



# Collège militaire royal de Saint-Jean

## Rapport global

### Marque, Marketing-Communication

Décembre 2021

# Table des matières

1. Introduction
2. Méthodologie
3. Ce que nous avons appris : les thèmes clés pour informer les personas et la stratégie de communication
  - a. Groupes internes
  - b. Groupes externes

N° de catalogue : D2-627/2022F-PDF

Numéro international normalisé du livre (ISBN) : 978-0-660-44865-7

Publications connexes (numéro d'enregistrement) : POR-2022-08

Catalogue Number: D2-627/2022E-PDF (Final Report, English)

Royal Military College St-Jean : comprehensive report ISBN: 978-0-660-44864-0

# Introduction

L'objectif principal du mandat était de fournir à l'équipe de marketing du CMR Saint-Jean les informations sur les clients et les cibles dont elle a besoin pour élaborer une stratégie de marque et un plan de communication pertinents, cohérents et convaincants qui peuvent être intégrés au programme global de marketing et de communication des FAC. Les objectifs secondaires sont : augmenter le nombre de candidatures de francophones, de femmes et de communautés diverses, mais aussi renforcer la notoriété de la marque auprès du public francophone et enfin, devenir une institution renommée pour les études militaires et internationales. Ceci est le rapport final pour le mandat réf. #W6509-210031/C Client.

# Méthodologie

L'approche de la recherche a consisté en une combinaison de recherche documentaire, d'analyse approfondie des supports de communication et d'entretiens avec des publics internes et externes. Les entretiens ont pris la forme de groupes de discussion de deux heures. Ces derniers se sont réunis en mai, septembre et octobre. Au total, 150 personnes y ont participé.

Le processus de sélection pour les entretiens a été conçu pour identifier et exclure les personnes qui avaient une opinion très négative de l'armée.

# Méthodologie

## **Groupes internes (42 participants)**

- Groupe A : 6 officiers subalternes et aspirants de marine (francophones et anglophones), 17 mai 2021
- Groupe B : 6 officiers supérieurs et aspirants de marine, 17 mai 2021
- Groupe C : 6 membres du personnel militaire, 18 mai 2021
- Groupe D : 6 membres du personnel administratif, 25 mai 2021
- Groupe E : 6 membres du personnel enseignant, 25 mai 2021
- Groupe F : 6 recruteurs des régions de Montréal et de Québec, 19 mai 2021
- Groupe G : 6 officiers subalternes et aspirants de marine, francophone, du Québec, 21 septembre 2021

## **Groupes externes (72 jeunes, 36 adultes)**

- Groupes 1, 2, 3 : jeunes filles de 14 à 15 ans
- Groupes 4, 5, 6 : jeunes garçons de 14 à 15 ans
- Groupes 7, 8, 9 : jeunes filles de 16 à 18 ans
- Groupes 10, 11, 12 : jeunes garçons de 16 à 18 ans
- Groupes 13, 14, 17, 18 : conseillers d'orientation, répartis entre francophones, anglophones et allophones
- Groupes 15, 16 : enseignants, directeurs d'école, répartis entre francophones, anglophones et minorités

# Ce que nous avons appris

## Groupes internes – Constatations

### 1 OPPORTUNITÉ DE CLARIFIER LE POSITIONNEMENT DU CMR SAINT-JEAN

Dans tous les groupes, à l'exception de la cohorte francophone du Québec, il y avait un manque de compréhension commune du positionnement du CMR Saint-Jean. Le but de l'école, les principales différences par rapport au CMR du Canada à Kingston, s'il s'agit d'un collège pour les Québécois ou pour tous les Canadiens, qui est la cible... Tous ces points ont fait l'objet de débats entre les intervenants internes. Ce manque de clarté concernant le positionnement n'est cependant pas apparu au sein de la cohorte francophone du Québec. En fait, le sentiment de fierté y était fort et il a été suggéré que le CMR Saint-Jean pourrait être le fleuron des forces armées. Le CMR Saint-Jean a été décrit comme « ce que les FAC offrent de mieux ».

