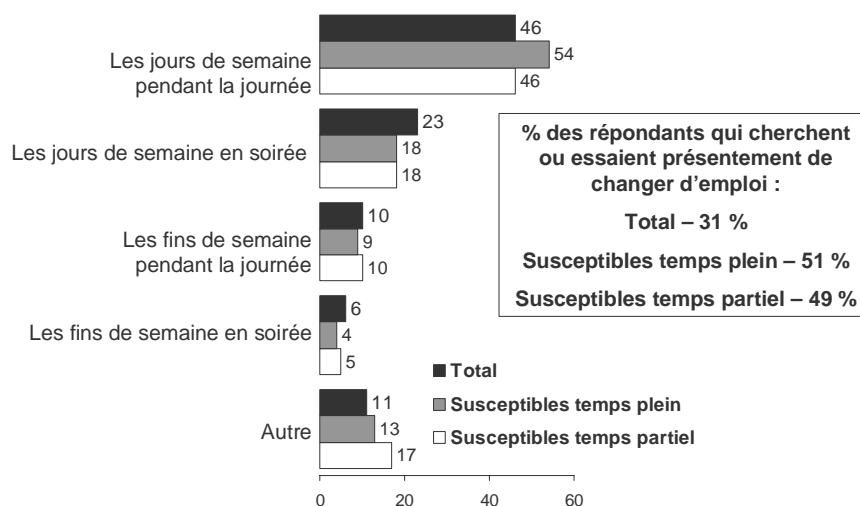
Le comportement face à la recherche d'emploi varie selon le sexe, l'âge et l'ascendance.

- Les hommes (33 %) sont plus susceptibles d'être à la recherche d'un emploi que les femmes (29 %).
- Les Canadiens admissibles plus jeunes sont plus susceptibles d'être à la recherche d'un emploi que leurs homologues plus âgés. Par exemple, 38 pour cent des 18-19 ans se cherchent un emploi comparativement à 25 pour cent de ceux qui sont âgés de 25 ans ou plus.
- Les minorités visibles (41 %) et les Autochtones (37 %) sont plus susceptibles d'être à la recherche d'un emploi que le Canadien admissible type (31 %).

2-7 Stratégie de recherche d'emploi

Parmi ceux qui se cherchent un emploi, la recherche d'emploi se fait surtout les jours de semaine pendant le jour (46 %), les jours de semaine en soirée (23 %) étant mentionnés en deuxième le plus souvent.

Graphique 2.7
Stratégie de recherche d'emploi



Q : Quand cherchez-vous habituellement un emploi?

Base : total des Canadiens admissibles qui cherchent un emploi ou essaient de changer d'emploi (n = 941)

2007 TNS Canadian Facts

Comme on peut s'y attendre, les stratégies de recherche d'emploi diffèrent selon le sexe et l'âge et aussi un peu selon l'ascendance.

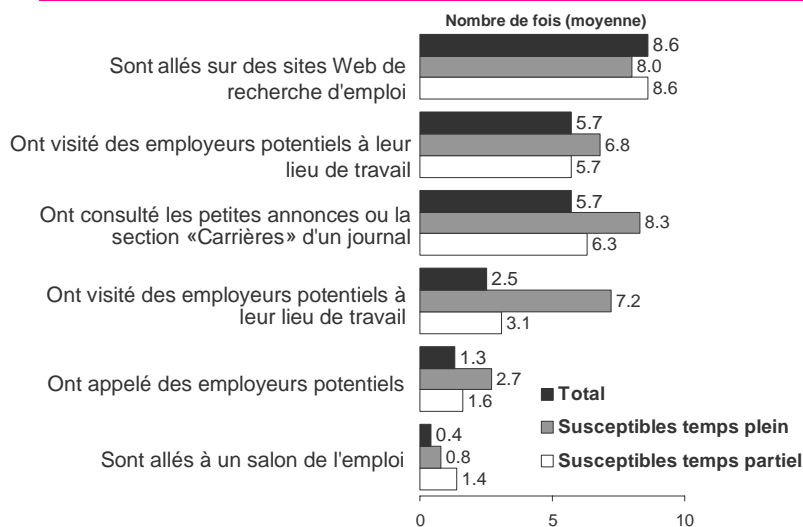
- Les hommes, qui sont plus susceptibles d'avoir un emploi à temps plein, sont plus susceptibles d'être à la recherche d'un emploi les jours de semaine en soirée (26 %) que les femmes (19 %).
- Ceux qui se situent dans le groupe des 16-17 ans ont tendance à se chercher un emploi en fin de semaine, soit durant le jour (29 %) ou en soirée (16 %), alors que leurs homologues plus âgés ont tendance à le faire durant le jour les jours de semaine.
- Les Autochtones, qui sont plus susceptibles d'être sans emploi, ont, dans une forte majorité, tendance à se chercher un emploi les jours de semaine (63 %).
- Les membres de minorités visibles sont plus susceptibles de se chercher un emploi les jours de semaine en soirée (28 %).

2-8 Fréquence de participation à des activités liées à la recherche d'emploi

Ceux qui se cherchent un emploi utilisent diverses méthodes au cours d'un mois, visitant habituellement des sites Web de recherche d'emploi (8,6 fois), des sites Web d'employeurs (5,7 fois) et consultant les journaux (5,7 fois).

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein font preuve de plus de diligence que les Canadiens admissibles, faisant 7,2 visites en moyenne, à des employeurs potentiels à leur lieu de travail.

Graphique 2.8
Fréquence de participation à des activités liées à la recherche d'emploi



Q : Veuillez me dire combien de fois au cours des 30 derniers jours vous avez fait l'une des activités suivantes :
Base : total des répondants qui cherchent un emploi ou essaient de changer d'emploi (n = 941)

2007 TNS Canadian Facts

Le comportement face à la recherche d'emploi s'intensifie avec l'âge.

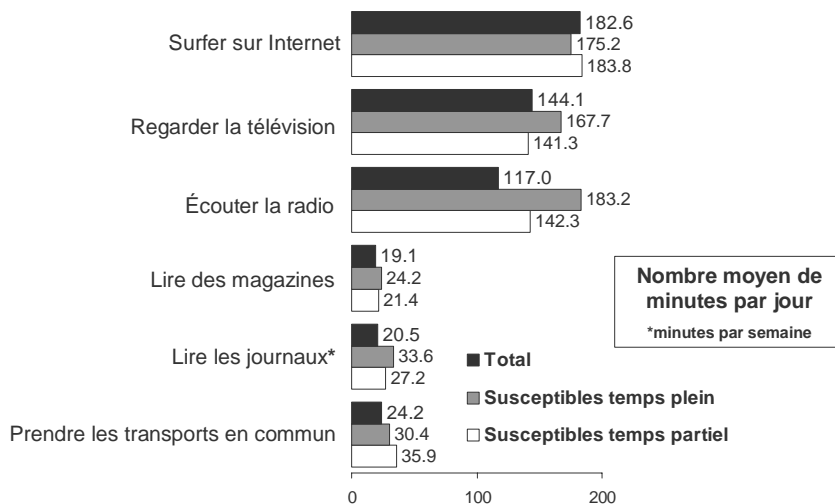
- Ceux qui se situent dans le groupe des 30-34 ans indiquent qu'ils visitent plus souvent les sites Web de recherche d'emploi (11,7) et les sites Web d'employeurs (9,0) et consultent plus souvent les annonces classées/la section carrières et professions d'un journal (7,3) comparativement aux plus jeunes.
- Par contre, ceux qui se situent dans le groupe des 18-19 ans font preuve de plus d'initiative lorsqu'il s'agit de visiter personnellement des employeurs potentiels à leur lieu de travail (5,1 visites, en moyenne, au cours des 30 derniers jours).

3-0 Utilisation des médias

3-1 Vue d'ensemble

La jeunesse d'aujourd'hui grandit dans un monde médiatique plus fragmenté. Internet, la télévision et la radio sont plus populaires parmi les Canadiens admissibles, Internet occupant la majeure partie de leur temps (183 minutes par jour, en moyenne). Les magazines (19 minutes) et les journaux (21 minutes) jouent un plus petit rôle dans leur vie.

Graphique 3.1a
Utilisation des médias – vue d'ensemble



Q : Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à ...?
Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

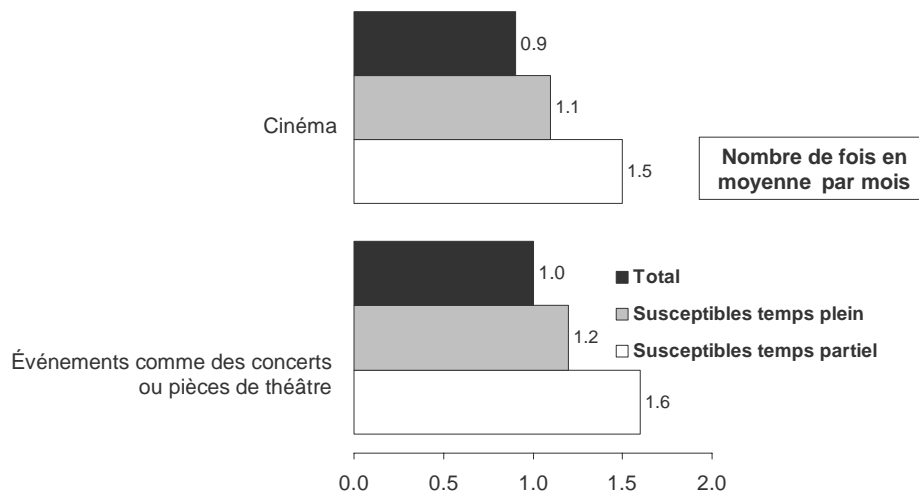
2007 TNS Canadian Facts

Ceux qui sont intéressés à s'enrôler sont :

- Les grands consommateurs de télévision et de radio en particulier, qui consacrent autant de temps aux deux médias qu'ils consacrent à surfer sur Internet. Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel passent plus de temps à écouter la radio mais, autrement, ressemblent aux Canadiens admissibles quant à leur écoute de la télévision.
- Ceux qui passent un peu plus de temps à lire les journaux et à utiliser les transports en commun que les Canadiens admissibles, en général, mais ils ne sont pas tellement différents quant au temps qu'ils consacrent aux magazines.

- Moins susceptibles d'être allés au cinéma que le Canadien admissible type, alors que ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel sont un peu plus susceptibles d'avoir assisté à un événement comme un concert ou une pièce de théâtre au cours des 30 derniers jours.

Graphique 3.1b
Utilisation des médias – vue d'ensemble (suite)



Q : Au cours d'un mois ordinaire, environ combien de fois allez-vous au/assistez-vous à ...?
Base : total des Canadiens admissibles (n = 3216).

2007 TNS Canadian Facts

En général, il y a différents modèles d'utilisation des médias selon diverses caractéristiques démographiques, le sexe et l'âge étant les plus importantes.

- Les hommes (200 minutes) passent plus de temps sur Internet que les femmes (165 minutes), mais les femmes passent plus de temps devant la télévision (152 versus 137 minutes pour les hommes).
- Les répondants plus jeunes (16-17) consacrent moins de temps aux médias traditionnels comme la télévision, la radio et les journaux, mais passent plus de temps sur Internet que leurs homologues plus âgés. Ils sont aussi plus susceptibles d'être allés au cinéma ou d'avoir assisté à un événement comme un concert ou une pièce de théâtre que leurs homologues plus âgés et sont plus susceptibles de passer du temps dans les transports en commun.
- Étant donné que les minorités visibles demeurent souvent dans les grands centres urbains, il n'est pas surprenant de constater qu'ils passent beaucoup plus de temps dans les transports en commun comparativement au Canadien admissible type (51 versus 24 minutes par jour, en moyenne). Cependant, ils

passent aussi plus de temps sur Internet (250 versus 183 minutes par jour, en moyenne).

- Les Canadiens autochtones affichent aussi un modèle unique d'utilisation des médias, consacrant plus de temps par jour à la télévision, à la radio, aux journaux et aux magazines que le Canadien admissible type. Ils sont aussi plus susceptibles d'être allés au cinéma ou d'avoir assisté à un événement comme un concert ou une pièce de théâtre au cours du dernier mois.

Tableau 3-a : Temps consacré aux médias selon le sexe et l'âge

	Total	Sexe		Âge				
		Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Nombre moyen de minutes par jour								
Internet	183	200	165	191	205	187	186	163
Télévision	144	137	152	123	136	139	154	151
Radio	117	121	112	62	111	109	126	140
Prendre les transports en commun	24	26	22	33	34	31	21	13
Journaux	21	23	18	16	18	21	21	23
Magazines	19	17	21	17	17	19	19	21
Nombre moyen de minutes par mois								
Cinéma	0,9	1,0	0,8	1,5	1,6	1,0	0,7	0,5
Événements comme des concerts ou pièces de théâtre	1,0	1,2	0,8	1,3	1,8	1,0	1,0	0,7

3-2 Types d'émissions de télévision les plus populaires

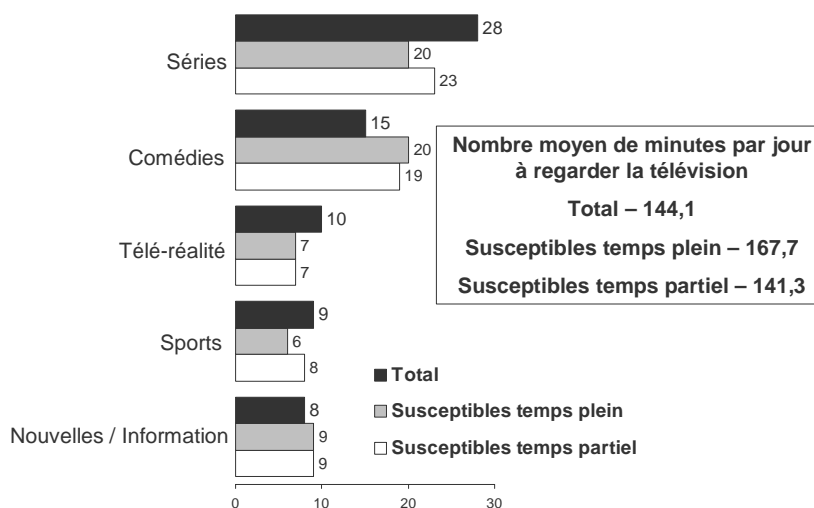
Ceux qui sont intéressés à s'enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein regardent plus souvent la télévision que le Canadien admissible type (168 minutes versus 144 minutes par jour en moyenne, respectivement). Le plus haut niveau de chômage dans ce groupe est peut-être responsable du plus grand nombre d'heures que ce groupe consacre à la télévision.

Bien que les séries représentent le type d'émission le plus populaire auprès des Canadiens admissibles, les comédies sont tout aussi populaires auprès de ceux qui sont intéressés à s'enrôler dans les Forces. La proportion de recrues potentielles qui regardent les comédies est égale à la proportion de ceux qui regardent les séries.

Tel que prévu, il y a d'importantes différences entre les hommes et les femmes quant à leurs choix. Les hommes sont beaucoup plus susceptibles que les femmes de préférer les émissions sportives (17 % vs 1 %) et les émissions de nouvelles/d'information (10 % vs 6 %). Les femmes sont deux fois plus susceptibles que les hommes (14 % vs 6 %) de préférer les télé-réalités et quelque peu plus susceptibles de préférer les séries (34 % vs 23 %).

La probabilité de regarder les émissions de nouvelles/d'information augmente avec l'âge. Par exemple, un répondant sur dix (11 %) dans le groupe des 30-34 ans indique que les nouvelles/l'information constituent son type d'émission le plus populaire, alors que presque aucun répondant (3 %) ne fait ce choix dans le groupe des 16-17 ans.

Graphique 3.2
Types d'émission les plus populaires (cinq premières mentions)



Q : Quel type d'émission de télévision préférez-vous?
Base : total des répondants éligibles qui regardent la télévision (n = 3026)
2007 TNS Canadian Facts

3-3 Format ou émission de radio le plus populaire

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes, spécialement ceux intéressés à s'enrôler à temps plein, passent plus de temps à écouter la radio (183 minutes par jour, en moyenne) que leurs pairs, en général (117 minutes, en moyenne), ce qui laisse sous-entendre que la radio est un moyen efficace de les joindre.

