



#### **MONTREAL**

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

#### **QUÉBEC**

3340, rue de La Pêrade  
4<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1X 2L7  
T 418 687-8025

# **ÉTUDE SUR LE KIOSQUE GOUVERNEMENTAL DANS LES SALONS ET ÉVÉNEMENTS**

RAPPORT FINAL

PRÉSENTÉ AU MINISTÈRE DU CONSEIL EXÉCUTIF

|           |                                      |
|-----------|--------------------------------------|
| <b>03</b> | /Introduction                        |
| <b>04</b> | /Faits saillants                     |
| <b>06</b> | /Chapitre 1 : Visite des salons      |
| <b>11</b> | /Chapitre 2 : Kiosque gouvernemental |

## ANNEXE

### **/1.** Questionnaire

**Contexte** Le gouvernement du Québec participe régulièrement à des salons et événements, notamment pour faire connaître les services et programmes gouvernementaux, recruter du personnel ou encore faire la promotion des métiers et professions. Lorsque plusieurs ministères et organismes (MO) participent à un événement, ils sont généralement regroupés dans un kiosque gouvernemental, mais peuvent aussi être séparés en plusieurs lieux selon la nature de l'événement, par thématique. La présentation visuelle des kiosques comporte des éléments standardisés, mais les MO peuvent personnaliser leur espace respectif.

- Objectifs**
- Valider les préférences des visiteurs quant à l'aménagement (regroupé ou non) de la présence gouvernementale.
  - Évaluer la visibilité et l'attractivité du kiosque gouvernemental.
  - Identifier les canaux de communication porteurs pour joindre les visiteurs.

**Méthodologie** Un sondage en personne a été réalisé dans quatre salons qui se sont tenus à l'automne 2024. Le questionnaire utilisé a été élaboré par SOM, en collaboration avec le ministère du Conseil exécutif (MCE). Dans chacun des salons, des intervieweurs ont intercepté des visiteurs, soit à la sortie du salon, soit près du kiosque gouvernemental. On visait une centaine de répondants par site. Le tirage d'un prix de 100 \$ par salon était proposé aux visiteurs interceptés pour stimuler la participation. Aussi, en cas de refus, on proposait aux visiteurs de remplir le questionnaire en mode autonome à l'aide d'un code QR. Au total, 572 entrevues en français ont été réalisées dans les salons suivants et aux dates indiquées :

1. Foire nationale de l'emploi et Salon de la formation continue de Montréal, 2 et 3 octobre, Montréal (n : 181);
2. Salon FADOQ, 18 octobre, Québec (n : 115);
3. Salon Carrière Formation de Québec, 25 et 26 octobre, Québec (n : 153);
4. Salon de l'immigration et de l'intégration, 18 et 19 novembre, Montréal (n : 123).

Les données n'ont pas été pondérées; elles ont été traitées avec le progiciel spécialisé MACTAB.

- Notes**
- À l'exception du Salon FADOQ, où les MO étaient séparés, mais à proximité, tous les salons avaient un kiosque gouvernemental unique (MO regroupés).
  - Pour alléger les tableaux et le texte, le nom des salons a été abrégé de la façon suivante : 1) Emploi Mtl, 2) FADOQ Qc, 3) Carrière Qc et 4) Immig. Mtl.
  - Dans le rapport, les flèches (↓ ↑) indiquent une différence statistiquement significative à la hausse ou à la baisse entre un salon et les autres salons.
  - Les administrateurs, employés ou bénévoles n'étaient pas admissibles à participer à l'étude.
  - Comme les répondants n'ont pas été sélectionnés de façon aléatoire au sens statistique du terme, les résultats ne prétendent pas être représentatifs de tous les visiteurs des salons concernés.

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

# Faits saillants

---

### Une présence attrayante et appréciée

Les résultats de cette étude réalisée dans quatre salons distincts montrent que **le kiosque gouvernemental est facilement repérable et identifiable**, en plus d'être **visuellement attrayant** et de **bien véhiculer l'image du gouvernement** du Québec.

Il **suscite aussi de l'intérêt**, puisque la moitié des visiteurs s'en sont au moins approché pour voir ce qui y était présenté. En outre, **l'expérience du kiosque répond aux attentes des participants** : plus de neuf personnes sur dix sont satisfaites de l'animation du kiosque et de l'information qu'elles y ont obtenue.