### 2 LA CONNAISSANCE DU CMR SAINT-JEAN CHEZ LES ANGLOPHONES EST PROCHE DE ZÉRO

Dans tous les cas, les étudiants anglophones n'étaient absolument pas au courant de l'existence du CMR Saint-Jean avant de postuler, même après avoir visité les centres de recrutement dans leurs provinces respectives. Chaque étudiant pensait qu'il postulait au CMR à Kingston. Certains étudiants ont mentionné qu'ils pensaient que le CMR Saint-Jean était le collège pour ceux qui n'avaient pas les prérequis pour Kingston.

### 3 PRINCIPAUX AVANTAGES LIÉS À LA FRÉQUENTATION DU CMR SAINT-JEAN DÉCRITS EN TERMES FONCTIONNELS

Les intervenants internes ont indiqué que la gratuité de l'enseignement universitaire et la sécurité de l'emploi à long terme étaient les principales raisons poussant à fréquenter le CMR Saint-Jean. D'autres avantages tels que des classes plus petites, un personnel attentif et bienveillant, une formation militaire, le bilinguisme et des possibilités de leadership sont apparus comme des caractéristiques convaincantes et déterminantes du collège, permettant de créer une proposition de valeur solide.

# Ce que nous avons appris

## Groupes internes – Constatations

### **4 LES ÉTUDIANTS ANGLOPHONES SONT PLUS SUSCEPTIBLES D'ÉPROUVER DES SENTIMENTS NÉGATIFS**

Les intervenants se sont inquiétés du fait que le CMR Saint-Jean n'était pas perçu comme une institution prestigieuse et de haute qualité par les gens de l'extérieur. Parmi les préoccupations mentionnées, on retrouve le manque de reconnaissance du CMR Saint-Jean en tant qu'université (« il ne figure pas sur les listes des universités »), l'opinion selon laquelle le CMR Saint-Jean est l'endroit où vont les personnes qui sont rejetées du CMR à Kingston, et le fait que les transferts ne se font que dans un sens (du CMR Saint-Jean au CMR). La cohorte francophone du Québec n'a pas exprimé une telle préoccupation et ne s'est pas non plus comparée spontanément à un autre collège.

### **5 DIVERGENCE DES POINTS DE VUE SUR L'AMBITION DU CMR SAINT-JEAN**

Les questions portant sur la pertinence de la marque ou sur le fait que « c'est une marque pour des gens comme moi » ont révélé un manque général de compréhension de ce à quoi les candidats « s'engagent », en particulier chez les anglophones. Mis à part le bassin de candidats potentiels qui sont familiers avec la culture militaire (plus répandue dans le groupe francophone du Québec), on ne s'entend pas vraiment sur le public auquel s'adresse le CMR Saint-Jean. Au mieux, il est décrit comme une formule faite de choses différentes pour des personnes différentes. Dans le pire des cas, il est décrit comme une expérience négative ou un « échange de bons procédés » où le candidat a le sentiment d'avoir été induit en erreur. L'exception était le groupe francophone du Québec qui a choisi le CMR Saint-Jean en étant pleinement conscient de l'opportunité et en s'identifiant aux quatre piliers en déclarant que c'était ce qu'ils recherchaient. Certains pensent également que le CMR Saint-Jean est un collège destiné principalement aux personnes du Québec et que le CMR à Kingston est destiné à tout le Canada.

# Ce que nous avons appris

## Groupes internes – Constatations

### **6 PLUS VOUS CONNAISSEZ LE CMR SAINT-JEAN, PLUS VOUS L' AIMEZ**

Les anglophones, malgré leur surprise initiale de se retrouver au CMR Saint-Jean, ont rapidement adopté et apprécié ce que le collège avait à offrir. En outre, plus les candidats avaient été exposés au campus et à ses étudiants avant la procédure de candidature, plus ils ont apprécié le collège. Les visites de campus et le contact avec les élèves officiers ont été les « expériences positives » les plus fréquemment mentionnées.