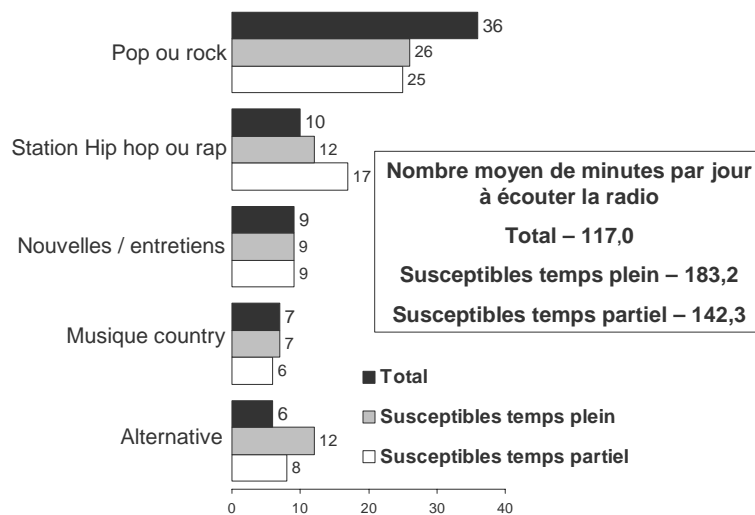
Le format de station radiophonique le plus populaire auprès des Canadiens admissibles est, de loin, le pop ou le rock (36 %). Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler, bien qu'ils choisissent le pop ou le rock comme leur format préféré, ne sont pas aussi ancrés dans leur préférence que la moyenne. Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel ont tendance à préférer le hip-hop ou le rap (17 %), alors que ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein penchent du côté d'un format alternatif (12 %).

Il y a des différences notables entre les groupes démographiques quant au choix du format radiophonique.

- Les hommes (13 %) sont deux fois plus susceptibles que les femmes (6 %) d'écouter des stations de nouvelles/d'entretiens à la radio.
- Avec l'âge, la probabilité de choisir du hip-hop/ rap diminue, alors que la probabilité d'écouter des stations de nouvelles/d'entretiens à la radio augmente.
- De façon similaire, plus la tranche de revenu est élevée, plus il est probable que l'on choisisse des stations de nouvelles/d'entretiens à la radio comme sa station radiophonique préférée.
- Les minorités visibles, bien qu'étant de moins grands auditeurs de la radio dans l'ensemble, sont beaucoup plus susceptibles d'être des fans de hip hop ou de rap (27 %) que le Canadien admissible type (10 %).

Graphique 3.3

Station ou émission de radio la plus populaire (cinq premières mentions)



Q : Quel type de station ou d'émission de radio écoutez-vous le plus souvent?

Base : total des répondants admissibles qui écoutent la radio (n = 2607)

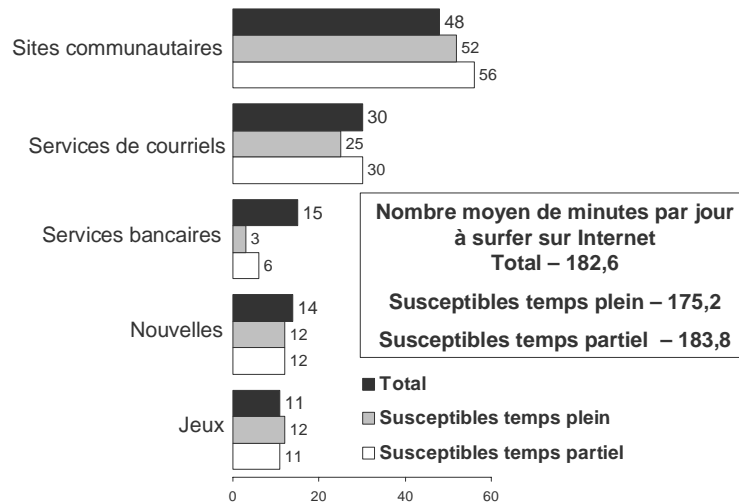
2007 TNS Canadian Facts

3-4 Sites Web les plus populaires

Étant donné l'étendue d'Internet, les 16 à 34 ans identifient un grand nombre de sites Web. Les sites Web communautaires comme Google³ et Facebook sont de loin les types de sites Web les plus populaires, mentionnés par presque la moitié (48 %) des Canadiens admissibles. Les sites Web de service courriel arrivent en deuxième position, étant mentionnés par trois répondants sur dix (30 %). Les sites bancaires (15 %) et d'information (14 %) arrivent en troisième position, suivis de près par les sites de jeux (11 %), de sports (11 %) et d'information (10 %).

Ceux qui sont intéressés à s'enrôler dans les Forces canadiennes ne sont pas beaucoup différents du Canadien admissible type quant aux types de sites qu'ils aiment visiter, bien qu'ils soient beaucoup moins susceptibles de faire leurs opérations bancaires en ligne.

Graphique 3.4
Sites Web les plus populaires (cinq premières mentions)



Q : Quels sont les 3 sites Web que vous visitez le plus souvent?
 Base total des répondants admissibles qui ont accès à Internet (n = 2993)
 2007 TNS Canadian Facts

³ Les caractéristiques des sites communautaires comprennent le réseautage, la recherche et la création de groupes. Yahoo et MSN offrent des possibilités de groupes et de recherche. Google se réfère à Google/Groupes Google/Google Images. Les références à Google News ont été regroupées sous Nouvelles.

Les deux sites Web qui sont les plus populaires auprès des Canadiens admissibles sont Hotmail et Google, mentionnés par 25 et 21 pour cent des répondants, respectivement. Ceux qui sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces ne sont pas tellement différents des Canadiens admissibles quant aux sites Web qu'ils fréquentent. (voir Tableau 3-b ci-dessous)

Tableau 3-b : Sites spécifiques des répondants qui sont susceptibles de s' enrôler

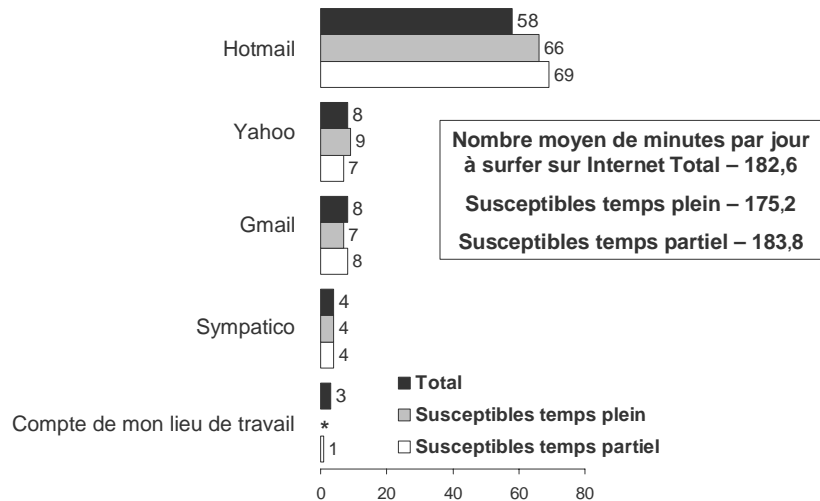
	Total	Susceptibles de s' enrôler	
		À temps plein	À temps partiel
Base = réel	(2993) %	(162) %	(271) %
Hotmail	25	23	28
Google	21	24	26
Yahoo	11	13	15
MSN	9	12	11
Facebook	8	9	10
My Space	6	8	6
Ebay	7	5	5
Gmail	3	1	1
POGO Games	3	2	2
TSN	3	1	2
NHL	3	2	1
Wikipedia	3	0	1
CBC	3	1	3
Weather Network	3	0	2

3-5 Services courriels les plus populaires

Le choix du service courriel le plus populaire est sans aucun doute Hotmail (58 %), et dans une proportion légèrement plus élevée auprès de ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces à temps plein (66 %) ou à temps partiel (69 %). Yahoo et Gmail arrivent loin derrière, en deuxième position, chacun étant mentionné par 8 pour cent des Canadiens admissibles.

- À mesure qu'on avance en âge, la probabilité de choisir Hotmail diminue. Bien que huit répondants sur dix (78 %) dans le groupe des 18-19 ans préfèrent Hotmail, seulement la moitié (37 %) du groupe des 30-34 ans le choisissent.
- Étant donné que le revenu est lié à l'âge, il n'est pas surprenant que la probabilité de choisir Hotmail diminue à mesure que le revenu augmente.

Graphique 3.5
Services courriels les plus populaires (cinq premières mentions)



* Moins de 0,5 %
 Q : Quel service de courriel utilisez-vous le plus souvent?
 Base total des répondants admissibles qui ont accès à Internet (n = 2993)

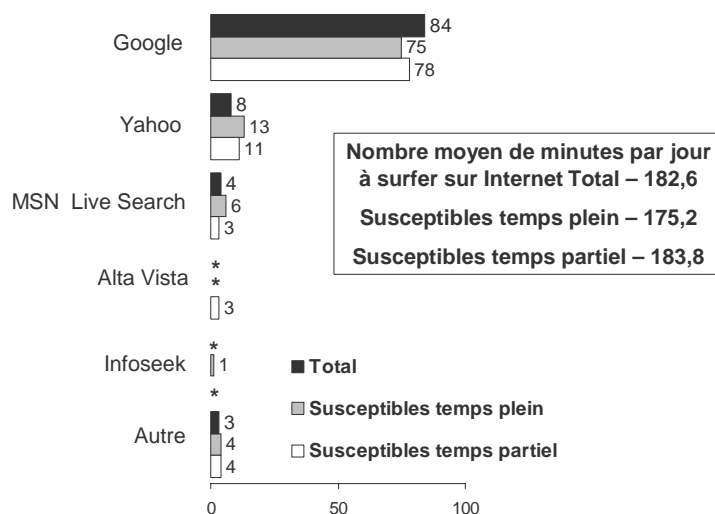
3-6 Moteur de recherche le plus populaire

Google est de loin le moteur de recherche le plus populaire pour ceux qui sont intéressés à s'enrôler ainsi que pour leurs pairs. Yahoo se classe loin derrière, en deuxième position, à cet égard.

Bien que Google soit le choix le plus populaire, on observe de légères différences entre les groupes démographiques.

- Avec l'âge, la probabilité de choisir Google diminue. Par exemple, bien que Google soit le choix presque universel (93 %) parmi les plus jeunes (16-17 ans), la proportion tombe à 79 pour cent parmi les 30-34 ans.
- Les Canadiens plus âgés (30-34 ans) penchent légèrement vers Yahoo (9 %) ou MSN Live Search (8 %) comparativement à ceux de moins de 20 ans.

Graphique 3.6
Moteur de recherche le plus populaire



Nombre moyen de minutes par jour
 à surfer sur Internet Total – 182,6
 Susceptibles temps plein – 175,2
 Susceptibles temps partiel – 183,8

* Moins de 0,5 %
 Q : Quel moteur de recherche utilisez-vous le plus souvent?
 Base total des répondants admissibles qui ont accès à Internet (n = 2993)

3-7 Les magazines les plus populaires

La lecture de magazines est très fragmentée, les titres les plus populaires étant Cosmopolitan et People, préférés par seulement une poignée (6 % et 5 %, respectivement) de tous les jeunes Canadiens. Un certain nombre d'autres titres populaires se disputent la deuxième position, y compris Reader's Digest, Maclean's, Time, Maxim, Today's Parent, In Touch Weekly, Sports Illustrated et 7 Jours, récoltant 2 pour cent, chacun.

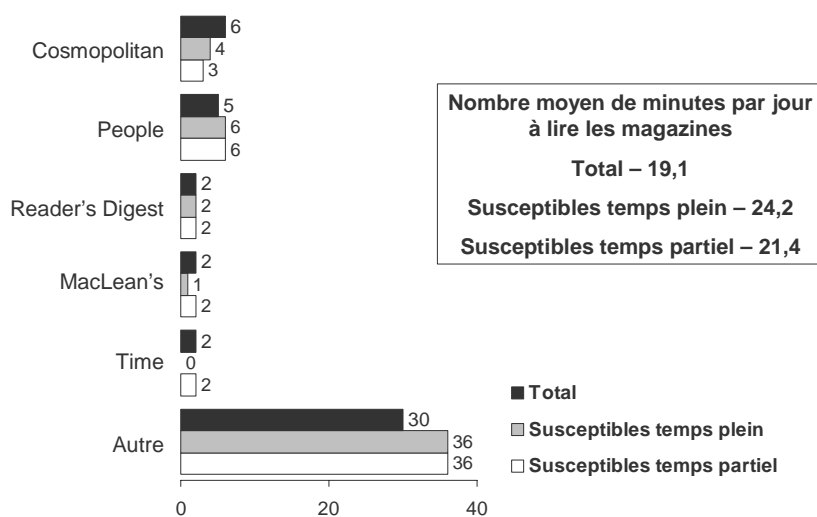
Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps plein sont plus susceptibles de préférer Maxim (5 %), mais à part cela ressemblent au Canadien admissible type quant à leur lecture de magazines.

Il y a quelques petites différences qui sont hautement significatives selon les groupes démographiques.

- Les femmes préfèrent les revues féminines comme Cosmopolitan (11 %), People (8 %), Today's Parent (3 %) et In Touch Weekly (3 %). Les hommes ont tendance à préférer les magazines d'information comme Maclean's (4 %) ou Time (4 %) et les revues masculines comme Maxim (4 %) et Sports Illustrated (3 %).
- Le lectorat de Cosmopolitan penche du côté des lecteurs plus jeunes, particulièrement les femmes dans le groupe des 18-19 ans, alors que Reader's Digest, Maclean's et Today's Parent penchent du côté des plus vieux, particulièrement ceux dans le groupe des 30-34 ans.

Graphique 3.7

Magazines les plus populaires (cinq premières mentions)



Q : Quel magazine lisez-vous le plus souvent?
 Base : total des répondants admissibles qui lisent des magazines (n = 1580)

2007 TNS Canadian Facts

Il n'est pas étonnant de constater que les magazines les plus populaires pour les Canadiens anglophones sont identiques à ceux choisis par la population canadienne dans l'ensemble. Par contre, les magazines les plus populaires auprès des francophones sont : 7 Jours (8 %); L'Actualité (5 %); Elle Québec (5 %); Coup de Pouce (4 %); et Star Système (4 %).

Tableau 3-g : Magazines les plus populaires selon la langue

	Langue		
	Total	Anglais	Français
Base = réel	(1580) %	(1233) %	(347) %
Cinq premiers choix parmi les Canadiens anglophones admissibles			
Cosmopolitan	6	7	1
People	5	6	1
Reader's Digest	2	3	1
MacLean's	2	3	0
Time	2	2	1
Cinq premiers choix parmi les Canadiens francophones admissibles			
7 Jours	2	0	8
L'Actualité	1	0	5
Elle Québec	1	0	5
Coup de Pouce	1	0	4
Star Système	1	0	4

3-8 Journaux les plus populaires

Le quotidien local est le choix de journal le plus populaire autant auprès de ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes que les Canadiens admissibles, en général. Loin derrière, en deuxième position, les quotidiens nationaux sont préférés par 14 pour cent.

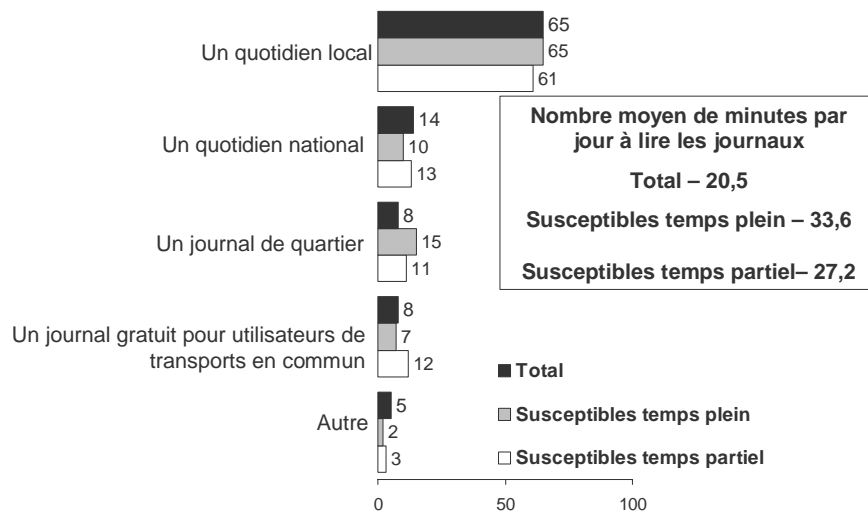
Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces à temps plein montrent un léger penchant mais un penchant quand même significatif pour les journaux de quartier (15 %), alors que ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel penchent du côté des journaux gratuits pour les utilisateurs de transports en commun (12 %).

Il y a peu de différences à noter entre les groupes démographiques.

- La préférence pour un quotidien national augmente à mesure que le revenu et le niveau de scolarité augmentent. Ceux qui viennent de foyers où le revenu est plus faible et le niveau de scolarité moins élevé, par contre, ont tendance à favoriser les journaux de quartier.
- Ceux qui se situent dans le groupe des 18-24 ans ont tendance à favoriser les journaux de quartier gratuits comme Métro, 24 Heures et Dose.