### Tous les exposants gouvernementaux sous un même toit

En matière de disposition, la préférence des visiteurs va assez clairement au **regroupement des kiosques gouvernementaux au même endroit** (70 % pour cette option, 30 % pour des kiosques dispersés dans les différentes zones du salon).

Le **choix d'une identité visuelle** commune (même image gouvernementale pour tous les kiosques) ou distinctive (chaque ministère ou organisme affiche son style et ses particularités) est partagé 50-50; le sondage ne donne aucune direction claire à cet égard.

### Continuer à informer les visiteurs potentiels

La moitié des visiteurs se sont informés sur les exposants avant leur visite dans l'un ou l'autre des salons. Il apparaît donc avantageux de **faire la promotion de la présence gouvernementale en amont des événements**, en s'affichant notamment sur le site internet et les réseaux sociaux des salons.



# Chapitre 1

## VISITE DES SALONS

- Profil des répondants
- Objectif de la visite
- Préparation de la visite
- Trajet lors de la visite

# PROFIL DES RÉPONDANTS



|                                                           | Total<br>% | Emploi<br>Mtl<br>% | FADOQ<br>Qc<br>% | Carrière<br>Qc<br>% | Immig.<br>Mtl<br>% |
|-----------------------------------------------------------|------------|--------------------|------------------|---------------------|--------------------|
| <b>D1. Âge (n : 570)</b>                                  |            |                    |                  |                     |                    |
| Moins de 25 ans                                           | 21         | 18                 | 0 ↓              | 51 ↑                | 10 ↓               |
| 25-34 ans                                                 | 27         | 47 ↑               | 0 ↓              | 14 ↓                | 40 ↑               |
| 35-44 ans                                                 | 17         | 21 ↑               | 1 ↓              | 17                  | 23 ↑               |
| 45-54 ans                                                 | 11         | 9                  | 4 ↓              | 12                  | 19 ↑               |
| 55-64 ans                                                 | 7          | 4                  | 18 ↑             | 4                   | 6                  |
| 65 ans ou plus                                            | 17         | 1 ↓                | 77 ↑             | 2 ↓                 | 2 ↓                |
| <b>D4. Genre (n : 572)</b>                                |            |                    |                  |                     |                    |
| Féminin                                                   | 45         | 43                 | 59 ↑             | 37 ↓                | 47                 |
| Masculin                                                  | 55         | 57                 | 41 ↓             | 63 ↑                | 53                 |
| <b>D2. Situation d'emploi (n : 571)</b>                   |            |                    |                  |                     |                    |
| Au travail                                                | 30         | 30                 | 10 ↓             | 41 ↑                | 37                 |
| En recherche d'emploi                                     | 28         | 46 ↑               | 4 ↓              | 13 ↓                | 42 ↑               |
| Retraité                                                  | 18         | 0 ↓                | 84 ↑             | 2 ↓                 | 2 ↓                |
| Étudiant                                                  | 21         | 21                 | 0 ↓              | 43 ↑                | 13 ↓               |
| <b>D3b. Plus haut diplôme des non-étudiants (n : 447)</b> |            |                    |                  |                     |                    |
| Secondaire ou moins (incluant professionnel)              | 22         | 11 ↓               | 33 ↑             | 38 ↑                | 13 ↓               |
| Collégial                                                 | 23         | 15 ↓               | 41 ↑             | 14 ↓                | 20                 |
| Universitaire                                             | 55         | 74 ↑               | 26 ↓             | 48                  | 67 ↑               |
| <b>D3a. Niveau d'étude des étudiants (n : 115)</b>        |            |                    |                  |                     |                    |
| Secondaire                                                | 40         | 0 ↓                | --               | 70 ↑                | 6 ↓                |
| Professionnel                                             | 11         | 12                 | --               | 10                  | 19                 |
| Collégial                                                 | 26         | 37                 | --               | 17 ↓                | 37                 |
| Universitaire                                             | 23         | 51 ↑               | --               | 3 ↓                 | 38                 |