Ceci est encore plus vrai pour le groupe francophone du Québec. Ce groupe est entré au Collège avec des opinions favorables qui se sont renforcées par leur expérience sur le campus. Une meilleure connaissance préalable du CMR Saint-Jean a contribué à une expérience positive de découverte, d'intégration et de séjour pour les étudiants du Québec. Les commentaires d'appréciation les plus fréquents concernaient le programme bien équilibré entre les études et les exercices sportifs/militaires, une communauté accueillante et familiale et les quatre piliers de la marque.



# Ce que nous avons appris

## Groupes internes – Constatations

### 7 UNE RÉFORME DU PROCESSUS DE RECRUTEMENT SERAIT SOUHAITABLE

Dans l'ensemble, le processus a été perçu comme méritant d'être réformé afin d'attirer davantage de candidats. Voici les principaux points à retenir.

**CEUX QUI SONT FAMILIERS AVEC LA CULTURE MILITAIRE.** Le premier thème qui s'est dégagé est que le processus de recrutement s'adresse à ceux qui connaissent la culture militaire. Afin d'élargir le bassin de recrutement, il a été recommandé que la marque du CMR Saint-Jean vise des cibles entièrement nouvelles, atypiques pour le Collège. Les principaux défis mentionnés sont l'accès aux écoles secondaires dès la dixième année, et une forte présence aux salons universitaires et aux salons de l'emploi.

**LE MANQUE DE VISIBILITÉ DU PROGRAMME UNIVERSITAIRE.** Le deuxième thème était le parti pris en faveur du CMR à Kingston et le manque de visibilité du programme d'études internationales. De nombreuses personnes ont spontanément mentionné que les collèges devraient être positionnés comme égaux, mais différents.

**DES RECRUTEURS MAL INFORMÉS ET MAL PRÉPARÉS.** Le sentiment largement partagé est que les recruteurs connaissent mal le CMR Saint-Jean et que cela crée un fossé « d'expérience ». Le discours de recrutement a été qualifié de trompeur. Par exemple, le candidat pensait aller à un endroit et a été envoyé ailleurs; ou encore, il pensait s'inscrire à un programme pour une certaine profession et a été dirigé vers un autre programme. D'une manière générale, il est apparu que beaucoup d'entre eux ne comprenaient pas vraiment ce qui les attendait. Il est souvent mentionné que les collèges sont une « préoccupation secondaire » pour les recruteurs.

# Ce que nous avons appris

## Groupes internes – Constatations

UN PROCESSUS DE CANDIDATURE QUI N'EST PAS COMPÉTITIF. Le quatrième thème qui est apparu est l'opinion selon laquelle le processus actuel est lent, long et de qualité inférieure à celui des autres collèges. Il a été fréquemment décrit comme « non compétitif », « un trou noir », « manquant de transparence ». Par exemple, les lettres d'acceptation sont envoyées après celles envoyées par les cégeps et les universités. Par ailleurs, le processus est décrit comme opaque, difficile à comprendre, sans possibilité d'identifier clairement les étapes auxquelles les candidats peuvent accéder (p. ex. : « Où en suis-je dans le processus? »). Une procédure accélérée d'acceptation provisoire de 30 jours a été proposée pour examen.

### **8 LES FEMMES ET LES MINORITÉS VISIBLES NE SONT PAS DIFFÉRENTES DES AUTRES ET LA DISCRIMINATION NE CONSTITUE PAS UN SUJET DE PRÉOCCUPATION MAJEUR**

Les motivations pour rejoindre les FAC n'ont pas été perçues comme différentes entre les hommes blancs et les autres genres ou les minorités visibles. La seule différence mentionnée dans un groupe est que les femmes sont plus susceptibles de s'orienter vers une profession qui n'implique pas d'aller au front. Le sujet de la violence à l'égard des femmes a été abordé uniquement lorsqu'il a été soulevé par l'équipe. Dans tous les groupes, cela ne semblait pas être un sujet de préoccupation majeur. Il a été mentionné à plusieurs reprises que des protocoles et une formation adéquate étaient en place pour protéger les femmes contre les comportements inacceptables. Dans quelques cas, il a été question de « micro-agressions », par exemple « elle a obtenu le poste parce qu'elle est une femme ». Dans l'ensemble, la perception des étudiants était que la nature de la discrimination était similaire à l'intérieur et à l'extérieur des forces armées.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **9 TRÈS FAIBLE SENSIBILISATION ET CONNAISSANCE DES POSSIBILITÉS OFFERTES PAR LES FORCES ARMÉES ET LES COLLÈGES**