Graphique 3.8

Journaux les plus populaires



Q : Quel type de journal lisez-vous habituellement?
 Base : total des répondants admissibles qui lisent les journaux (n = 2069)
 2007 TNS Canadian Facts

3-9 Transports en commun utilisés le plus souvent

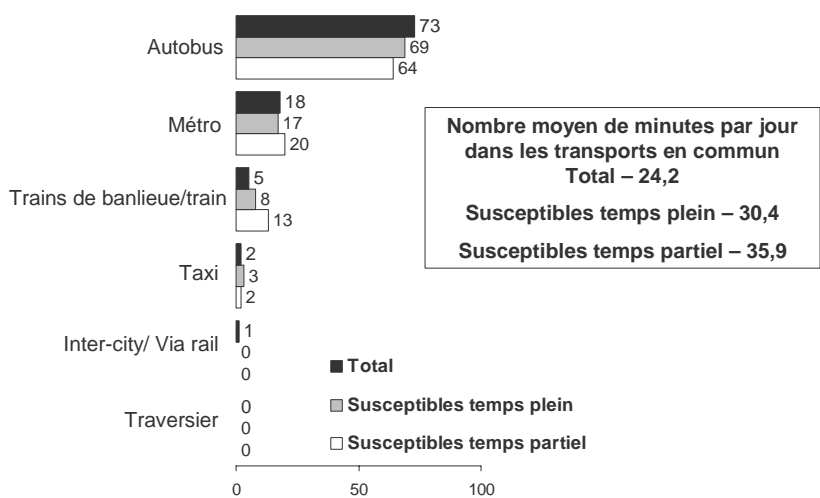
Ceux qui ont affirmé être susceptibles de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein et à temps partiel passent beaucoup plus de temps dans les transports en commun que le Canadien type (30,4, 35,9 et 19,1 minutes par jour, respectivement, en moyenne).

Quant au mode de transport en commun utilisé, ceux qui sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces ne sont pas tellement différents des Canadiens admissibles, en général. Les deux groupes prennent habituellement l' autobus, ce qui signifie que les abribus ou les publicités dans les autobus constituent une possibilité. Loin derrière, en deuxième position, un cinquième (18 %) des Canadiens admissibles qui utilisent les transports en commun prennent le métro.

Il y a certaines différences significatives selon les groupes démographiques.

- Ceux qui se situent dans le groupe des plus jeunes (16-17 ans) qui, forcément, sont moins susceptibles de posséder un véhicule, sont aussi les plus susceptibles de se fier à l' autobus (88 %), alors que seulement 62 pour cent de ceux qui se situent dans le groupe des 30-34 ans le font.
- L' utilisation des transports en commun diminue selon le revenu mais augmente selon le niveau de scolarité. Ceux qui ont un diplôme universitaire passent légèrement plus de temps dans les transports en commun que ceux qui sont moins scolarisés.
- L' utilisation du métro, à Montréal et à Toronto, augmente avec l' âge et le niveau de scolarité, de sorte qu' un quart de ceux qui ont 25 ans et plus, et un quart de ceux qui ont un diplôme universitaire utilisent le métro plus souvent.
- Les Autochtones qui utilisent les transports en commun sont plus susceptibles de se fier à l' autobus comparativement au Canadien admissible type.

Graphique 3.9
Transports en commun utilisés le plus souvent



Q : Quelle forme de transports en commun utilisez-vous le plus souvent?
 Base : total des répondants admissibles qui utilisent les transports en commun (n = 782)
 2007 TNS Canadian Facts

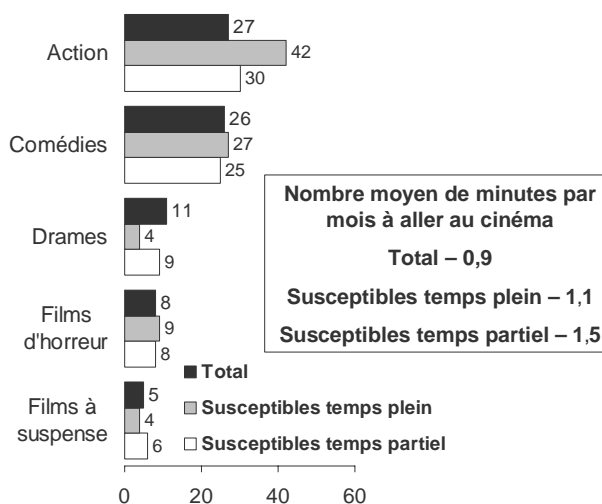
3-10 Types de films les plus populaires

Bien que les films d'action (27 %) et les comédies (26 %) soient tous deux populaires auprès des Canadiens admissibles, ceux qui sont susceptibles de s'engager dans les Forces canadiennes à temps plein sont beaucoup plus susceptibles de préférer les films d'action (42 %). Les recrues potentielles à temps plein ne sont pas plus susceptibles de préférer les comédies (27 %) que le Canadien type (26 %), même si ces répondants ont tendance à préférer les comédies à la télévision.

Il n'est pas étonnant de constater qu'il y a des différences notables entre les hommes et les femmes quant à leurs préférences en matière de films. Les films d'action sont le premier choix des hommes (37 %), suivis, loin derrière en deuxième position (23 %) par les comédies. Les femmes, par contre, préfèrent les comédies (31 %), et ensuite les drames (15 %) ou les films d'action (14 %), en deuxième position

Graphique 3.10

Types de films les plus populaires (cinq premières mentions)



Q : Quel genre de film préférez-vous?
 Base : total des répondants admissibles qui vont au cinéma (n = 1655)
 2007 TNS Canadian Facts

3-11 Événements en direct les plus populaires

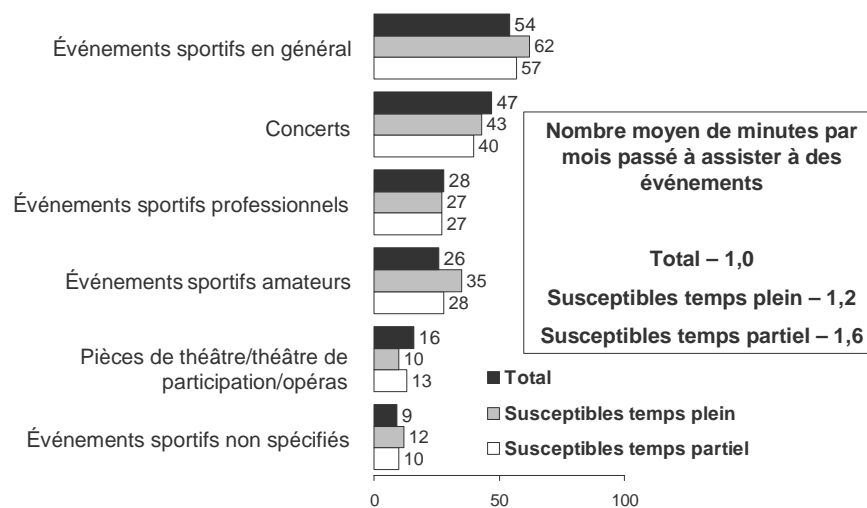
Les événements sportifs, professionnels autant qu'amateurs, sont les deux événements de choix pour les Canadiens de 16 à 34 ans, avec plus de la moitié (54 %) qui assistent habituellement à ces événements. Viennent, en deuxième position, les concerts (47 %). Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein sont spécialement susceptibles d'assister à des événements sportifs amateurs (35 %).

Il y a plusieurs différences démographiques notables.

- Les hommes (34 %) sont deux fois plus susceptibles que les femmes (18 %) d'assister à des événements sportifs professionnels, mais ne sont pas plus susceptibles d'assister à des événements sportifs amateurs que les femmes (26 % versus 27 %, respectivement).
- Ceux qui sont âgés de 20 à 34 ans (31 %) et ceux qui ont un diplôme universitaire (36 %) sont plus susceptibles d'assister à des événements sportifs professionnels que ceux qui sont âgés de 16 à 19 ans et ceux qui sont moins scolarisés. Ceux qui sont dans le groupe des 16-19 ans, cependant, sont plus susceptibles d'assister à des événements sportifs amateurs.

Graphique 3.11

Types d'événements en direct les plus populaires



Q : À quel type d'événement assistez-vous habituellement?
 Base : total des répondants admissibles qui assistent à des événements (n = 1272)

2007 TNS Canadian Facts

4-0 Intérêts et activités

Les enrôlés potentiels ressemblent beaucoup aux Canadiens admissibles quant à leurs intérêts et activités. Les deux groupes se caractérisent comme étant fiables, agréables et extravertis.

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces, cependant, sont légèrement plus susceptibles de se percevoir comme étant créatifs et extravertis, mais désorganisés comparativement aux Canadiens admissibles.

Pour ce qui est des cinq grands traits de personnalité, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces sont seulement un peu différents du Canadien admissible type. Ils sont marginalement...

- Plus ouverts d'esprit
- Moins consciencieux
- Plus extravertis
- Plus agréables
- Moins bien équilibrés

Bien que les Canadiens admissibles espèrent voyager, faire de l'argent et poursuivre leurs études, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes font preuve de plus de pragmatisme et sont autant intéressés à faire de l'argent et à poursuivre leurs études qu'à voyager. Bien que l'idée de voyager avec les Forces canadiennes soit attrayante, elle sous-entend qu'il faudrait servir en Afghanistan et, par conséquent, le fait de mentionner l'opportunité de voyager n'est peut-être pas de mise à ce moment-ci pour promouvoir les Forces. Les communications des Forces canadiennes devraient plutôt refléter l'aspect pratique d'un chèque de paye régulier et l'occasion de parfaire son éducation.

Ni les Canadiens admissibles, ni les enrôlés potentiels peuvent être décrits comme étant des fanatiques de sport. Bien que passer du temps avec ses amis soit une priorité, les activités solitaires comme la lecture et l'écoute de la musique le sont aussi.

Les sports qui sont relativement populaires auprès des enrôlés potentiels sont le hockey et le culturisme, bien qu'il n'y ait aucun doute que les saisons jouent un rôle quant au choix. Tel que prévu, il y a de grandes différences selon le sexe :

- Les hommes sont plus susceptibles de jouer au hockey (14 %), au soccer (6 %) et au basketball (6 %), et de faire du culturisme (10 %) que les femmes.
- Les femmes, d'un autre côté, sont plus susceptibles de courir (6 %) et de participer à des séances d'exercice (6 %) ou de pratiquer l'aérobic (6 %).

Bien que les obligations familiales soient un obstacle majeur à s'enrôler, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler sont nettement moins axés sur la famille que le Canadien admissible type et, parce qu'ils sont plus jeunes, ils préfèrent poursuivre des activités de jeunesse comme les sports ou les jeux vidéo plutôt que passer du temps avec la famille.

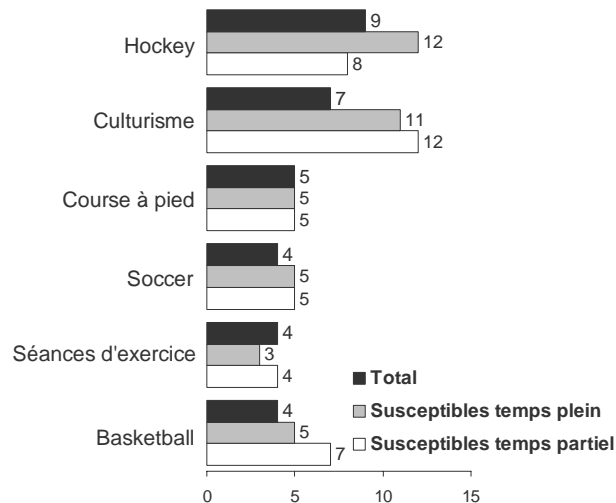
4-1 Sports ou activités physiques pratiqués le plus souvent

Bien que le hockey (9 %), suivi du culturisme (7 %), soient les principaux sports pratiqués par les 16 à 34 ans qui répondent aux critères d'admissibilité pour s' enrôler dans les Forces, ceux qui sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein sont plus susceptibles de participer à ces deux activités (12 % et 11 %, respectivement). Ceux qui sont intéressés à s' enrôler à temps partiel sont aussi plus susceptibles de faire du culturisme (12 %) et du basketball (7 %).

Tel que prévu, il y a plusieurs différences notables selon le sexe et l' âge.

- Les hommes sont plus susceptibles de jouer au hockey (14 %), au soccer (6 %) et au basketball (6 %), et de faire du culturisme (10 %) que les femmes. Les femmes, par contre, sont plus susceptibles de courir (6 %) et de participer à des séances d' exercice (6 %) ou de pratiquer l' aérobie (6 %).
- La fréquence de jouer au soccer et au basketball diminue avec l' âge; ceux qui se situent dans les groupes d' âge plus jeunes (16-17 ans) sont plus susceptibles d' être des passionnés de soccer et de basketball que leurs homologues plus âgés.

Graphique 4.1
Sports/activités physiques pratiqués le plus souvent (six premières mentions)



Q : Quel sport ou activité sportive pratiquez-vous le plus souvent?

Base : total des répondants admissibles (n = 3216)

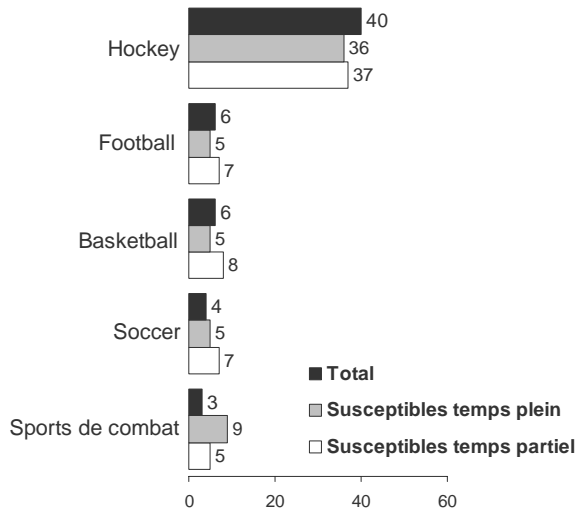
2007 TNS Canadian Facts

4-2 Sport ou activité physique regardé le plus souvent à la télévision

Étant donné que le sondage a été effectué pendant la saison de hockey, il n'est pas surprenant de constater que les Canadiens admissibles préfèrent regarder le hockey, 40 pour cent affirmant que c'est le sport qu'ils regardent le plus souvent. Les Canadiens susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes sont très similaires quant à leurs habitudes d'écoute, le hockey étant aussi leur émission préférée. Il y a, cependant, un petit groupe tout de même significatif (9 %) d'enrôlés potentiels à temps plein qui ont une préférence pour les sports de combat.

Graphique 4.2

Sport/activité physique regardé le plus souvent à la télévision (cinq premières mentions)



Q : Quel sport ou activité sportive regardez-vous à la télévision le plus souvent?

Base : total des répondants admissibles (n = 3216)

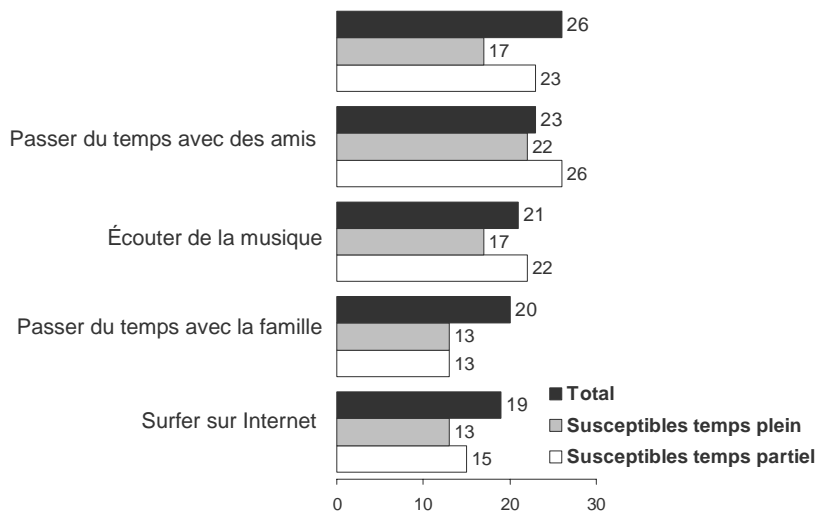
2007 TNS Canadian Facts

4-3 Passe-temps les plus populaires

Bien que passer du temps avec des amis (23 %) soit un passe-temps très populaire des Canadiens, les activités solitaires comme la lecture (26 %) et l'écoute de la musique (21 %) viennent aussi en tête de liste.

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes, qui ont tendance à être plus jeunes que le Canadien admissible type, sont moins susceptibles d'être axés sur la famille et plus intéressés à des activités de jeunesse comme les sports et les jeux vidéo. Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein sont aussi moins intéressés à lire (17 %), ou à surfer sur Internet (13 %).