Le profil des visiteurs interceptés est très différent d'un salon à l'autre

- **Âge.** Alors que le salon FADOQ attire essentiellement des gens âgés de 55 ans ou plus, c'est le salon Carrière qui attire le plus les jeunes. Notons d'ailleurs que 29 % des visiteurs étaient âgés de moins de 18 ans. Les deux salons de Montréal ont rejoint en majorité des visiteurs de 25 à 44 ans.
- **Genre.** Les deux salons de Québec se distinguent pour une légère surreprésentation de l'un des genres : le salon FADOQ est plus féminin, alors que le salon Carrière est plus masculin.
- **Situation d'emploi.** On retrouve des chercheurs d'emploi en grande proportion dans les deux salons de Montréal, alors que le salon Carrière est celui qui attire le plus d'étudiants avec son volet « formation ».
- **Scolarité.** Les deux salons de Montréal ont attiré une clientèle très scolarisée. Du côté de la clientèle étudiante, le salon Carrière de Québec a attiré de nombreux étudiants du secondaire.

OBJECTIF DE LA VISITE



QA1. Quel était l'objectif principal de votre visite au Salon aujourd'hui?

Base : tous, n : 572

QA2. Type d'emploi recherché (n : 248)

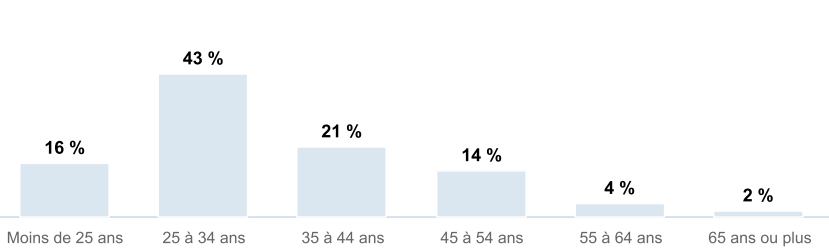
- Temps plein : 83 %
- Temps partiel : 8 %
- Emploi étudiant : 6 %
- Stage : 3 %

QA3. Domaine d'emploi recherché (n : 249)\*

- Administration : 29 %
- Santé : 12 %
- TI : 11 %
- Travaux publics et transports : 10 %
- Science & techno : 9 %
- Éducation : 6 %
- Environnement et agriculture : 5 %
- Arts et culture : 4 %
- Tourisme : 4 %
- Justice : 3 %
- Fabrication : 2 %
- Vente : 1 %
- Entretien : 1 %

|                                                                |      | Emploi<br>Mtl<br>% | FADOQ<br>Qc<br>% | Carrière<br>Qc<br>% | Immig.<br>Mtl<br>% |
|----------------------------------------------------------------|------|--------------------|------------------|---------------------|--------------------|
| Trouver un emploi/changer d'emploi                             | 45 % | 70 ↑               | 6 ↓              | 33 ↓                | 58 ↑               |
| Trouver de l'info/de l'aide/des services/des conseils          | 26 % | 10 ↓               | 70 ↑             | 10 ↓                | 29                 |
| S'informer sur les domaines d'études/s'orienter                | 20 % | 14 ↓               | 1 ↓              | 53 ↑                | 4 ↓                |
| Aucun objectif précis/par curiosité/pour accompagner quelqu'un | 5 %  | 2 ↓                | 16 ↑             | 2 ↓                 | 3                  |
| Rencontrer des gens/voir du monde                              | 4 %  | 4                  | 7                | 2                   | 6                  |

Répartition des chercheurs d'emploi selon l'âge



L'objectif de la visite varie évidemment en fonction de la raison d'être du salon. La **recherche d'un emploi** fait toutefois partie des objectifs principaux (premier ou deuxième rang) pour tous les salons, à l'exception de celui de la FADOQ où il s'agit d'un objectif marginal.

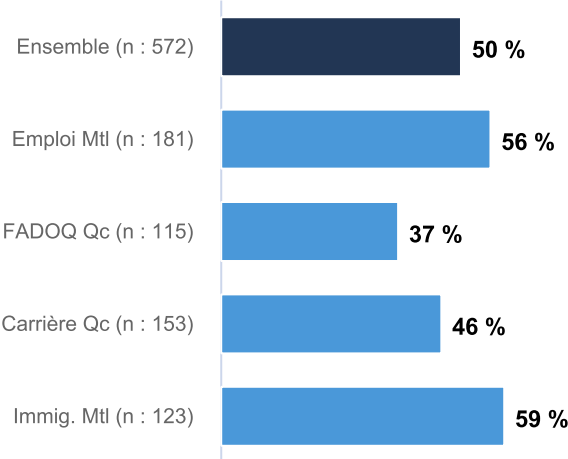
Les chercheurs d'emploi visent majoritairement un emploi à temps plein et, tous salons confondus, ils se concentrent chez les moins de 35 ans (59 %), bien qu'un sur cinq soit âgé de 35 à 44 ans.