Dans tous les groupes, sans exception, la connaissance de ce que les forces armées ont à offrir est restreinte. Chaque groupe a exprimé avoir besoin de plus d'information. Quelques conseillers d'orientation connaissaient les collèges, mais ne savaient pas en quoi ils étaient différents. Certains ont demandé si le CMR Saint-Jean était un niveau cégep et le CMR à Kingston un niveau universitaire. Quelques participants pensaient que le CMR Saint-Jean n'était pas très ouvert et accessible, que les occasions de visite sont peu fréquentes, qu'il n'est plus comme autrefois et que les ressources sont consacrées au CMR à Kingston plutôt qu'au CMR Saint-Jean.

Bien que quelques personnes aient mentionné avoir invité les forces armées à faire des présentations en classe, cela ne représente pas la majorité des éducateurs. Dans l'ensemble, la connaissance des possibilités offertes par les forces armées était très superficielle et les principales motivations apparentes des étudiants qui s'engagent étaient une éducation rémunérée, une carrière physiquement active, un emploi garanti et un avenir sûr. Le nombre de professions disponibles était peu connu et la différence entre un officier et un soldat de l'infanterie n'était pas bien comprise. En ce qui concerne les collèges, le processus de recrutement est perçu comme étant long et ardu et « ne convenant pas à tout le monde », et de nombreux étudiants perçoivent l'armée comme synonyme de « partir à la guerre ». Dans l'ensemble, beaucoup ont décrit l'armée comme « mystérieuse, avec beaucoup d'inconnus ».

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **10 NÉCESSITÉ DE METTRE EN PLACE PLUSIEURS POINTS DE CONTACT POUR LA CONNAISSANCE, LA FAMILIARISATION ET LA SENSIBILISATION**

Pour faire connaître les collèges, les éducateurs ont recommandé des présentations en personne dans les salles de classe suivies de visites sur le campus. Celles-ci seraient potentiellement plus prometteuses, parce que le campus lui-même est attrayant, et que les étudiants autorisés à faire cette visite auraient déjà la permission des parents et donc au moins une certaine ouverture d'esprit. Pour les étudiants ayant exprimé un intérêt pour les forces armées, les conseillers ont parfois recommandé de se joindre au mouvement des cadets.

Les conseillers d'orientation estiment que les candidats qui ont le plus de chances de se présenter sont ceux qui ont un fort besoin de découverte, sont ouverts d'esprit, et ont besoin de se sentir utiles et de pratiquer une activité physique. Ils ont décrit les élèves qui s'adapteraient le mieux comme ceux qui « apprécient moins l'école ».

### **11 LES CONSEILLERS D'ORIENTATION ET LES ÉDUCATEURS NE SUGGÈRENT PAS LES FORCES ARMÉES COMME UNE VOIE PROFESSIONNELLE POTENTIELLE, ET NE DOIVENT PAS ÊTRE CONSIDÉRÉS COMME UN PUBLIC CIBLE IMPORTANT**

Les conseillers d'orientation et les éducateurs ne dirigent pas les élèves vers les FAC. Elles sont considérées comme une voie controversée, susceptible de soulever des problèmes tant avec les administrateurs scolaires qu'avec les parents. Selon les éducateurs, les parents sans lien avec l'armée étaient plus enclins à s'opposer à cette voie par crainte des troubles de stress post-traumatique (TSPT), des agressions sexuelles, des blessures et des décès. À leurs yeux, l'armée est très étroitement liée au combat. Il est évident que les parents constituent un public cible beaucoup plus important que les éducateurs, puisqu'ils exercent une influence majeure sur le parcours éducatif et professionnel envisagé par leurs enfants, en particulier à l'âge de 14-15 ans.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

Même les conseillers qui étaient à l'aise pour promouvoir la voie militaire ont insisté sur le fait qu'elle devait être présentée comme une information et non comme du recrutement, par exemple : « c'est aux étudiants de se renseigner, ce n'est pas à nous de la recommander ». Nous avons appris que la Commission scolaire de Montréal n'invitait pas les forces armées dans les écoles et qu'il n'y avait aucune communication entre elles.