Graphique 4.3
Passe-temps les plus populaires (cinq premières mentions)



Q : Quels sont vos passe-temps préférés?
Base : total des répondants admissibles (n = 3216)
2007 TNS Canadian Facts

Pour ce qui est des autres passe-temps un peu moins populaires, il y a quelques différences notables. Bien que les enrôlés potentiels passent au moins autant de temps devant le petit écran que le Canadien admissible type, ils sont moins susceptibles de dire que la télévision est un passe-temps préféré. Ils sont plutôt plus susceptibles de privilégier les sports et les jeux vidéo. Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein penchent vers les réparations d'auto (8 %) et les activités extérieures, particulièrement les

randonnées pédestres (10 %) et la chasse (7 %), alors que ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel aiment particulièrement les jeux vidéo (20 %).

Tel que prévu, il y a plusieurs grandes différences entre les hommes et les femmes. Les passe-temps préférés des hommes sont les sports (23 %), les jeux vidéo (23 %) et surfer sur Internet (21 %), alors que les femmes préfèrent la lecture (37 %), passer du temps avec la famille (27 %) et passer du temps avec les amis (25 %).

Les Canadiens admissibles plus jeunes, avec moins d'engagements et de responsabilités, particulièrement ceux dans le groupe des 16-17 ans, sont beaucoup plus susceptibles d'aimer sortir avec des amis (33 %) et écouter de la musique (33 %), surfer sur Internet (28 %) et participer à des sports (24 %). À l'autre extrémité du spectre de l'âge, ceux qui se situent dans le groupe des 30-34 ans sont plus susceptibles de mentionner la lecture (31 %) et passer du temps avec la famille (30 %).

Tableau 4-a : Passe-temps les plus populaires selon le sexe et l'âge

	Total	Sexe		Âge				
		Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Passe-temps les plus populaires :								
Lire	26	15	37	19	24	25	26	31
Passer du temps avec des amis	23	20	25	33	35	24	19	16
Écouter de la musique	21	19	22	33	26	24	17	14
Passer du temps avec la famille	20	13	28	7	12	14	25	30
Surfer sur Internet	19	21	16	28	21	18	18	16
Regarder la télévision	18	17	18	16	16	17	19	19
Pratiquer des sports	17	23	11	24	22	16	16	13
Jouer à des jeux vidéo	15	23	6	17	21	17	13	11
Randonnées	6	5	7	2	2	6	7	6
Pêche	5	7	2	1	3	4	6	6
Réparation d'automobiles	3	6	0	1	4	4	3	3
Chasse	2	4	1	1	1	2	3	3

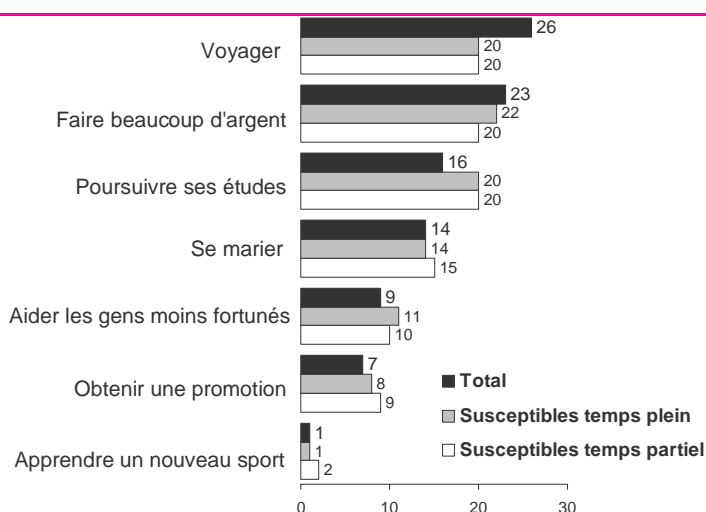
Note : Seules les valeurs supérieures à 0,5 % sont présentées. Pour la liste complète veuillez consulter les tableaux détaillés.

4-4 Ce que l'on veut le plus réaliser à l'avenir

Bien que les Canadiens admissibles espèrent pouvoir voyager (26 %), et ensuite faire de l'argent (23 %) et poursuivre leurs études (16 %), ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes font preuve de plus de pragmatisme et sont autant intéressés à faire de l'argent et à poursuivre leurs études qu'ils sont intéressés à voyager. Les Forces canadiennes constituent un attrait potentiel réel puisqu'elles combinent l'aspect pratique et l'aventure.

Graphique 4.4

Ce que l'on veut le plus réaliser à l'avenir



Q : Lesquels des projets suivants aimeriez-vous réaliser à l'avenir?

Base : total des répondants éligibles (n = 3216)

2007 TNS Canadian Facts

Il y a quelques différences notables selon les groupes démographiques.

- Les hommes sont plus intéressés à faire de l'argent (26 %) et à voyager (24 %), alors que les femmes ont tendance à être surtout intéressées à voyager (28 %). Les femmes sont plus intéressées à poursuivre leurs études (18 %) que les hommes (14 %).
- Ceux qui ont un diplôme collégial ou universitaire sont plus intéressés à voyager que ceux qui ont moins de scolarité.
- L'intérêt à poursuivre ses études diminue avec l'âge, reflétant l'idée que ces gens ont déjà acquis leur scolarité. Bien qu'un quart (25 %) de ceux qui se situent dans le groupe des 16-17 ans désirent poursuivre leurs études, seulement 10 pour cent des 30-34 ans poursuivent cet objectif.

4-5 Les dix caractéristiques de l'inventaire de personnalité

Une série de questions développées et utilisées par des psychologues a été incluse dans le sondage. Ces questions constituent les dix caractéristiques de l'inventaire de personnalité et fournissent un large éventail de traits de personnalité et assez de latitude pour capter des données de personnalité fiables tout en diminuant les coûts et la frustration du participant souvent associée aux études plus détaillées⁴. Bien qu'elles ne mesurent pas des traits de personnalité distincts comme le fait d'être volubile, chacune des dix caractéristiques de l'inventaire touche à un trait de personnalité.

Les Canadiens susceptibles de s'enrôler dans les Forces à temps plein ou à temps partiel sont plus susceptibles de se voir comme étant «créatifs» ou «extravertis», mais «désorganisés», comparativement à leurs pairs. Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps plein, en particulier, sont plus portés à penser qu'ils sont créatifs (79 %) et extravertis (83 %), alors que ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel sont plus portés à se voir comme étant désorganisés (36 %).

Tableau 4-b : Les dix caractéristiques de l'inventaire de personnalité – selon les répondants qui désirent s'enrôler à temps plein ou à temps partiel

	Susceptibles de s'enrôler		
	Total	À temps plein	À temps partiel
	(3216) %	(195) %	(305) %
Je me vois comme étant une personne ... (% assez/fortement d'accord)			
Fiable	91	87	90
Agréable	81	84	78
Sociable	74	83	79
Créative	71	79	74
Calme	69	72	70
Entêtée	62	62	64
Émotive	60	60	57
Pas compliquée	53	56	45
Discrète	53	57	52
Désorganisée	30	35	36

⁴ Gosling, Samuel D. with Peter J. Renfrow, and William B Swann Jr. 2003 A Very Brief Measure of the Big-Five Personality Domains, *Journal of Research in Personality*, 37: 504-528.

Il y a quelques différences notables selon le sexe et l'âge.

- Les hommes sont beaucoup plus susceptibles que les femmes de se caractériser comme étant peu compliqués, discrets et désorganisés, alors que les femmes ont tendance à se voir comme étant fiables et extraverties.
- Ceux qui se situent dans le groupe le plus âgé (30-34 ans) sont moins susceptibles d'être désorganisés, et plus susceptibles de se décrire comme étant peu compliqués, discrets et fiables.

4-6 Cinq grands traits de personnalité

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces sont plus ouverts d'esprit que d'autres Canadiens admissibles, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel étant plus ouverts d'esprit (~3.3) que ceux susceptibles de s'enrôler à temps plein (~3.4). Les personnes qui ont une ouverture d'esprit ont tendance à être plus imaginatifs, créatifs et intellectuellement curieux.⁵

Pratiquement tous ceux qui montrent un intérêt à s'enrôler dans les Forces, à temps plein et à temps partiel, se sont classés comme étant moyennement à très consciencieux. Les Canadiens prêts à s'enrôler à temps partiel sont légèrement moins consciencieux (~3.8) que d'autres Canadiens (~3.9). Les personnes consciencieuses sont considérées comme étant des perfectionnistes, préférant un ordre établi, des horaires fixes, une attention au détail, et elles ont tendance à être plus autodisciplinées.⁶

Une note élevée en extraversion indique que la personne est enthousiaste, s'affirme, et est sociable.⁷ Les Canadiens admissibles intéressés à s'enrôler sont plus extravertis que d'autres Canadiens admissibles (~3.4 versus ~3.3, respectivement). La majorité de ceux qui sont intéressés à s'enrôler sont modérément extravertis, un tiers environ se classant dans la catégorie des très extravertis.

La majorité des Canadiens admissibles qui expriment un intérêt à s'enrôler à temps plein (~3.3) sont un peu plus agréables que d'autres Canadiens (~3.2). Les gens agréables sont affectueux, généreux, altruistes, et sensibles envers les autres.⁸

En général, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler sont moins bien équilibrés que d'autres Canadiens admissibles (~2.8 versus ~2.9). Ceux qui sont bien équilibrés ont tendance à être calmes et stables sur le plan affectif plutôt qu'anxieux, nerveux et capricieux, tel que démontré par ceux qui obtiennent une note plus élevée.⁹

Les cinq grands traits de personnalité

La structure des cinq grands traits de personnalité est un modèle des traits de personnalité et comprend cinq grands facteurs, représentant la personnalité sur la plus large échelle.¹

Les cinq catégories sont :
ouvert d'esprit,
consciencieux, extraverti,
agréable et névrosisme.

⁵ Ibid. pp. 519, 520.

⁶ Ibid. pp. 519, 520.

⁷ John, Oliver P. and Sanjay Srivastava, The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. Authors draft 1999: Table 2, Appendix. To appear in: L. Pervin and O.P John, eds. Handbook of Personality: Theory and Research (2nd ed.) New York: Guildord.

⁸ John, Oliver P. and Sanjay Srivastava, The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives. Authors draft 1999: Table 2, Appendix. To appear in: L. Pervin and O.P John, eds. Handbook of Personality: Theory and Research (2nd ed.) New York: Guildord.

⁹ Ibid. pp. Table 2, Appendix.

Tableau 4-c : Cinq grands traits de personnalité – par ceux susceptibles de s’inscrire à temps plein et à temps partiel

	Susceptibles de s’inscrire		
	Total	Temps plein	Temps partiel
Cinq grands traits de personnalité	(3216) %	(195) %	(305) %
Ouvert d'esprit			
Élevé (4-5)	25	31	32
Moyen (2,5-3,9)	65	63	64
Faible (1-2,4)	9	5	4
Conscientieux			
Élevé (4-5)	59	55	53
Moyen (2,5-3,9)	39	40	44
Faible (1-2,4)	2	5	3
Extraverti			
Élevé (4-5)	33	36	37
Moyen (2,5-3,9)	54	56	54
Faible (1-2,4)	13	8	9
Agréable			
Élevé (4-5)	23	26	24
Moyen (2,5-3,9)	70	69	67
Faible (1-2,4)	6	4	8
Névrosisme			
Élevé (4-5)	14	18	17
Moyen (2,5-3,9)	63	57	57
Faible (1-2,4)	23	25	26

Les perceptions courantes quant aux changements de personnalité qui surviennent au cours d’une vie et les traits de personnalité traditionnellement associés au sexe s’avèrent être plutôt exacts lorsqu’on examine les cinq grands traits de personnalité selon le sexe et l’âge.

- Les hommes sont plus agréables que les femmes (~3.3 versus ~3.2, respectivement).
- Les femmes sont légèrement plus ouvertes d’esprit (~3.3) et consciencieuses (~4.0) que les hommes (~3.2 and ~3.9). Elles sont aussi plus susceptibles d’être extraverties (~3.4) et bien équilibrées (~3.2).

La répartition d'âge entre les cinq traits suit un modèle quelque peu prévisible.

- Ceux qui ont moins de 25 ans sont plus ouverts d'esprit et plus susceptibles d'être extravertis que leurs homologues plus âgés. De plus, ceux qui se situent dans le groupe des plus jeunes (16-17 ans) sont les plus agréables (~3.4) de tous les groupes d'âge.
- Les Canadiens qui ont plus de 25 ans sont plus susceptibles d'être consciencieux que les Canadiens plus jeunes.
- On ne note pas de différences significatives au niveau du névrosisme.

Tableau 4-d : Cinq grands traits de personnalité – selon l'âge et le sexe

	Total	Hommes	Femmes	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Cinq grands traits de personnalité								
Ouvert d'esprit								
Élevé (4-5)	25	22	29	34	22	27	24	23
Moyen (2,5-3,9)	65	68	62	59	72	65	64	65
Faible (1-2,4)	9	10	9	8	6	7	12	12
Consciencieux								
Élevé (4-5)	59	56	62	48	55	58	62	62
Moyen (2,5-3,9)	39	42	36	48	43	39	36	37
Faible (1-2,4)	2	2	2	4	2	3	2	1
Extraverti								
Élevé (4-5)	33	30	37	36	38	35	32	29
Moyen (2,5-3,9)	54	56	52	51	50	53	56	56
Faible (1-2,4)	13	14	12	14	12	12	12	15
Agréable								
Élevé (4-5)	23	27	20	30	20	23	22	24
Moyen (2,5-3,9)	70	68	72	66	74	70	71	70
Faible (1-2,4)	6	5	8	4	5	7	7	6
Névrosisme								
Élevé (4-5)	14	9	20	15	15	14	15	13
Moyen (2,5-3,9)	63	59	66	64	60	62	61	65
Faible (1-2,4)	23	32	14	21	25	24	24	21

5-0 Attitudes à l'égard des Forces canadiennes

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes ont une image très positive des Forces.

Le manque de connaissances, cependant, peut nuire au recrutement. Bien que la majorité (69 %) des Canadiens admissibles aient une impression positive des Forces, elles ne sont familières que pour une proportion beaucoup plus petite (38 %). En effet, même parmi ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps plein ou à temps partiel, plus d'un tiers (35 % et 40 %) ne connaissent pas très bien ou ne connaissent pas du tout les Forces.

Des visites à un centre de recrutement ou à un détachement offrent une occasion en or d'établir une relation positive auprès de recrues potentielles. Les deux tiers (68 %) de ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps plein et 47 pour cent de ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps partiel ont l'intention de visiter un centre de recrutement ou un détachement au cours de la prochaine année. Les autres devront être sensibilisés par des véhicules de communication comme des publicités à la télévision, à la radio ou dans les journaux et le site Web des Forces canadiennes.

Le site Web des Forces canadiennes jouera un rôle clé dans les tentatives de communication. Les enrôlés potentiels (autant que les Canadiens admissibles) passent non seulement beaucoup de temps en ligne, mais la majorité se tourneraient vers Internet pour trouver un centre de recrutement ou un détachement. De plus, un Canadien admissible sur six (17 %) et environ la moitié des enrôlés potentiels ont déjà visité le site Web des Forces canadiennes.

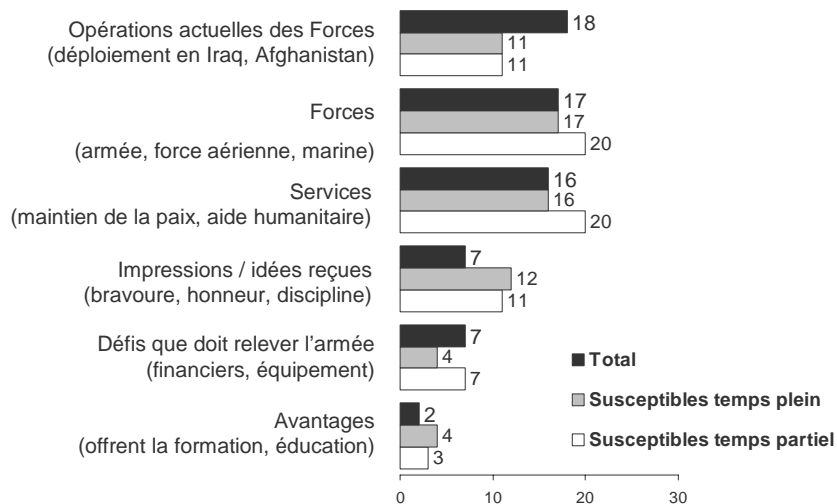
5-1 Ce qui vient à l'esprit au sujet des Forces canadiennes

Trois choses viennent à l'esprit des Canadiens lorsqu'ils pensent aux Forces canadiennes : l'Afghanistan (18 %), les secteurs ou services spécifiques des Forces (17 %), et les activités ou rôles comme l'aide humanitaire et le maintien de la paix (16 %).

Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler, cependant, pensent plus en termes de secteurs ou services des Forces et des activités ou rôles comme l'aide humanitaire et le maintien de la paix. Ils sont plus susceptibles aussi de mentionner la bravoure, l'honneur et la discipline.

Graphique 5.1

Ce qui vient à l'esprit au sujet des Forces canadiennes



Q : Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous entendez les mots Forces canadiennes?

Base : total des répondants éligibles (n = 3216)

2007 TNS Canadian Facts

Les Canadiens admissibles plus jeunes, âgés de 16 et 17 ans (22 %), et les femmes (20 %) sont un peu plus susceptibles de mentionner la situation actuelle des Forces canadiennes que les hommes et ceux qui sont plus âgés. Les hommes, par contre, sont un peu plus susceptibles de mentionner les défis auxquels les Forces font face.

Tableau 5-a: Ce qui vient à l'esprit au sujet des Forces canadiennes – selon l'âge et le sexe

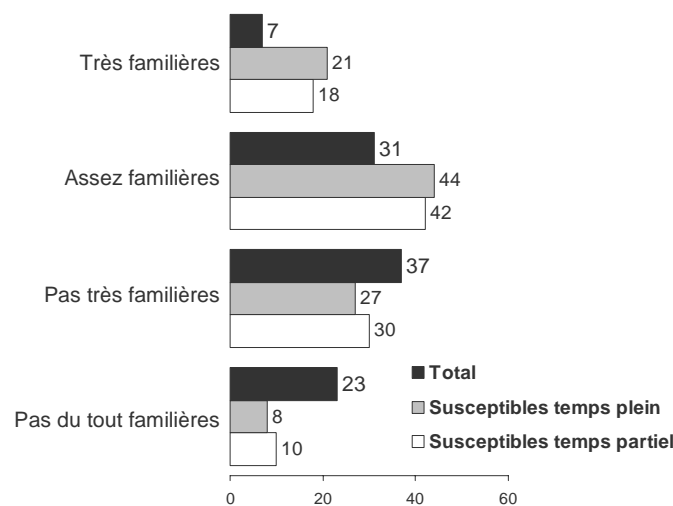
	Sexe			Âge				
	Total	Homme	Femme	16-17	18-19	20-24	25-29	30-34
Base = réel	(3216) %	(1646) %	(1570) %	(420) %	(224) %	(720) %	(833) %	(1019) %
Ce qui vient à l'esprit au sujet des Forces canadiennes								
Opérations actuelles des Forces (déploiement en Iraq, Afghanistan)	18	15	20	22	16	17	18	16
Services (armée, force aérienne, marine)	17	17	18	20	19	20	17	14
Activités / rôles (maintien de la paix, aide humanitaire)	16	17	15	13	14	15	18	17
Impressions (bravoure, honneur, discipline)	7	7	7	4	6	7	7	9
Défis que doivent relever les Forces canadiennes (financiers, équipement)	7	10	4	4	9	4	8	10
Avantages (offrent la formation, éducation)	2	2	2	4	1	3	2	2

5-2 Connaissance des Forces canadiennes

Pour bon nombre des 16 à 34 ans qui répondent aux critères d'admissibilité, les Forces canadiennes leur sont familières (7 % très et 31 % assez familières). Ceux qui songent à s'enrôler dans les Forces canadiennes, soit à temps plein ou à temps partiel, indiquent que les Forces leur sont beaucoup plus familières (65 % et 60 %, respectivement indiquent qu'elles leur sont au moins assez familières) que pour leurs pairs (38 %).

Graphique 5.2

Connaissance des Forces canadiennes



Q : Dans quelle mesure les Forces canadiennes vous sont-elles familières?

Base : total des répondants éligibles (n = 3216)

2007 TNS Canadian Facts

Comme on peut s'y attendre, la familiarité est liée au sexe et à l'âge.

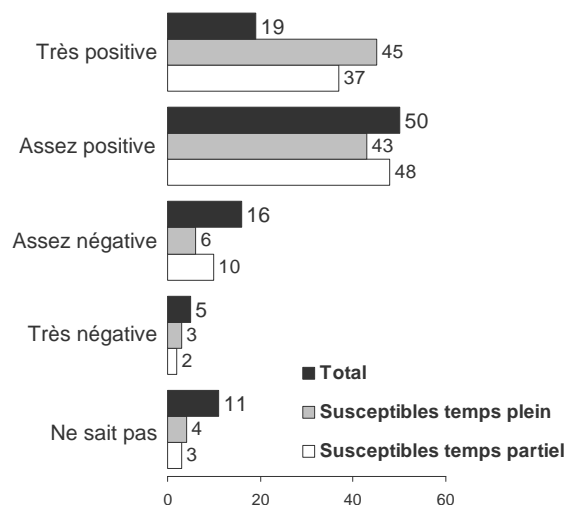
- Il n'est pas étonnant de constater que les Forces sont plus familières aux hommes (46 %) qu'aux femmes (29 %).
- La familiarité augmente avec l'âge. Par exemple, bien que seulement 31 pour cent des adolescents de 16-17 ans indiquent que les Forces canadiennes leur sont familières, cette proportion augmente à 42 pour cent parmi les 30-34 ans.

5-3 Impression dans l'ensemble des Forces canadiennes

Bien que la majorité des Canadiens admissibles (69 %) aient une impression positive des Forces canadiennes, cette impression positive est considérablement plus forte parmi les recrues potentielles. Plus de huit sur dix intéressés à s'enrôler soit à plein temps (88 %) ou à temps partiel (85 %) ont une impression positive.

Graphique 5.3

Impression dans l'ensemble des Forces canadiennes



Q : Quelle est votre impression dans l'ensemble des Forces canadiennes? Est-elle :
Base:total des répondants éligibles (n = 3206)

2007 TNS Canadian Facts

Il y a quelques différences notables selon l'âge et le sexe. Les hommes (72 %) sont plus susceptibles d'avoir une impression positive des Forces canadiennes que les femmes (66 %). Une plus grande proportion de femmes, cependant, affirment qu'elles n'ont pas d'opinion ou qu'elles ne savent pas (15 %). Les opinions fluctuent quelque peu selon le groupe d'âge, les Canadiens admissibles dans le groupe des plus jeunes (16-17 ans), qui regardent moins les aspects pratiques d'un emploi et d'une carrière, étant les moins positifs à l'égard des Forces. Les opinions sont meilleures, cependant, parmi les 18-19 ans.

5-4 Visite d'un centre de recrutement ou d'un détachement

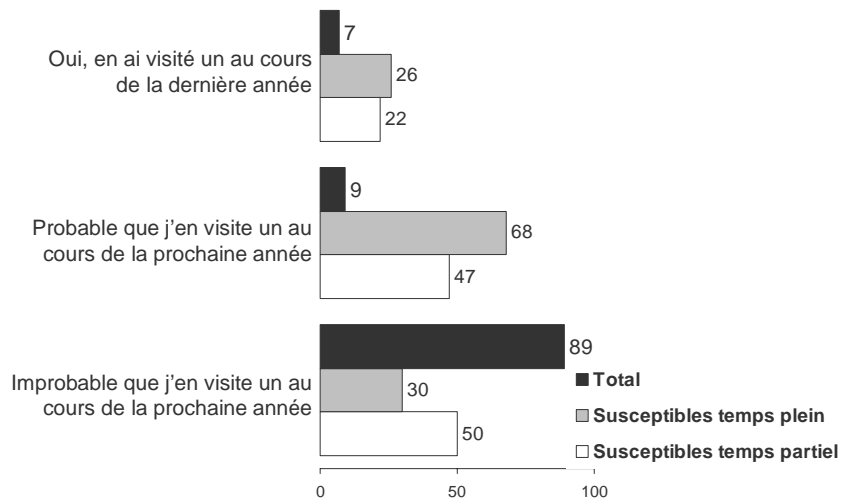
Bien que seulement quelques jeunes Canadiens aient visité (7 %) ou ont l'intention de visiter (9 %) un centre de recrutement au cours de la prochaine année, environ un quart de ceux qui sont intéressés à s'enrôler ont visité un centre de recrutement ou un détachement au cours de la dernière année. De plus, beaucoup plus ont l'intention d'en visiter un au cours de la prochaine année, ce qui représente, pour les Forces, une excellente occasion d'établir une relation positive auprès de nouveaux membres potentiels. Parmi les enrôlés potentiels à temps plein, plus des deux tiers (68 %) ont l'intention de visiter un centre au cours de la prochaine année, et environ la moitié (47 %) de leurs homologues à temps partiel ont l'intention de le faire.

Cependant, 30 pour cent des enrôlés potentiels à temps plein et 50 pour cent des enrôlés à temps partiel n'ont pas l'intention de visiter un centre de recrutement ou un détachement au cours de la prochaine année et devront être ciblés par le biais d'autres formes de communication.

Alors que 11 pour cent des 16-17 ans ont visité un centre au cours de la dernière année, seulement 4 pour cent des 30-34 ans l'ont fait. De façon similaire, 12 pour cent des 16-17 ans ont l'intention de visiter un centre au cours de la prochaine année versus seulement 6 pour cent parmi les 30-34 ans. Étant donné leur intérêt plus prononcé à s'enrôler dans les Forces, les Canadiens autochtones sont beaucoup plus susceptibles de vouloir visiter un centre au cours de la prochaine année (21 % versus 9 % pour tous les Canadiens admissibles). Les trois cinquièmes (61 %) de ceux qui en ont visité un au cours de la dernière année ne sont pas susceptibles de s'enrôler.

Graphique 5.4

Visite à un centre de recrutement ou détachement



Q : Avez-vous visité un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes au cours de la dernière année? ; Dans quelle mesure est-il probable que vous visitiez un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes au cours de la prochaine année?
 Base : total des répondants éligibles (n = 3202)

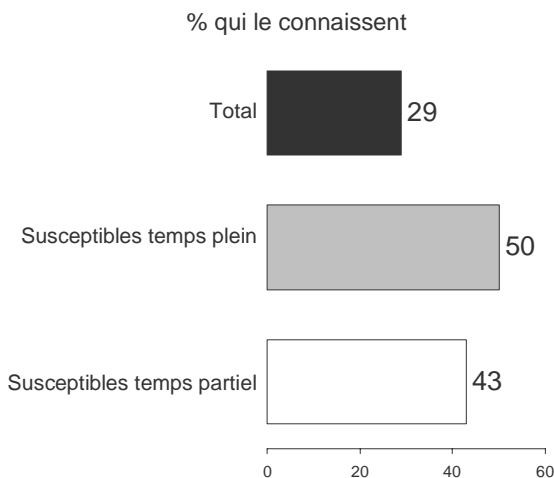
2007 TNS Canadian Facts

5-5 Centre de recrutement ou détachement des Forces le plus près

Bien que près de deux Canadiens admissibles sur cinq (38 %) soient au courant des Forces canadiennes, un peu moins (29 %) savent où se trouve le centre de recrutement ou le détachement le plus près. Étant donné que les Forces leur sont plus familières et qu'il est probable qu'ils visitent un centre au cours de la prochaine année, une plus forte proportion d' enrôlés potentiels savent où se trouve le centre de recrutement ou le détachement le plus près. Cependant, cette information est loin d'être universelle. Par exemple, bien que 68 pour cent des enrôlés potentiels à temps plein aient l'intention de visiter un centre, seulement 50 pour cent savent présentement où ils iraient.

Les hommes (33 %) sont plus susceptibles que les femmes (24 %) de savoir où se trouve le centre de recrutement ou le détachement le plus près. Cela est une constante parmi les divers groupes d'âge.

Graphique 5.5
Centre de recrutement ou détachement le plus près



Q : Savez-vous où se trouve le Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes le plus près de chez vous?

Base : total des répondants éligibles (n = 3200)

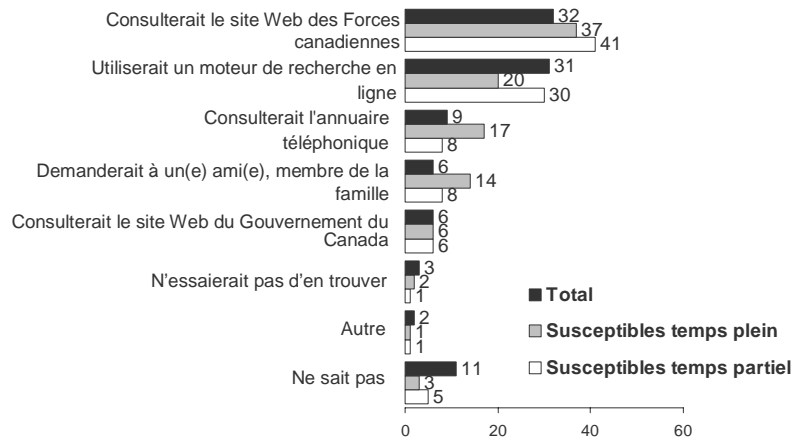
2007 TNS Canadian Facts

5-6 Où trouver un centre de recrutement ou détachement des Forces

Afin de trouver un centre de recrutement ou un détachement, la plupart de ceux qui ne sauraient où les trouver se tourneraient largement vers Internet (63 %) pour obtenir cette information. Seulement quelques-uns consulteraient l'annuaire téléphonique (9 %) ou demanderaient à un ami (6 %). Bien que les méthodes utilisées pour trouver un centre de recrutement parmi les enrôlés potentiels à temps partiel ressemblent à celles qu'utiliserait le Canadien admissible type (visiter le site Web des Forces canadiennes ou utiliser un moteur de recherche), ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein sont un peu moins susceptibles de se tourner vers un moteur de recherche et plus susceptibles de consulter l'annuaire téléphonique (17 %) ou demander à un ami (14 %).

Graphique 5.6

Où trouver un centre de recrutement ou détachement des Forces



Q : Si vous en aviez besoin, que feriez-vous pour trouver un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes?

Base : total des répondants éligibles qui ne savent pas où trouver un centre de recrutement ou détachement (n = 2242)

2007 TNS Canadian Facts

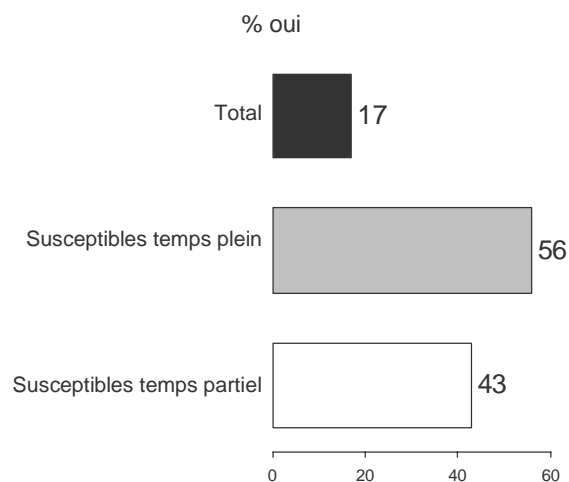
5-7 Fréquence de visite du site Web des Forces canadiennes

Un Canadien sur six (17 %) a visité le site Web des Forces canadiennes. Tel que prévu, ceux qui sont intéressés à s'enrôler sont beaucoup plus susceptibles de l'avoir fait (56 % parmi les enrôlés potentiels à temps plein et 43 % à temps partiel).

On note des différences significatives selon le sexe et l'âge.

- Les hommes (22 %) sont deux fois plus susceptibles d'avoir visité le site Web des Forces que les femmes (12 %).
- Ceux qui se situent dans le groupe des 20-24 ans sont plus susceptibles de l'avoir fait que leurs homologues plus jeunes ou plus âgés.

Fréquence de visite du site Web des Forces canadiennes



Q : Avez-vous visité le site Web des Forces canadiennes : www.forces.ca ?

Base total des répondants éligibles qui ont accès à Internet (n = 2982)

2007 TNS Canadian Facts

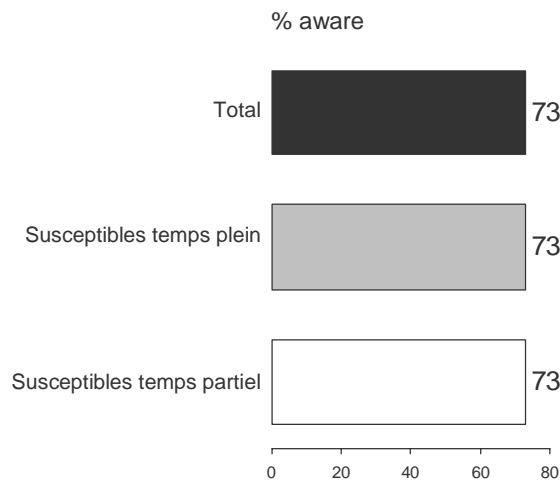
5-8 Possibilités d'emploi au sein des Forces canadiennes

Les trois quarts (73 %) des Canadiens admissibles sont au courant que les Forces canadiennes offrent des emplois à temps plein et à temps partiel, et ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps plein (73 %) ou à temps partiel (73 %) sont également au courant.