\* Voir le questionnaire en annexe pour le libellé exact des domaines d'emploi.

QA4. Vous êtes-vous informé(e) sur les exposants présents au salon avant votre visite?

Base : tous, n : 572

Le graphique présente la proportion de « oui » pour l'ensemble et par salon



À l'exception du salon FADOQ, où c'est un peu plus faible, environ **la moitié des visiteurs interceptés affirment s'être informés sur les exposants présents avant leur visite.**

Pour tous les salons, c'est le **site internet de l'événement ou ses réseaux sociaux** qui ont été la source d'information principale. On peut par ailleurs souligner la contribution des médias dans le cas de la FADOQ, les institutions scolaires pour le salon Carrière de Québec et les organismes de développement économique et d'employabilité en ce qui a trait au salon Immigration Montréal.

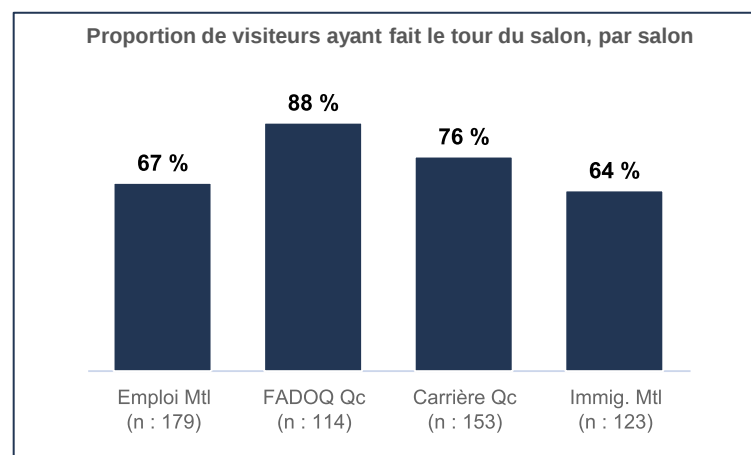
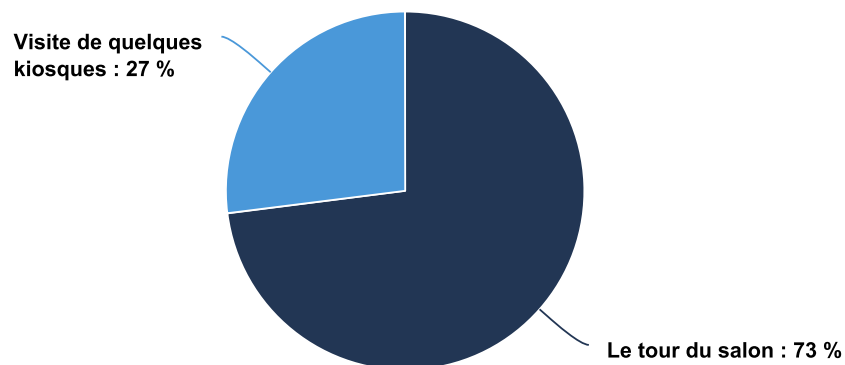
QA5. De quelle façon vous êtes-vous informé(e) sur le salon avant votre visite?

Base : répondants qui se sont informés, excluant la non-réponse; n : 287

|                                           | Total % | Emploi Mtl % | FADOQ Qc % | Carrière Qc % | Immig. Mtl % |
|-------------------------------------------|---------|--------------|------------|---------------|--------------|
| Site internet et réseaux sociaux du salon | 56      | 69           | 45         | 55            | 47 ↓         |
| Bouche-à-oreille                          | 11      | 9            | 7          | 15            | 14           |
| Institution scolaire                      | 7       | 4            | 0          | 14            | 8            |
| Organisme développement/employabilité     | 7       | 5            | 2          | 3             | 16           |
| Reportage dans les médias                 | 7       | 0 ↓          | 36         | 6             | 0 ↓          |
| Publicités                                | 6       | 7            | 5          | 7             | 4            |
| Moteur de recherche/internet              | 3       | 6            | 0          | 0             | 4            |
| Infolettre                                | 2       | 0            | 0          | 0             | 7            |
| FADOQ                                     | 1       | 0            | 5          | 0             | 0            |