### **12 LES ÉTUDIANTS SONT MAL INFORMÉS DES POSSIBILITÉS D'EMPLOI ET D'ÉDUCATION EN GÉNÉRAL, ET ACCÈDENT À DAVANTAGE DE SOURCES D'INFORMATION AVEC L'ÂGE**

La majorité des étudiants sont quelque peu anxieux, confus, n'ont guère d'idée de l'orientation à prendre et se rabattent généralement sur les professions les plus en vue : médecine, droit, psychologie, ingénierie ou professions commerciales, déjà exercées par des membres de leur famille. Les journées/foires de l'emploi, du moins telles qu'elles sont vécues actuellement, semblent avoir un faible retour sur investissement. Les étudiants repartent parfois encore plus confus et déroutés.

Les occasions où les étudiants peuvent voir une profession en action ou avoir l'opportunité d'interagir avec le conférencier dans le cadre d'un cours semblent être une approche prometteuse. Une simple présentation aux étudiants ne suffit pas – il faut qu'un réel dialogue puisse s'installer. Plus spécifiquement pour les forces armées et/ou le CMR Saint-Jean, la présence d'officiers passionnés par leur métier est essentielle. Une plus grande visibilité sur les canaux de médias sociaux a également été fortement recommandée, y compris les médias sociaux payants, et pas seulement organiques.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

Un très petit groupe de jeunes de 14 à 15 ans a déclaré avoir des contacts avec des conseillers. Les descriptions de ces entretiens étaient neutres. À quelques exceptions près, la plupart des conférenciers qui ont été invités dans leur cours exerçaient déjà des professions de premier plan, comme les policiers, les pompiers ou les avocats.

Chez les jeunes filles, ce qu'elles n'aimaient pas était plus clair que ce qu'elles aimaient. Il y avait autant de centres d'intérêt que de jeunes filles, un nombre important d'entre elles pratiquant des sports populaires comme le soccer et le volley-ball. Les passions et les affinités naturelles ont été mentionnées comme des facteurs importants dans leurs choix pour l'avenir. En général, les professions qui exigent des études plus longues sont dissuasives, surtout pour celles qui se définissent comme n'ayant pas le goût des études. Les principales sources d'information et d'inspiration étaient les mêmes que pour les jeunes garçons : la famille et les amis, les vidéos sur Internet. Les parents sont un facteur d'influence important pour tous les jeunes.

Bien que des facteurs tels que les intérêts, les passions et les capacités continuent de guider leurs choix à mesure qu'ils grandissent, les sources d'information et d'influence s'étendent à un réseau plus large comprenant les conseillers d'orientation, les amis de la famille et Internet. En outre, à mesure que la conscience de soi s'accroît, la mention des valeurs et du salaire dans l'examen des options prend de l'importance. Il est à noter que la psychologie est une mention fréquente chez les jeunes filles de 16 à 18 ans. Les journées d'orientation professionnelle semblent jouer un rôle plus important pour elles dans la présentation des professions. Comme on peut s'y attendre, les principales questions portent sur les années d'études requises, le salaire et les opportunités de carrière dans le domaine. Seuls quelques étudiants avaient déjà assisté à une présentation des forces armées.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **13 LES CONSEILLERS ET LES ÉDUCATEURS AIDENT DAVANTAGE À FAIRE LE POINT SUR LA RÉALITÉ DES CHOSES QU'À EXPLORER LES POSSIBILITÉS**