Bien que les Canadiens admissibles soient généralement au courant des possibilités d'emploi au sein des Forces, il y a peu de différences démographiques significatives.

- Le fait d'être au courant des possibilités d'emploi augmente avec l'âge. Par exemple, ceux qui sont âgés de 30-34 ans (76 %) sont plus susceptibles d'être au courant que ceux âgés de 16-17 ans (67 %).
- Probablement en lien avec l'âge, ceux qui ont un plus haut niveau de scolarité sont aussi plus au courant des possibilités d'emploi au sein des Forces; les diplômés universitaires (81 %) sont plus au courant que ceux qui ont un diplôme collégial (76 %) et ceux qui ont un diplôme secondaire (65 %).

Graphique 5.8
Possibilités d'emploi au sein des Forces



Q : À votre connaissance, les Forces canadiennes offrent-elles des emplois à temps plein et des emplois à temps partiel?

Base : total des répondants éligibles (n = 3197)

2007 TNS Canadian Facts

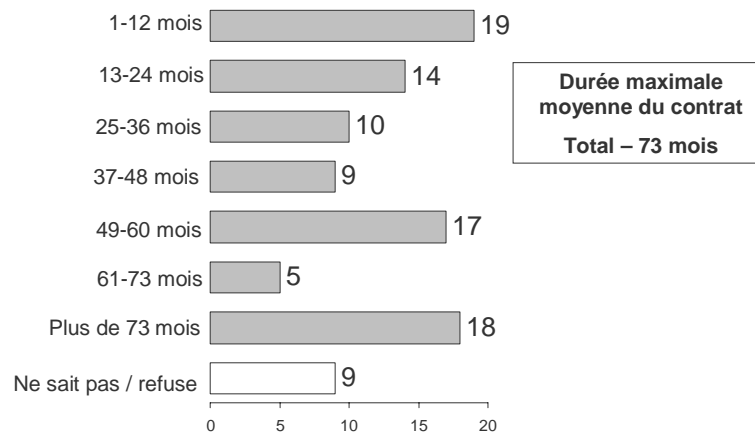
5-9 Durée du contrat qu'on accepterait de signer

Ceux qui sont intéressés à servir dans les Forces canadiennes à temps plein ont en tête des périodes de service qui varient largement, passant d'une année ou moins (19 %) à 7 ans ou plus (18 %). La durée moyenne qu'on a l'intention de servir est d'environ 6 ans (73 mois, en moyenne).

Les hommes (83 mois, en moyenne) préfèrent de plus longs contrats que les femmes (53 mois). Ceux qui sont dans le groupe des 18-19 ans préfèrent des contrats de plus longue durée (135 mois) que ceux qui sont plus jeunes ou plus âgés.

Graphique 5.9

Durée maximale du contrat qu'on accepterait de signer



Q : Si vous décidiez de vous enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein, quelle serait la durée maximale du contrat que vous accepteriez de signer?

Base : total des répondants éligibles qui accepteraient de s'enrôler à temps plein (n = 193)

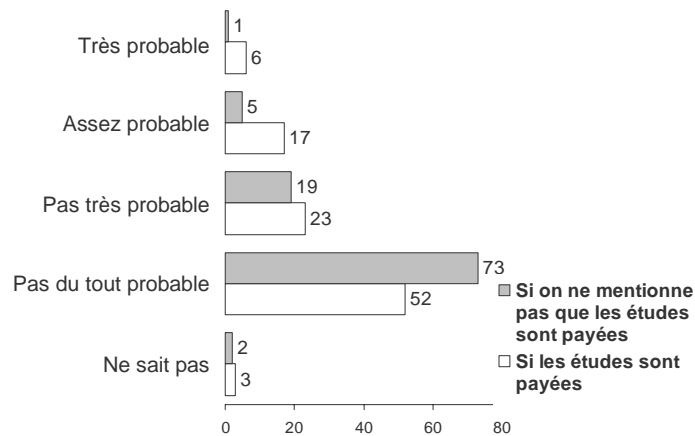
2007 TNS Canadian Facts

5-10 Probabilité de s'enrôler à temps plein si les études sont payées

Une éducation subventionnée est un puissant stimulant pour s'enrôler dans les Forces. Alors que seulement 6 pour cent des Canadiens admissibles se montrent intéressés à s'enrôler à temps plein, cette proportion quadruple à 23 pour cent si leurs études sont subventionnées.

Graphique 5.10a

Probabilité de s'enrôler si les études sont payées



Q : Et si vos études collégiales ou universitaires étaient payées par les Forces canadiennes? Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps plein?

Base : total des répondants éligibles (n = 3192)

2007 TNS Canadian Facts

Une éducation subventionnée constitue aussi un très bon stimulant pour ceux qui sont présentement intéressés à s'enrôler. Parmi ceux qui ont affirmé qu'ils s'enrôleraient dans les Forces à temps plein, une bien plus grande proportion est très susceptible de le faire si l'éducation est subventionnée (45 % versus 20 %).

Démographiquement, on note les différences suivantes :

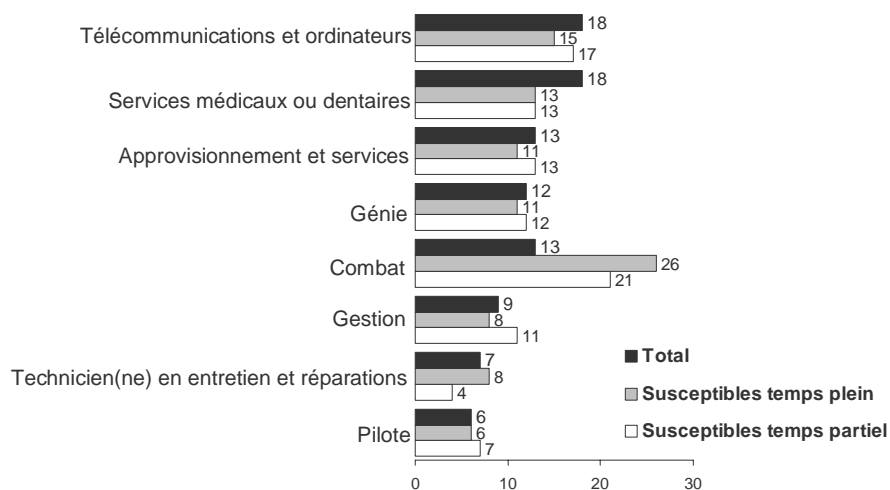
- Une éducation subventionnée perd de l'attrait avec l'âge. Ceux qui se situent dans le groupe des 16-17 ans (36 %) sont plus susceptibles de s'enrôler si leurs études sont payées que ceux qui se situent dans le groupe des 25-29 ans (17 %) ou des 30-34 (18 %) ans.
- Une éducation subventionnée est beaucoup plus attrayante pour ceux qui ont moins de scolarité. Un tiers (32 %) des Canadiens admissibles avec un diplôme de secondaire ou moins sont susceptibles de s'enrôler comparativement à seulement 16 pour cent des diplômés universitaires.
- Les minorités visibles (30 %) et les Autochtones (43 %) sont plus susceptibles d'être tentés par une éducation subventionnée que le Canadien admissible type.

5-11 Secteur d'emploi qui présente le plus grand intérêt

Bien que les Canadiens admissibles, susceptibles de songer à s'enrôler dans les Forces, trouvent que les télécommunications/ordinateurs (18 %) et les services médicaux ou dentaires (18 %) sont les secteurs d'emploi qui présentent le plus grand intérêt, ceux qui sont susceptibles de s'enrôler à temps plein (26 %) et à temps partiel (21 %) affirment que le combat est le secteur qui présente le plus grand intérêt.

Par contre, les enrôlés potentiels à temps plein et à temps partiel montrent moins d'intérêt pour les services médicaux ou dentaires (13 % et 13 %, respectivement). Ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel montrent aussi moins d'intérêt pour l'entretien et les réparations (4 %) et plus d'intérêt pour la gestion (11 %).

Graphique 5.11
Secteurs d'emploi au sein des Forces canadiennes qui présentent le plus d'intérêt



Q : Si vous deviez vous enrôler dans les Forces canadiennes, lequel des secteurs d'emploi suivants vous intéresserait le plus?

Base : Total des répondants qui ont l'intention de s'enrôler dans les Forces canadiennes (n = 909)

2007 TNS Canadian Facts

Tel que prévu, il y a des différences notables entre les hommes et les femmes et d'autres groupes démographiques quant à l'intérêt porté à certains emplois.

- Alors que les hommes privilégient fortement le combat (21 %) et le génie (17 %), les femmes sont beaucoup plus susceptibles de préférer le secteur médical ou dentaire (29 %) et l'approvisionnement et les services (19 %).

- Les enrôlés potentiels plus jeunes, particulièrement ceux dans le groupe des 18-19 ans sont moins attirés vers le combat (23 %) que leurs homologues plus âgés (versus 11 % parmi les 30-34 ans).
- Ceux qui ont un diplôme universitaire sont beaucoup plus intéressés aux services médicaux ou dentaires (22 %) et à la gestion (20 %) que ceux qui ont moins de scolarité.
- Ceux qui ont le moins de scolarité sont beaucoup plus susceptibles d'être intéressés à l'entretien et aux réparations (10 %) comparativement à ceux qui ont un diplôme collégial (6 %) ou universitaire (1 %).
- Les minorités visibles montrent un plus grand intérêt pour les télécommunications et les ordinateurs (24 %) et les services médicaux ou dentaires (23 %) que l'enrôlé potentiel type.
- Les Autochtones, par contre, montrent très peu d'intérêt pour les télécommunications ou les ordinateurs (8 %), mais sont plutôt très intéressés au combat (22 %).

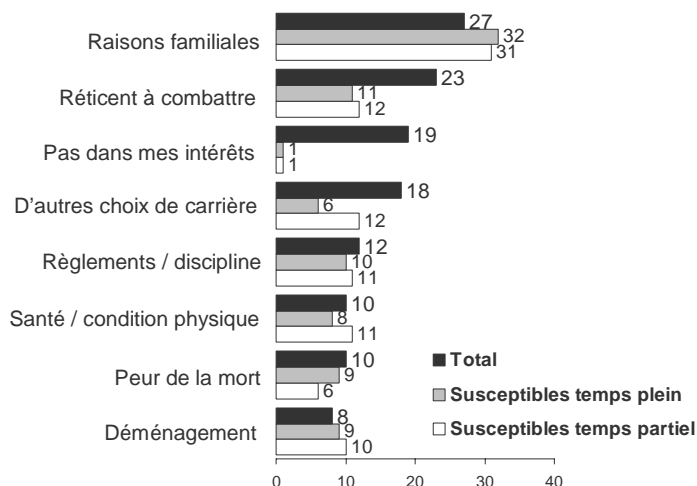
5-12 Ce qui empêche les Canadiens admissibles de s' enrôler

Les obligations familiales (27 %) et la réticence à combattre (23 %) sont les principales raisons de ne pas s' enrôler dans les Forces. D' autres raisons citées sont le manque d' intérêt (19 %), certains engagements face à la carrière (18 %), une aversion à l' égard de la discipline (12 %), des questions de santé/ de condition physique (10 %) et la peur (10 %).

En accord avec leur intérêt plus prononcé à combattre, ceux qui sont intéressés à s' enrôler à temps plein (11 %) ou à temps partiel (12 %) sont moins susceptibles de citer une réticence à combattre. Au contraire, leur plus grand empêchement se situe au niveau de leurs obligations familiales (32 % et 31 %, respectivement).

Il y a quelques différences selon les groupes démographiques, particulièrement l' âge. Les obligations familiales et une réticence à déménager augmentent avec l' âge. Par exemple, bien que seulement 9 pour cent de ceux qui se situent dans le groupe des 16-17 ans mentionnent des obligations familiales, cette proportion augmente à 34 % parmi le groupe des 25-29 ans. L' âge en soi est aussi un empêchement. Un répondant sur dix (10 %) dans le groupe des 30-34 ans est d' avis qu' il est trop vieux pour s' enrôler.

Graphique 5.12
Ce qui empêche les Canadiens admissibles de s' enrôler
(huit premières mentions)



Q : Qu' est-ce qui vous empêche le plus de vous enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein ou à temps partiel?

Base : total des répondants éligibles (n = 3184)

2007 TNS Canadian Facts

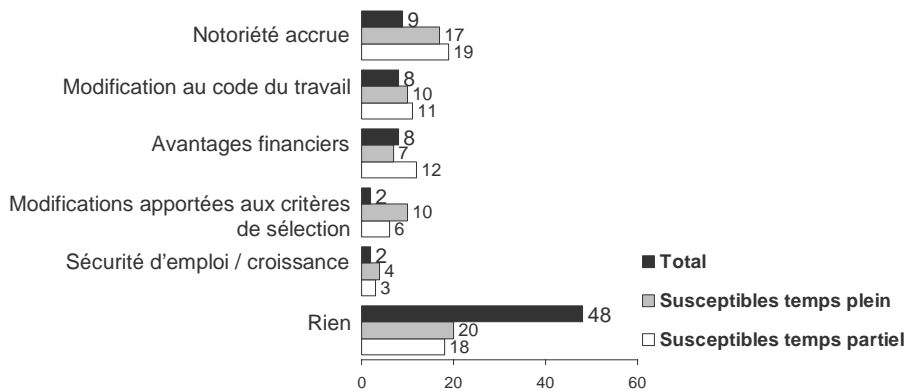
5-13 Ce qui inciterait les Canadiens admissibles à s' enrôler

Pour presque la moitié des Canadiens de moins de 35 ans, qui sont admissibles, rien ne pourrait les encourager à s' enrôler. Si les Forces canadiennes avaient un meilleur profil (9 %), changeaient leurs règlements de travail (8 %) et augmentaient les avantages monétaires (8 %), plus de Canadiens seraient portés à s' enrôler. Ceux qui sont susceptibles de s' enrôler dans les Forces à temps plein (17 %) ou à temps partiel (19 %) sont davantage d' avis qu' une sensibilisation du public serait bénéfique. De plus, ceux qui sont intéressés à s' enrôler à temps plein ont tendance à privilégier des critères de sélection moins restrictifs (10 %) alors que ceux qui sont intéressés à s' enrôler à temps partiel ont tendance à rechercher les avantages monétaires.

Il y a quelques différences démographiques importantes.

- Les Canadiens admissibles plus jeunes et les minorités visibles aimeraient voir plus de publicité.
- Les minorités visibles sont aussi plus préoccupées par les avantages monétaires que le Canadien admissible type

Graphique 5.13
Ce qui inciterait les Canadiens admissibles à s' enrôler
(cinq premières mentions)



Q : Que pourraient faire les Forces canadiennes pour vous inciter à vous enrôler?
Base : total des répondants éligibles (n = 3186)

2007 TNS Canadian Facts

5-14 Fréquence d'avoir des parents ou amis dans les Forces canadiennes

Les membres des Forces canadiennes ont une influence positive sur leurs parents et amis quant aux attitudes des gens envers les Forces. Ceux qui sont susceptibles de s'enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein sont plus susceptibles d'avoir des membres de la famille (43 %) et des amis (50 %) qui sont des vétérans ou qui servent actuellement dans les Forces comparativement à leurs pairs (33 % et 34 % respectivement).

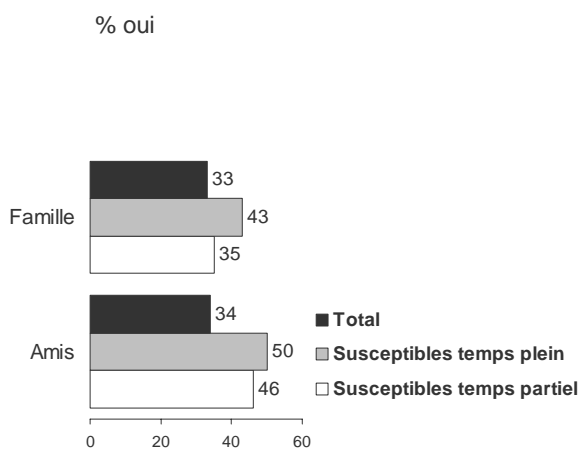
Bien qu'ils ne soient pas plus susceptibles d'avoir des liens familiaux avec les Forces (35 % en ont), ceux qui sont intéressés à s'enrôler à temps partiel sont plus susceptibles que le Canadien admissible type d'avoir des amis qui sont enrôlés (46 % versus 34 %, respectivement).

Il y a quelques différences notables démographiquement.