### QA6. Avez-vous fait le tour du salon ou visité seulement quelques kiosques?\*

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 569



Les visiteurs prennent majoritairement le temps de **visiter l'ensemble du salon** plutôt que seulement quelques kiosques. Au salon FADOQ, c'est le comportement adopté par presque tous les visiteurs interceptés (88 %).



# Chapitre 2

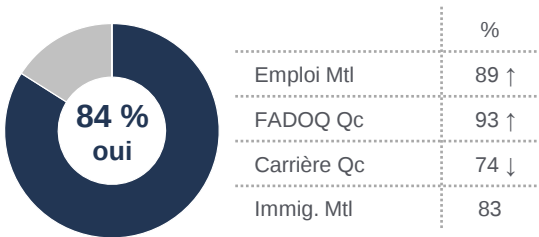
## KIOSQUE GOUVERNEMENTAL

- Repérage et visite du kiosque
- Évaluation du kiosque
- Préférences (disposition et présentation visuelle)

# REPÉRAGE ET VISITE DU KIOSQUE GOUVERNEMENTAL

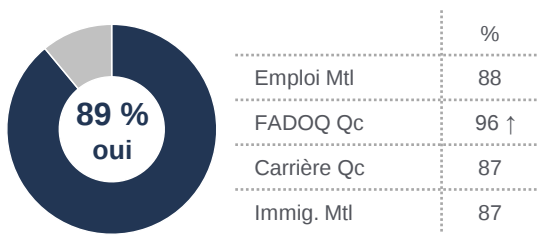


QB1. Avez-vous remarqué un ou des kiosques du gouvernement du Québec parmi les exposants? Base : tous, n : 572



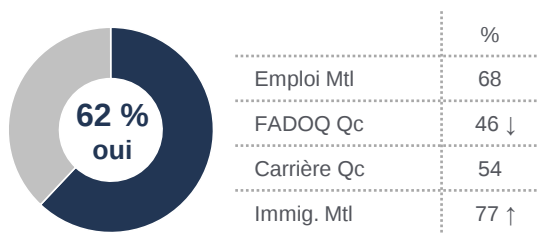
Le kiosque gouvernemental a été **remarqué par la grande majorité des visiteurs**, et ce, dans les quatre événements. Le **salon Carrière** de Québec obtient toutefois un résultat significativement plus faible que les autres, probablement en raison de l'âge de la clientèle interceptée (une proportion importante de jeunes de moins de 18 ans). Les visiteurs qui ont pris le temps de faire le tour du salon ont remarqué le kiosque gouvernemental en plus grande proportion (88 %) que ceux qui n'ont visité que quelques exposants (76 %).

QB2. Diriez-vous que le ou les kiosques gouvernementaux ont été faciles à repérer? Base : répondants ayant remarqué le kiosque, n : 483



La quasi-totalité des visiteurs qui ont remarqué le kiosque gouvernemental affirme qu'il était **facile à repérer**. C'est particulièrement au salon FADOQ (96 %).

QB5. Vous êtes-vous arrêté à un kiosque du gouvernement ou approché pour voir ce qui était présenté? Base : répondants ayant remarqué le kiosque, n : 483

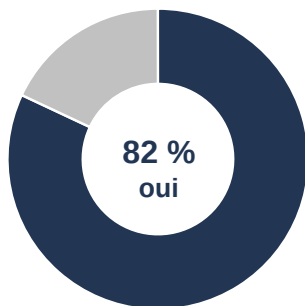


Parmi les visiteurs qui ont remarqué le kiosque gouvernemental, 62 % affirment s'en être approchés ou s'y être arrêtés. Sur la base de tous les répondants (incluant ceux qui n'avaient pas remarqué la présence gouvernementale), ça correspond à 52 %; c'est donc **la moitié de tous les visiteurs interceptés qui se sont au moins approchés du kiosque du gouvernement du Québec**. Ce taux est beaucoup plus élevé au salon Immigration Montréal et, au contraire, nettement plus faible au salon FADOQ. Soulignons par ailleurs que les chercheurs d'emploi ont fréquenté en plus grande proportion le kiosque gouvernemental (64 %) que, par exemple, les étudiants (40 %) ou les retraités (39 %).