Lorsque les éducateurs ont décrit leur approche, la majorité d'entre eux ont dit qu'ils se concentraient sur les intérêts et aptitudes actuels des élèves et ont décrit leur rôle comme un contrôle de la réalité/faisabilité, par exemple : « les élèves sont influencés par leurs amis, leurs parents et les médias, puis quelqu'un les ramène sur terre et leur dit la vérité ». Le processus d'orientation était généralement ad hoc, peu inspiré et vieux jeu. La plupart des conseillers se sont concentrés sur la clarification des options, l'identification des professions à forte demande pour les étudiants, et moins sur l'exploration et l'inspiration. Dans le meilleur des cas, l'orientation était centrée sur la connaissance de soi et les tests psychométriques, encourageant les étudiants à faire du bénévolat et à suivre des stages, à assister aux journées d'orientation professionnelle, à développer leur autonomie et à envisager des alternatives. La possibilité de rejoindre les cadets n'a pas été évoquée comme une option prioritaire, à moins que l'élève n'exprime un intérêt pour les forces armées, ce qui est très rare. Les écoles privées sont perçues par certains comme offrant plus de possibilités de découverte de carrière que les écoles publiques. Les brochures étaient considérées comme un outil d'information facultatif, tandis que les ressources en ligne étaient plus souvent mentionnées.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

**14 DANS L'ENSEMBLE, L'OBJECTIF PREMIER DES ÉTUDIANTS CONCERNANT LEUR PROFESSION EST DE GAGNER DE L'ARGENT. LE SALAIRE DOIT DONC ÊTRE PRÉSENTÉ COMME FAISANT PARTIE D'UNE PROPOSITION DE VALEUR PLUS GLOBALE COMPRENANT BIEN D'AUTRES AVANTAGES.**

Selon les éducateurs, la plupart des étudiants cherchent à gagner le plus d'argent possible en un minimum de temps. Le salaire a été mentionné comme étant le premier facteur de motivation, suivi des intérêts personnels. Cela a été confirmé par les discussions avec les étudiants, dont beaucoup ont indiqué qu'ils ne souhaitent pas prolonger leur scolarité au-delà du strict nécessaire. L'enseignement supérieur pour le perfectionnement personnel n'est pas une ambition répandue. Selon le contexte socio-économique de la famille, on trouve des parents qui encouragent fortement leurs enfants à entrer sur le marché du travail le plus tôt possible (revenus faibles) et d'autres qui encouragent la poursuite des études (revenus élevés).

**15 LES JEUNES ONT UNE VISION TRADITIONNELLE PAR DÉFAUT DES FORCES ARMÉES ET TRÈS PEU DE RÉFÉRENCES**

Dans l'ensemble, les jeunes perçoivent les forces armées comme largement équivalentes au combat. Une majorité de jeunes filles a spontanément mentionné le service à la patrie comme étant la principale raison de s'engager dans l'armée. D'autres mentions moins fréquentes sont le prestige, le fait d'aider les autres et les avantages sociaux que cela procure. Très peu de jeunes connaissaient quelqu'un dans l'armée, donc les références étaient les médias ou les films et par extension, les soldats. Lorsqu'on leur a demandé quels étaient les facteurs importants pour envisager les forces armées, ils ont mentionné les frais de scolarité payés, un emploi garanti et une bonne base pour une carrière civile.



# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **16 LES CADETS SONT PERÇUS DE MANIÈRE TRÈS POSITIVE**

Contrairement à leurs idées préconçues sur les forces armées, les perceptions des cadets étaient fondées sur ce qu'ils avaient entendu de leurs pairs, et les récits de leurs amis étaient très majoritairement positifs. Parmi les mentions positives, citons : la formation intense, les nouveaux amis, les compétences de survie, la discipline et l'apprentissage de l'anglais chez les francophones. Cependant, les jeunes filles ne pensaient pas que le fait de rejoindre les cadets emportait automatiquement un souhait de rejoindre les forces armées. Malgré les commentaires positifs, très peu de jeunes filles ont été tentées de s'inscrire.

### **17 LA CONNAISSANCE DES COLLÈGES EST INEXISTANTE**

Même lorsqu'on le leur a demandé, les jeunes n'étaient pas conscients de l'existence du CMR Saint-Jean ou du CMR à Kingston. Cependant, lorsqu'on apprenait leur existence, surtout au Québec, ils étaient généralement considérés comme « cool » et positifs. Les principales raisons étaient que la proximité rendait l'adhésion facile, qu'il était agréable de pouvoir terminer le cégep et l'université au même endroit et qu'il est rassurant de savoir que l'on accède à un avenir sûr.