- Les hommes (38 %) sont plus susceptibles que les femmes (30 %) d'avoir des amis dans les Forces.
- Les Autochtones (38 %) sont légèrement plus susceptibles d'avoir un membre de la famille qui est un vétéran ou qui est actuellement dans les Forces comparativement au Canadien admissible type (33 %).
- Bien que les minorités visibles soient légèrement moins susceptibles que le Canadien admissible type d'avoir des amis dans les Forces (27 % versus 34 %), ils sont beaucoup moins susceptibles d'avoir des membres de la famille qui sont des vétérans ou qui sont enrôlés (12 %).

Graphique 5.14

Membres de la famille ou amis dans les Forces canadiennes



Q : Avez-vous des amis qui sont membres des Forces canadiennes ou des anciens combattants?
Base : total des répondants éligibles (n = 3188)

2007 TNS Canadian Facts

IV. Annexes

1-0 Méthodologie

Un sondage téléphonique a été effectué à l'aide du réseau FACTS, le système CATI de TNS Canadian Facts, auprès d'un échantillon aléatoire de Canadiens. En plus du sondage téléphonique, un sondage interactif a été effectué, à l'aide du système Conconfirm de TNS Canadian Facts, auprès de Canadiens âgés de 16 à 34 ans faisant partie du panel interactif de TNS. L'échantillon est représentatif de toutes les provinces et territoires du Canada et a été tiré de façon légèrement disproportionnelle afin de permettre un suréchantillon d'Autochtones et des principaux groupes de minorités visibles.

Les personnes ont été interviewées au foyer, à l'aide d'une technique de sélection détaillée, qui disqualifiait ceux qui n'étaient pas âgés de 16 à 34 ans, qui n'étaient pas des citoyens canadiens, qui étaient membres des Forces canadiennes, ou qui avaient une incapacité qui ne leur permettait pas de courir ou de faire des redressements assis et des pompes.

Les entrevues téléphoniques de TNS Canadian Facts sont constamment surveillées, au moins 10 % d'entre elles faisant l'objet d'une écoute partielle ou complète.

1-1 Pondération

i) Données relatives au sondage téléphonique

Des ajustements de pondération ont été appliqués aux données finales, impartiales, révisées afin de s'assurer que les données soient représentatives de la population adulte du Canada. Voici la répartition des complétés réels et pondérés par région.

	Complétés réels : Sondage téléphonique						
	Total	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.	Territoires
	(1504)	(290)	(317)	(304)	(279)	(183)	(131)
	n	n	n	n	n	n	n
Hommes	756	138	178	155	143	88	54
Femmes	748	152	139	149	136	95	77

Complétés pondérés : Sondage téléphonique

	Total (1504) n	Atlantique (105) n	Québec (337) n	Ontario (593) n	Prairies (263) n	C.-B. (202) n	Territoires (4) n
Hommes	788	56	190	304	132	104	2
Femmes	716	49	147	289	131	98	2

ii) Données relatives au sondage interactif

Des ajustements de pondération ont été appliqués aux données finales, impartiales, révisées afin de s'assurer que les données soient représentatives de la population adulte ayant accès à Internet. Voici la répartition des complétés réels et pondérés par région.

Complétés réels : Sondage interactif

	Total (1712) n	Atlantique (210) n	Québec (505) n	Ontario (379) n	Prairies (351) n	C.-B. (254) n	Territoires (13) n
Hommes	890	86	256	234	183	125	6
Femmes	822	124	249	145	168	129	7

Complétés pondérés : Sondage interactif

	Total (1712) n	Atlantique (118) n	Québec (375) n	Ontario (681) n	Prairies (304) n	C.-B. (227) n	Territoires (7) n
Hommes	871	58	192	343	157	117	4
Femmes	841	60	183	338	147	110	3

Pour obtenir les tableaux combinés finals, des ajustements de pondération ont été appliqués aux données finales afin de s'assurer que les données soient représentatives de la population adulte du Canada, avec et sans accès Internet. Plus spécifiquement, les données relatives au sondage téléphonique ont été divisées en deux groupes – ceux avec un accès Internet et ceux sans accès. Ceux qui ont dit avoir un accès Internet lors du sondage téléphonique ont été combinés avec les données du sondage interactif (total avec accès Internet). Cependant, le total de personnes avec un accès Internet sur-représente de beaucoup les utilisateurs d'Internet comparativement à leurs homologues

sans accès Internet. Par conséquent, afin d'équilibrer la proportion n'ayant pas accès à Internet une étape finale de pondération a été appliquée, c.-à-d. ceux sans accès Internet ont été pondérés à la hausse afin de représenter 10 % de l'échantillon total.

Lorsque plusieurs méthodes de collecte de données sont utilisées, il est bon de souligner les «pour» et les «contre» de chacune. Pour ce projet, le téléphone était la méthode privilégiée de collecte de données, puisqu'il permettait de joindre autant les utilisateurs que les non-utilisateurs d'Internet. De plus, le téléphone procure l'immédiateté, c'est-à-dire que certaines personnes qui autrement ne voudraient pas être interviewées accepteront de l'être si la demande est faite par un intervieweur à la voix agréable. Le téléphone permet aussi un échantillon aléatoire. Cependant, à cause de la difficulté et, par conséquent, des coûts élevés à joindre un groupe cible à faible incidence (des jeunes gens actifs et des jeunes hommes, en particulier), une méthode interactive de collecte de données a aussi été utilisée. L'envergure du panel interactif de TNS permet d'envoyer des invitations à ceux qui répondent aux prérequis d'âge et de sexe dans chaque province. Étant donné que l'usage d'Internet est très élevé (90 %) parmi les 16 à 34 ans, l'échantillon interactif, en théorie, ne devrait être que marginal, et très peu différent de l'échantillon téléphonique. Cependant, le sondage interactif a été effectué auprès d'un panel d'utilisateurs d'Internet qui acceptent de participer, et bien qu'il couvre les groupes démographiques appropriés dans chaque province, il se peut qu'il soit légèrement différent quant aux attitudes, p. ex. plus à l'aise dans un environnement en ligne et une situation socio-économique. Aussi, ceux qui ont répondu au sondage interactif ont choisi de le faire, présentant la possibilité d'un biais d'autosélection.

1-2 Résultat de l'appel

Nombre total de tentatives	66 994	
Numéros non valides / Échantillon :	25 991	
1. Hors service		19 064
2. Non-résidentiel		4 550
3. Fax/modem		2 189
4. Autre non admissible		188
Échantillon In-Scope non résolu :	22 848	
5. Occupé		380
6. Répondeur		4 601
7. Pas de réponse		4 848
8. Langue		835
9. Refus du foyer/Autre		12 184
Résolu mais ne répond pas :	6 989	
10. Sélectionné/répondant admissible non disponible		876
11. Rendez-vous/Rappel		631
12. Refus du répondant/Autre Autre		4 617 865
Résolu et répond :	11 166	
13. Disqualifié		9 456
14. Entrevue complétée		1 507
15. Personne à ce nom / morte		0
16. Quota atteint		203
TAUX DE RÉPONSE	29 %	

1-3 Qualifications et disqualifications

Qualifications et disqualifications : Sondage téléphonique

	Total	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.	Territoires
Citoyen canadien	(2287)	(429)	(473)	(442)	(424)	(269)	(250)
Oui	90	96	91	88	94	87	95
Non	9	4	9	11	5	13	5
Refuse	1	0	1	1	1	0	0
Membre des Forces	(2096)	(411)	(427)	(390)	(399)	(231)	(238)
Oui	3	4	3	2	3	2	1
Non	98	96	97	98	97	98	99
Invalidité à long terme	(2027)	(392)	(413)	(380)	(386)	(225)	(231)
Oui	3	4	3	3	3	2	2
Non	97	96	97	96	96	98	97
Refuse	0	1	0	0	0	0	1

Qualifications et disqualifications : Sondage interactif

	<u>Total</u>	<u>Atlantique</u>	<u>Québec</u>	<u>Ontario</u>	<u>Prairies</u>	<u>C.-B.</u>	<u>Territoires</u>
Citoyen canadien	(1958)	(249)	(574)	(450)	(381)	(289)	(15)
Oui	96	96	97	94	98	98	100
Non	4	4	3	6	2	2	0
Refuse	0	0	0	0	0	0	0
Membre des Forces	(1888)	(243)	(555)	(419)	(373)	(283)	(15)
Oui	3	5	2	4	1	1	14
Non	97	95	98	96	99	99	86
Invalidité à long terme	(1830)	(231)	(540)	(399)	(367)	(280)	(13)
Oui	4	5	4	4	3	7	0
Non	96	95	96	96	97	94	100
Refuse	0	0	0	0	0	0	0

2-0 Matériel utilisé sur le terrain

2-1 Questionnaire français

Bonjour mon nom est _____ et je fais un sondage au sujet du travail et des activités de loisirs pour le compte du Gouvernement du Canada. Ce sondage est inscrit au système national d'inscription des sondages et votre participation est volontaire. Vous devriez pouvoir répondre au sondage en 10 minutes environ. Est-ce que je pourrais vous poser quelques questions pour vérifier si vous vous qualifiez pour le sondage? USE STANDARD CALL OUTCOME CODING

Il se peut que cet appel fasse l'objet d'une écoute afin d'en assurer la qualité.

QA1

QT INSCRIVEZ LE SEXE DU RÉPONDANT. NE PAS POSER.

AL HOMME
FEMME

QA2

QT Puisque je parle à un grand nombre de personnes d'âges différents, j'aimerais simplement confirmer dans quel groupe d'âge vous vous situez. Est-ce...?

AL 15 ans ou moins
16-17 ans
18-19 ans
20-24 ans
25-29 ans
29-34 ans
35 ans ou plus
REFUSE

IF <16 or > 34 GO TO QA2B IF REFUSE, THANK AND TERMINATE

QA2A

QT Y a-t-il quelqu'un d'autre de 16 à 34 ans chez vous à qui je pourrais parler?

AL OUI
NON

IF YES RETURN TO BEGINNING OF QUESTIONNAIRE IF NO THANK AND TERMINATE

QA3

QT Êtes-vous citoyen(ne) canadien(ne)

AL OUI
NON

IF YES GO TO A4 IF NO ASK QA3B

QA3B

QT Y a-t-il quelqu'un d'autre de 16 à 34 ans chez vous qui est citoyen canadien et à qui je pourrais parler?

AL OUI
NON

IF YES RETURN TO BEGINNING OF QUESTIONNAIRE IF NO THANK AND TERMINATE

QA4

QT Faites-vous partie actuellement des Forces canadiennes ou en avez-vous déjà fait partie?

AL OUI
NON

IF YES GO TO A4B IF NO TO QA4 GO TO A5

QA4B

QT Y a-t-il quelqu'un d'autre de 16 à 34 ans chez vous à qui je pourrais parler?

AL OUI
NON

IF YES QA4B RETURN TO BEGINNING OF QUESTIONNAIRE IF NO AT QA4B THANK AND TERMINATE

QA5

QT Souffrez-vous d'une invalidité de longue durée qui vous empêche de faire de la course, des redressements assis et des «push-ups»?

AL OUI
NON
REFUSE

IF NO GO TO SECTION B IF YES OR REFUSED ASK QA5B

QA5B

QT Y a-t-il quelqu'un d'autre de 16 à 34 ans chez vous à qui je pourrais parler?

AL OUI
NON

IF YES A5B RETURN TO BEGINNING OF QUESTIONNAIRE IF NO AT A5B THANK AND TERMINATE

Parfait, vous vous qualifiez pour participer; le reste de ce sondage ne devrait prendre que 10 minutes de votre temps.

QB1

QT Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre situation d'emploi actuelle?
Est-ce que vous... LISEZ LA LISTE, ACCEPTEZ LES RÉPONSES MULTIPLES

AL Travaillez à temps plein
 Travaillez à temps partiel
 Ne travaillez pas actuellement
 Êtes étudiant(e)
 REFUSE

IF STUDENT GO TO B2 IF REFUSED THANK AND TERMINATE ALL OTHERS GO TO B3

QB2

QT Êtes-vous présentement..? LISEZ LA LISTE

AL Inscrit(e) à l'école à temps plein
 Inscrit(e) à l'école à temps partiel
 REFUSE

IN Q3 ALTERNATIVELY ROTATE THE LIST STARTING WITH I HAVE DECIDED ON A CAREER AND CANNOT IMAGINE CHANGING MY MIND.

QB3

QT Lequel des énoncés suivants décrit le mieux où vous en êtes rendu(e) dans votre carrière? LISEZ LA LISTE

AL Je n'ai aucune idée de ce que je veux comme carrière
 Je n'ai qu'une vague idée de ce que je veux comme carrière
 J'ai une assez bonne idée de ce que je veux comme carrière
 J'ai fait un choix de carrière mais ça pourrait changer
 J'ai fait un choix de carrière et je ne peux m'imaginer changer d'idée
 NE SAIT PAS

QB4

QT En tenant compte de votre situation actuelle, quelles sont les 3 caractéristiques les plus importantes d'un emploi? SONDEZ ET ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES

AL OUVERTE

QB5

QT Êtes-vous présentement à la recherche d'un emploi ou essayez-vous présentement de changer d'emploi?

AL OUI
 NON
 NE SAIT PAS

IF NO AT B5 GO TO B8, OTHERS CONTINUE

QB6

QT Quand cherchez-vous habituellement un emploi?

AL Les jours de semaine pendant la journée
 Les jours de semaine en soirée
 Les fins de semaine pendant la journée
 Les fins de semaine en soirée
 AUTRE
 NE SAIT PAS

QB7: Q, RANGE 0 .. 100 DEF 100,
 QT Veuillez me dire combien de fois au cours des 30 derniers jours vous avez fait l'une des activités suivantes : INSERT MT

Avez visité des employeurs potentiels à leur lieu de travail
 Êtes allé(e) sur des sites Web de recherche d'emploi (par exemple Workopolis)
 Avez visité des sites Web d'employeurs potentiels
 Êtes allé(e) à un salon de l'emploi
 Avez appelé des employeurs potentiels
 Avez consulté les petites annonces ou la section «Carrières» d'un journal

QB8

QT Présentement, êtes-vous intéressé(e) davantage par un emploi ou par une carrière?
 NE LISEZ PAS LA LISTE

AL EMPLOI
 CARRIÈRE
 LES DEUX ÉGALEMENT
 NI L'UN NI L'AUTRE
 NE SAIT PAS

Nous aimerions maintenant vous demander combien de temps environ vous consacrez à chacune des activités suivantes.

QC1: Q, RANGE 0 .. 24 DEF 24,
 QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à regarder la télévision? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES ET DE MINUTES APPROPRIÉ
 IF ZERO AT QC1 GO TO C3, OTHERS CONTINUE

QC2

QT Quel type d'émission de télévision préférez-vous? LISEZ LA LISTE AU BESOIN

AL JEUX TÉLÉVISÉS (Le Cercle, L'union fait la force)
 STYLE DE VIE (Décore ta vie, Métamorphoses)
 NOUVELLES/INFORMATION (LE TÉLÉJOURNAL, RDI)
 TÉLÉ-RÉALITÉ (Loft Story, Occupation double)
 SÉRIES (Minuit le soir, Les Invincibles)

ROMANS SAVON (Les feux de l'amour/The Young and the Restless,
Dallas)

SPORTS (RDS/TSN)

TALK SHOWS (Bons baisers de France, Tout le monde en parle)

AUTRE

QC3: Q, RANGE 0 .. 24 DEF 24,

QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à écouter la radio? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES ET DE MINUTES APPROPRIÉ.

IF ZERO AT QC3 GO TO C5, OTHERS CONTINUE

QC4

QT Quel type de station ou d'émission de radio écoutez-vous le plus souvent? LISEZ LA LISTE AU BESOIN

AL CBC (CBC RADIO ONE, TWO, OU THREE)/RADIO-CANADA
(PREMIÈRE CHAÎNE, ESPACE MUSIQUE)

NOUVELLES/ENTRETIENS

MUSIQUE DES ANNÉES 70, 80 OU 90

STATION HIP HOP/RAP

MUSIQUE COUNTRY

MUSIQUE CLASSIQUE

JAZZ

NOUVEL ÂGE

ROCK/HARD ROCK

HEAVY METAL

MUSIQUE FOLKLORIQUE

BLUES

AUTRE

QC5: Q, RANGE 0 .. 25 DEF 25,

QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous sur Internet? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES

ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES

N'A PAS ACCÈS À INTERNET

IF ZERO OR NO INTERNET ACCESS AT QC5 GO TO C9, OTHERS CONTINUE

QC6

QT Quel service de courriel utilisez-vous le plus souvent?