Diriez-vous que le ou les kiosques gouvernementaux...

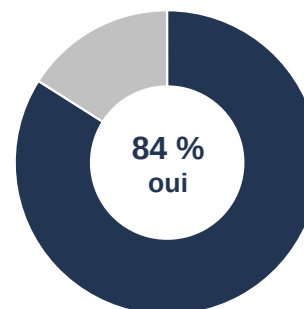
**B3. Sont attrayants visuellement?**

Base : répondants ayant remarqué le kiosque, n : 483



**B4. Véhiculent bien l'image du gouvernement du Québec?**

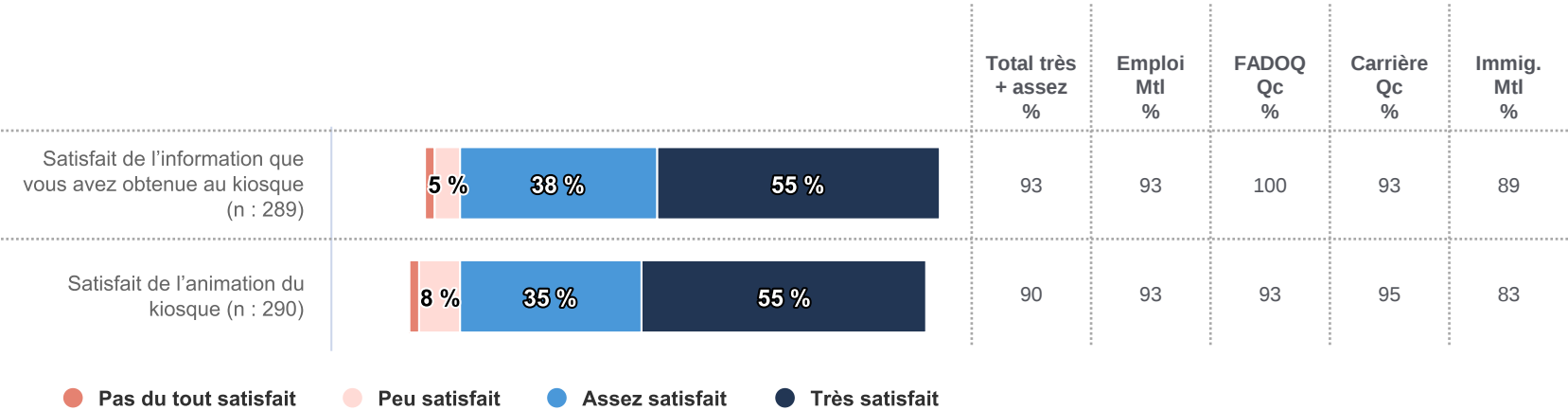
Base : répondants ayant remarqué le kiosque, n : 483



La grande majorité des visiteurs interceptés estiment que le kiosque gouvernemental est à la fois **attrayant visuellement et cohérent avec l'image du gouvernement du Québec**. Ces perceptions ne varient pas de façon significative selon les salons, incluant au salon FADOQ, où les ministères et organismes n'étaient pas dans le même kiosque.

B6-B7. Satisfaction de l'information et de l'animation

Base : répondants qui se sont approchés du kiosque, excluant la non-réponse



Globalement, le degré de satisfaction (très ou assez satisfait) à l'égard de l'information obtenue et de l'animation du kiosque est excellent pour tous les salons.

Ce n'est qu'en regardant de façon plus détaillée les réponses « très satisfait » que l'on observe certaines différences statistiquement significatives entre les salons :