À mesure que les jeunes grandissent, des considérations pratiques telles qu'une éducation rémunérée, un emploi garanti, de bons avantages sociaux et un salaire équitable apparaissent comme des raisons de rejoindre les forces armées. La stabilité est devenue un thème clé chez les personnes âgées de 16 à 18 ans. En plus de ces raisons pratiques, sont également mentionnés une carrière non conventionnelle, les voyages, le service aux autres et à son pays. Parmi toutes les raisons mentionnées, l'éducation rémunérée apparaît comme la plus importante.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **18 LES 4 PILIERS ONT DU SENS, MAIS POUR CERTAINS, LES EXIGENCES ACADÉMIQUES SONT UN OBSTACLE, ET POUR D'AUTRES, LES EXIGENCES PHYSIQUES SONT PERÇUES COMME TROP IMPORTANTES**

Il y a une énorme différence de perception des quatre piliers entre les publics internes (où ils sont perçus comme positifs) et externes (où ils sont souvent perçus comme intimidants). Une fois les 4 piliers décrits aux jeunes filles de 14 à 15 ans, celles-ci ont déclaré qu'ils avaient du sens, à l'exception des résultats scolaires élevés qu'elles n'associaient pas aux forces armées. Bien que les possibilités de devenir officier aient suscité leur intérêt, de nombreuses jeunes filles âgées de 16 à 18 ans ont déclaré qu'elles ne suivraient pas cette voie en raison des défis physiques et/ou académiques associés aux piliers. À la question de savoir si le fait d'être rémunéré tout en développant ces compétences ferait une différence, la réponse était négative, car « ces compétences pourraient être acquises ailleurs ». Les jeunes garçons ont accepté les 4 piliers comme étant « logiques », la seule exception étant le « haut niveau académique ». Quelques-uns ont mentionné ne pas comprendre pourquoi cela était si important.

# Ce que nous avons appris

## Groupes externes – Constatations

### **19 LES PRÉSENTATIONS FAITES PAR LES FORCES ARMÉES NE SUFFISENT PAS À CONTRER L'IDÉE PRÉCONÇUE QUE « CE N'EST PAS POUR MOI », IL EST DONC ESSENTIEL DE CRÉER UNE PERCEPTION POSITIVE LE PLUS TÔT POSSIBLE (AVANT 16 ANS)**

À l'instar de l'opinion exprimée par les jeunes filles plus âgées, chez les jeunes garçons de 16 à 18 ans, les commentaires concernant l'orientation variaient considérablement; en termes positifs, l'orientation les aidait à choisir à quel cégep ils devaient s'inscrire. Les journées de l'emploi et les salons de l'emploi ont été perçus de manière favorable. Une minorité de jeunes garçons ont confirmé qu'ils avaient assisté à des présentations des forces armées, mais dans l'ensemble, il semble que leur impact ait été faible et que les niveaux d'intérêt étaient prédéterminés pour la plupart : « c'est pour moi » ou « ce n'est pas pour moi ». Cependant, il faut noter que dans les groupes internes (étudiants qui sont déjà au CMR Saint-Jean), les présentations par les forces armées ont été perçues comme permettant de se familiariser avec le sujet et les ont incités à se renseigner davantage. Cela souligne l'importance de créer une perception positive le plus tôt possible (avant 16 ans).

### **20 L'ÉDUCATION RÉMUNÉRÉE ET LA SÉCURITÉ DE L'EMPLOI SONT LES PRINCIPALES MOTIVATIONS DES JEUNES À REJOINDRE LES FORCES ARMÉES**

Dans l'ensemble, une éducation rémunérée, un avenir clair et sûr et un emploi garanti représentent les éléments les plus souvent mentionnés. Parmi les jeunes garçons âgés de 16 à 18 ans, l'engagement dans les forces armées est parfois apparu spontanément comme un « dernier choix ». Les raisons en sont le risque mental, par exemple les TSPT, la performance physique exigeante et le sentiment qu'il n'est pas nécessaire d'être performant sur le plan académique : ainsi, il peut s'agir d'une bonne option si tout le reste échoue.