NOTE À L'INTERVIEWEUR : NOUS NE VOULONS PAS CONNAÎTRE LE LOGICIEL UTILISÉ MAIS SEULEMENT LE NOM DE LA COMPAGNIE AVEC LAQUELLE ILS ONT UN COMPTE. NE LISEZ PAS LA LISTE

AL

HOTMAIL
GMAIL/GOOGLE
ROGERS
SYMPATICO
LOOK
AOL
UN COMPTE DE L'ÉCOLE
UN COMPTE DE MON LIEU DE TRAVAIL
YAHOO
AUTRE

QC7

QT Quel moteur de recherche utilisez-vous le plus souvent? NE LISEZ PAS LA LISTE

AL

YAHOO
GOOGLE
ALTA VISTA
HOTBOT
LYCOS
INFOSEEK
ROBOT WEB
AUTRE

QC8

QT Quels sont les 3 sites Web que vous visitez le plus souvent? SONDEZ ET ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES

AL

OUVERTE

QC9: Q, RANGE 0 .. 24 DEF 24,

QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à lire des magazines? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES OU DE MINUTES

IF ZERO AT QC9 GO TO C11, OTHERS CONTINUE

QC10

QT Quel magazine lisez-vous le plus souvent?

AL

- ADORABLE
- CANADIAN LIVING
- CHART
- CHÂTELAINÉ
- COOL!
- COSMO GIRL
- COSMOPOLITAN
- ELLE QUÉBEC
- ESPN - LE MAGAZINE
- ESSENCE
- FILLES CLIN D'OEIL
- FUEL
- GQ
- IN STYLE
- JANE
- L'ACTUALITÉ
- LA SEMAINE
- MACLEAN'S
- MAXIM
- MEFIRST
- MEN'S HEALTH
- NATIONAL GEOGRAPHIC
- PEOPLE
- PLAYBOY
- PLAYSTATION
- SÉLECTION DU READER'S DIGEST
- ROLLING STONE
- 7 JOURS
- SEVENTEEN
- SLAM
- SOURCE
- SPORTS ILLUSTRATED
- TEEN
- TEEN PEOPLE
- TEEN TRIBUTE
- TV GUIDE
- VERVE

VIBE
 WHAT!
 YM
 AUTRE (PRÉCISEZ)
 AUCUN
 NE SAIT PAS

QC11: Q, RANGE 0 .. 24 DEF 24,
 QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à lire les journaux? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES OU DE MINUTES

IF ZERO AT QC11 GO TO C13, OTHERS CONTINUE

QC12
 QT Quel type de journal lisez-vous habituellement? LISEZ LA LISTE

AL Un quotidien local
 Un quotidien national comme le Globe & Mail ou le National Post
 Un journal gratuit pour utilisateurs de transports en commun comme
 Métro, 24 heures ou Dose
 Un journal de quartier
 AUTRE
 NE SAIT PAS

QC13: Q, RANGE 0 .. 24 DEF 24,
 QT Au cours d'une journée ordinaire, environ combien d'heures ou de minutes passez-vous à prendre les transports en commun? ENTREZ LE NOMBRE D'HEURES OU DE MINUTES

IF ZERO AT QC13 GO TO C15, AUTRES, CONTINUEZ

QC14
 QT Quelle forme de transports en commun utilisez-vous le plus souvent?

AL AUTOBUS
 MÉTRO
 TAXI
 TRAIN DE BANLIEUE
 TRAIN INTERCITÉ/VIA
 TRAVERSIER

QC15: Q, RANGE 0 .. 31 DEF 31,
 QT Au cours d'un mois ordinaire, environ combien de fois allez-vous au cinéma?
 IF ZERO AT QC15 GO TO C17, OTHERS CONTINUE

QC16

QT Quel genre de film préférez-vous? LISEZ LA LISTE AU BESOIN

AL ACTION
AVENTURE
DESSINS ANIMÉS
COMÉDIES
DOCUMENTAIRES
DRAMES
FANTASTIQUE
FILMS D'HORREUR
ARTS MARTIAUX
COMÉDIES MUSICALES
MYSTÈRES
HISTOIRES SENTIMENTALES
SCIENCE-FICTION
FILMS SUR LE SPORT
FILM À SUSPENSE
AUTRE
NE SAIT PAS

QC17: Q, RANGE 0 .. 31 DEF 31,

QT Au cours d'un mois ordinaire, environ combien de fois assistez-vous à des événements comme des concerts, pièces de théâtre ou événements sportifs?
IF ZERO AT QC17 GO TO C19, OTHERS CONTINUE

QC18

QT À quel type d'événement assistez-vous habituellement? SONDEZ ET ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES

AL CAFÉ-BISTROT AVEC MUSICIENS SUR PLACE
SALONS DE L'EMPLOI
CONCERTS
CONFÉRENCES
SPECTACLES DE DANSE
TOURNOIS DE JEUX EN RÉSEAU
COMÉDIES MUSICALES
PIÈCES DE THÉÂTRE/THÉÂTRE DE PARTICIPATION/OPÉRAS
ÉVÉNEMENT SPORTIF - AMATEUR
ÉVÉNEMENT SPORTIF - PROFESSIONNEL
ÉVÉNEMENT SPORTIF - NON PRÉCISÉ
AUTRE
NE SAIT PAS

QC19

QT Quel sport ou activité sportive pratiquez-vous le plus souvent?

AL DANSE AÉROBIQUE
BADMINGTON
BASEBALL
BASKETBALL
SPORTS DE COMBAT (LUTTE, KARATÉ, BOXE)
CURLING
SÉANCES D'EXERCICE
FOOTBALL
GYMNASTIQUE
RANDONNÉES
HOCKEY
CROSSE
RINGUETTE
RUGBY
COURSE À PIED
SOCCER
SKI
SURF DES NEIGES
TENNIS
VOLLEYBALL
CULTURISME
YOGA
AUTRE
NE SAIT PAS

QC20

QT Quel sport ou activité sportive regardez-vous à la télévision le plus souvent?

AL DANSE AÉROBIQUE
BADMINGTON
BASEBALL
BASKETBALL
SPORTS DE COMBAT (LUTTE, KARATÉ, BOXE)
CURLING
SÉANCES D'EXERCICE
FOOTBALL
GYMNASTIQUE
RANDONNÉES
HOCKEY

CROSSE
RINGUETTE
RUGBY
COURSE À PIED
SOCCER
SKI
SURF DES NEIGES
TENNIS
VOLLEYBALL
CULTURISME
YOGA
AUTRE
NE SAIT PAS

QC21

QT Quels sont vos passe-temps préférés? SONDEZ ET ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES

AL

ARTS (PEINTURE/DESSINS/CROQUIS)
RÉPARATION D'AUTOMOBILES
ORNITHOLOGIE
MODÈLES À COLLER (VOITURES/BATEAUX, ETC.)
COLLECTIONS (TIMBRES, CARTES, ANTIQUITÉS)
CUISINER
PÊCHE
JARDINAGE/FAIRE POUSSER DES PLANTES
RANDONNÉES
CHASSE
TRICOT/CROCHET
ÉCOUTER DE LA MUSIQUE
JOUER DE LA MUSIQUE
PHOTOGRAPHIE
JOUER À DES JEUX VIDÉOS
PRATIQUER DES SPORTS
REGARDER DES SPORTS
LIRE
FAIRE DE LA COUTURE
PASSER DU TEMPS AVEC DES AMIS
PASSER DU TEMPS AVEC LA FAMILLE
SURFER SUR INTERNET
REGARDER LA TÉLÉVISION
ÉCRIRE
AUTRE

J'aimerais connaître votre point de vue personnel quant à certains sujets d'ordre général.

QD1

QT Je vais vous lire certains énoncés et j'aimerais que vous me disiez si vous êtes fortement d'accord, assez d'accord, ni d'accord ni en désaccord, assez en désaccord ou fortement en désaccord avec chacun. INSERT MT RÉPÉTEZ L'ÉCHELLE AU BESOIN

AL Fortement d'accord
Assez d'accord
Ni d'accord ni en désaccord
Assez en désaccord
Fortement en désaccord

J'ai vraiment beaucoup de talent pour réparer des choses
J'ai beaucoup de plaisir à posséder les derniers gadgets électroniques
J'aime beaucoup faire partie d'une équipe
J'aime rester en forme
J'aime le bon air et les activités extérieures
J'aime beaucoup travailler sur des problèmes complexes
Je considère qu'il y a beaucoup de stress dans ma vie
Les relations humaines solides ont plus d'importance pour moi que les choses matérielles

QD2

QT Lesquels des projets suivants aimeriez-vous réaliser à l'avenir? LISEZ LA LISTE PROGRAMMER: RANDOMIZE LIST

AL Poursuivre vos études
Faire beaucoup d'argent
Obtenir une promotion
Vous marier
Apprendre un nouveau sport
Voyager
Aider les gens moins fortunés
AUCUNE DE CES RÉPONSES
AUTRE
NE SAIT PAS

J'aimerais maintenant vous poser quelques questions au sujet des Forces canadiennes, c'est-à-dire les forces militaires canadiennes.

QE1

QT Qu'est-ce qui vous vient à l'esprit lorsque vous entendez les mots Forces canadiennes? BOÎTE OUVERTE. ACCEPTEZ JUSQU'À 10 SECONDES DE RÉPONSES

AL OUVERTE

QE2

QT Dans quelle mesure les Forces canadiennes vous sont-elles familières? LISEZ LA LISTE PROGRAMMER: ALTERNATIVEMENT, ROTATION DE AL, EN COMMENÇANT PAR TRÈS FAMILIÈRES ET EN GARDANT TOUJOURS NE SAIT PAS POUR LA FIN

AL Pas du tout familières
Pas très familières
Assez familières
Très familières
NE SAIT PAS

QE3

QT Quelle est votre impression dans l'ensemble des Forces canadiennes? Est-elle : LISEZ LA LISTE NOTE À L'INTERVIEWEUR : CETTE SECTION POURRAIT ÊTRE CONTROVERSÉE SUR LE PLAN POLITIQUE. SI LE/LA RÉPONDANT(E) SEMBLE AVOIR DES POINTS DE VUE TRÈS NÉGATIFS PARCE QU'IL/ELLE N'AIME PAS LA VIE MILITAIRE, VEUILLEZ PASSER À LA SECTION SUR LES DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES PROGRAMMER: ALTERNATIVEMENT, ROTATION DE AL, EN COMMENÇANT PAR TRÈS POSITIVE

AL Très négative
Assez négative
Assez positive
Très positive
NE SAIT PAS

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE4

QT Avez-vous visité un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes au cours de la dernière année?

AL OUI
NON
NE SAIT PAS
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE5

QT Dans quelle mesure est-il probable que vous visitiez un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes au cours de la prochaine année? LISEZ LA LISTE PROGRAMMER: ALTERNATIVEMENT, ROTATION DE AL, EN COMMENÇANT PAR TRÈS PROBABLE

AL Pas du tout probable
Pas très probable
Assez probable

Très probable
NE SAIT PAS
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES
IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE6

QT Savez-vous où se trouve le Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes le plus près de chez vous?

AL

OUI
NON
NE SAIT PAS

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF YES AT QE6 GO TO E8 IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F
OTHERS CONTINUE

QE7

QT Si vous en aviez besoin, que feriez-vous pour trouver un Centre de recrutement ou Détachement des Forces canadiennes? LISEZ LA LISTE AU BESOIN

AL

Vous consulteriez le site Web des Forces canadiennes
Vous consulteriez l'annuaire téléphonique
Vous consulteriez le site Web du Gouvernement du Canada
Vous utiliseriez un moteur de recherche en ligne
AUTRE
NE SAIT PAS

JE N'ESSAIERAI PAS D'EN TROUVER

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE8

QT Avez-vous visité le site Web des Forces canadiennes : www.forces.ca

AL

OUI
NON
NE SAIT PAS

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE9

QT À votre connaissance, les Forces canadiennes offrent-elles des emplois à temps plein et des emplois à temps partiel?

AL

OUI
NON
NE SAIT PAS

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF NO OR DON'T KNOW AT QE9 SHOW QE10DIS

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

ALTERNATIVELY ROTATE THE AL STARTING WITH VERY LIKELY FOR QE10,
QE12 AND QE13

Les Forces canadienne offrent les deux, des emplois à temps plein et des emplois à temps partiel.

QE10

QT Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps plein?

AL Pas du tout probable

Pas très probable

Assez probable

Très probable

NE SAIT PAS

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

IF NOT AT ALL LIKELY, OR NOT VERY LIKELY SKIP TO QE12, OTHERS
CONTINUE

QE11

QT Si vous décidiez de vous enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein, quelle serait la durée maximale du contrat que vous accepteriez de signer?

NE SAIT PAS

QE12

QT Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps partiel?

AL Pas du tout probable

Pas très probable

Assez probable

Très probable

NE SAIT PAS

PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

QE13

QT Et si vos études collégiales ou universitaires étaient payées par les Forces canadiennes? Dans quelle mesure est-il probable que vous vous enrôliez dans les Forces canadiennes pour servir à temps plein?

AL Pas du tout probable
Pas très probable
Assez probable
Très probable
NE SAIT PAS
PASSEZ AU DÉMOGRAPHIQUES

IF NOT AT ALL LIKELY, OR NOT VERY LIKELY AT E10 AND E13 GO TO E15,
OTHERS CONTINUE

IF SKIP TO DEMOGRAPHIC GO TO SECTION F

QE14

QT Si vous deviez vous enrôler dans les Forces canadiennes, lequel des secteurs d'emploi suivants vous intéresserait le plus? LISEZ LA LISTE

AL Génie
Approvisionnement et services (commis, chauffeur ou cuisinier)
Services médicaux ou dentaires
Télécommunications et ordinateurs
Gestion
Combat
Pilote
Technicien(ne) en entretien et réparations
AUTRE (PRÉCISEZ)
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES

IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE15

QT Qu'est-ce qui vous empêche le plus de vous enrôler dans les Forces canadiennes à temps plein ou à temps partiel?

SONDEZ ET ACCEPTEZ TROIS RÉPONSES

AL OUVERTE
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES
IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE16

QT Y a-t-il dans votre famille des membres des Forces canadiennes ou des anciens combattants?

AL OUI
NON
NE SAIT PAS
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES
IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE17

QT Avez-vous des amis qui sont membres des Forces canadiennes ou des anciens combattants?

AL OUI
NON
NE SAIT PAS
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES
IF "SKIP TO DEMOGRAPHICS" GO TO SECTION F

QE18

QT Que pourraient faire les Forces canadiennes pour vous inciter à vous enrôler?
ACCEPTÉZ JUSQU'À 15 SECONDES DE RÉPONSES

AL OUVERTE
PASSEZ AUX DÉMOGRAPHIQUES
Nous avons presque terminé. Il ne me reste que quelques questions qui nous permettront de regrouper vos réponses avec celles d'autres personnes.

QF1

QT Êtes-vous un Autochtone?

AL OUI
NON
REFUSE
IF YES AT QF1 GO TO F3, OTHERS CONTINUE

QF2

QT Êtes-vous membre d'une minorité visible?

AL OUI
NON
NE SAIT PAS

POSEZ À TOUS

QF3

QT Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous avez complété?

- AL
- COURS PRIMAIRE EN PARTIE
 - PRIMAIRE COMPLÉTÉ
 - COURS SECONDAIRE, EN PARTIE
 - SECONDAIRE COMPLÉTÉ
 - COURS TECHNIQUE, COLLÉGIAL, CÉGEP EN PARTIE
 - COURS TECHNIQUE, COLLÉGIAL, CÉGEP COMPLÉTÉ
 - UNIVERSITAIRE 1ER CYCLE, EN PARTIE
 - UNIVERSITAIRE 1ER CYCLE, COMPLÉTÉ (BAC)
 - UNIVERSITAIRE 2E OU 3E CYCLE, EN PARTIE
 - UNIVERSITAIRE 2E OU 3E CYCLE COMPLÉTÉ (P. EX. MA, MSC, PHD, LLB)
 - AUTRE
 - NE SAIT PAS/REFUSE

QF5

QT Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre mode de vie? Est-ce que ...?
LISEZ LA LISTE

- AL
- Vous habitez avec vos parents ou l'un des deux
 - Vous habitez avec des ami(e)s ou un(e) compagnon/compagne de chambre
 - Vous habitez avec votre époux/épouse ou conjoint(e)
 - Vous habitez seul(e)
 - Avez d'autres arrangements
 - REFUSE

QF6

QT Laquelle des catégories suivantes décrit le mieux votre état matrimonial? LISEZ LA LISTE

- AL
- Célibataire jamais marié(e)
 - Marié(e)
 - En union de fait
 - Séparé(e) ou divorcé(e)
 - AUTRE
 - REFUSE

QF7

QT Dans laquelle des catégories suivantes se situe le revenu annuel total de votre foyer?
LISEZ LA LISTE

AL Moins de 25 000 \$
 25 000 \$ à moins de 50 000 \$
 50 000 \$ à moins de 75 000 \$
 75 000 \$ à moins de 100 000 \$
 100 000 \$ ou plus
 REFUSE

Voilà, c'est terminé. Nous vous remercions du temps que vous nous avez accordé.