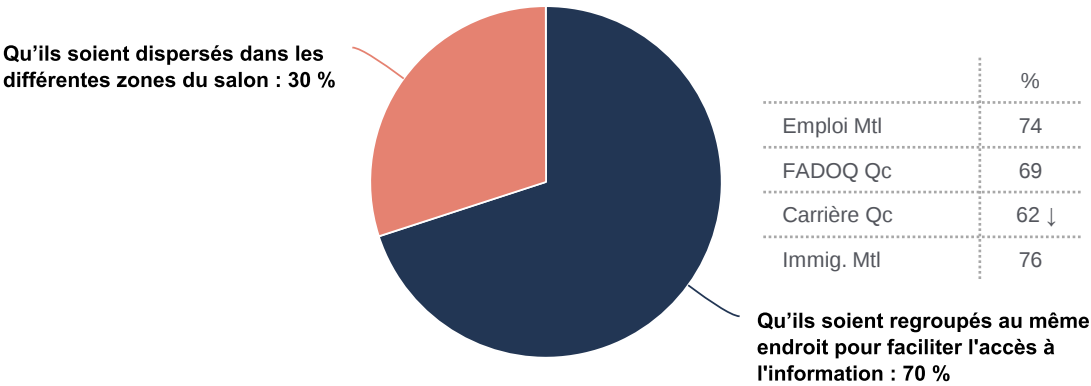
- Concernant l'information obtenue, les visiteurs du salon FADOQ se montrent plus satisfaits (79 % de réponses « très satisfait »), alors que les participants du salon Immigration Montréal sont nettement moins enthousiastes (42 %).
- En ce qui a trait à l'animation du kiosque, le salon Immigration Montréal fait là aussi moins bonne figure (41 %), alors que c'est le salon Carrière Québec qui fait le plus d'heureux (79 %).

# PRÉFÉRENCES POUR LA DISPOSITION DU KIOSQUE



QC1. Dans un salon comme celui-ci, que préférez-vous concernant la disposition des kiosques gouvernementaux des différents ministères et organismes?

Base : tous, excluant la non-réponse; n : 560

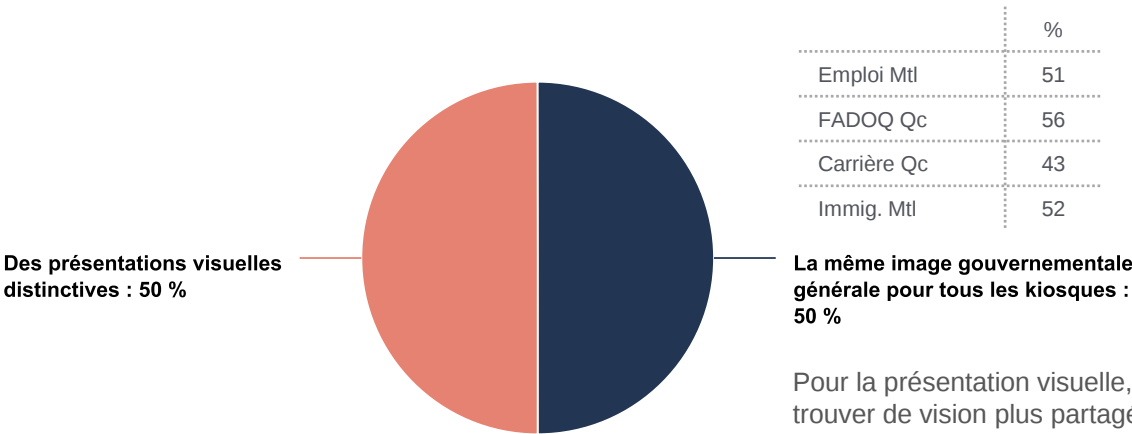


En matière de disposition, la préférence des visiteurs va au **regroupement des kiosques gouvernementaux au même endroit**. Les participants de moins de 35 ans choisissent un peu moins cette option (66 %), ce qui se reflète dans le résultat du salon Carrière (62 %).

# PRÉFÉRENCES POUR LA PRÉSENTATION VISUELLE DU KIOSQUE



QC2. Concernant la présentation visuelle des kiosques gouvernementaux, quelle approche vous semble la meilleure parmi les deux suivantes?  
Base : tous, excluant la non-réponse; n : 548



Pour la présentation visuelle, on ne pourrait pas trouver de vision plus partagée : **une image unie ou des identités distinctes obtiennent chacune la moitié des votes.**

Il n'y a pas de différence statistiquement significative en fonction des salons ni des variables sociodémographiques. Notons cependant que **les individus qui avaient pour objectif de s'informer sur les domaines d'étude ou de s'orienter ont une légère préférence pour des présentations visuelles distinctives (63 %).**

# Annexe 1

QUESTIONNAIRE

